

BMIJ

Vol: 6 Issue: 4 Year: 2018

BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES: AN INTERNATIONAL JOURNAL



İMTİYAZ SAHİBİ / PUBLISHER

ASSOC. PROF. (DOÇ. DR.) ALİ ÇAĞLAR ÇAKMAK

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ / EDITOR IN CHIEF

ASSOC. PROF. (DOÇ. DR.) ALİ ÇAĞLAR ÇAKMAK

ISSN: 2148-2586

Dergi Hakkında

Business & Management Studies: An International Journal Dergisi yılda 3 defa yayımlanan (Nisan, Ağustos, Aralık sayıları) uluslararası, online ve hakemli bir dergidir. BMIJ'nin amacı; İşletme ve Yönetim Bilimlerinin çeşitli alanlarındaki bilimsel araştırmaları yayınlamaktır. Dergi ile ilgili her türlü işlem ve başvuru www.bmij.org adresinden yapılabilir. Yazıların bilimsel sorumluluğu yazarlara aittir.

Odak ve Kapsam

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ), Türkiye'de İşletme ve Yönetim alanında yayım yapan spesifik bir alan dergisidir. BMIJ'in amacı ilk olarak Türkiye'de ulusal bir dergi statüsü kazanmak ve bununla birlikte uluslararası düzeyde tanınır ve uluslararası indekslerde taranır bir dergi olmaktır. Böylelikle İşletme ve Yönetim alanında çalışan akademisyenlerin çalışmalarını yayımlama konusundaki sorunlarına bir alternatif sunmaktır. Bu amaçla, SSCI kapsamında taranan bir dergi olabilmenin gereklilikleri titizlikle takip edilmektedir.

About The Journal

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ) is an international online journal that is published 3 times in a year -4 times from 2019 on- in English and Turkish. The purpose of BMIJ is publishing the scientific research in various fields of Business and Management Sciences. All kinds of transactions and the application about the journal can be made from www.bmij.org. The scientific responsibility of articles belongs to the authors.

Focus and Scope

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ) is a specific field journal which engaged in publishing in the field of Business and Management. The aim of the BMIJ is earn the national journal status in Turkey and be known in an international level and browsing in international indexes. So that, it can be an alternative solution to the problem of academics about publishig their papers. By this purpose, the procedure of being a SSCI member is monitored closely.

EDITORIAL TEAM / EDİTÖR KURULU

EDITOR IN CHIEF / BAŞ EDİTÖR

[Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

MARKETING EDITOR / PAZARLAMA EDİTÖRÜ

[Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

ACCOUNTING-FINANCE EDITOR / MUHASEBE-FİNANSMAN EDİTÖRÜ

[Assist. Prof. Metin KILIÇ](#), Bandırma University, Turkey

QUANTITATIVE METHODS EDITOR / SAYISAL YÖNTEMLER EDİTÖRÜ

[Assist. Prof. İbrahim SABUNCU](#), Yalova University, Turkey

ECONOMY & PUBLIC FINANCE EDITOR / İKTİSAT & MALİYE EDİTÖRÜ

[Prof. Dr. Levent Aytemiz](#), Bandırma University, Turkey

HEALTH ADMINISTRATION EDITOR / SAĞLIK İŞLETMECİLİĞİ EDİTÖRÜ

[Assoc. Prof. Selma ALTINDİŞ](#), Sakarya University, Turkey

LINGUISTIC EDITORS / DİL BİLİM EDİTÖRLERİ

[Assist. Prof. Nilüfer RÜZGAR](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

[Lect. Murat BAYRAK](#), Bursa Technical University, School of Foreign Languages, Turkey

[Lect. Göksel ÖZTÜRK](#), Bursa Technical University, School of Foreign Languages, Turkey

SECRETARIAT / DERGİ SEKRETERYASI

[Tuğba GÜNSEVER](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

EDITORIAL BOARD / YAYIN KURULU

Prof. Dr. Mahir NAKİP, Çankaya University, TURKEY

Prof. Dr. Yahya FİDAN, Istanbul Commerce University, Faculty of Business, International Logistics Department, TURKEY

Prof. Dr. Tuncay BAYRAK, Western New England University, College of Business, UNITED STATES

Prof. Dr. Talha HARCAR, The Pennsylvania State University, UNITED STATES

Prof. Dr. Saim KAYADİBİ, International Islamic University Malaysia, Economics, Faculty Member, MALAYSIA

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ, Akdeniz University, Faculty of Applied Sciences, TURKEY

Prof. Dr. İsmail BAKAN, Kahramanmaraş Sutcu Imam University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, TURKEY

Prof. Dr. Halil SAVAŞ, Pamukkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Saadet GANDILOVA, Vice-rector working of Students of the Azerbaijan State University of Economics (UNEC), AZERBAIJAN

Assoc. Prof. Dr. Aygun ALASGAROVA, Azerbaijan State University of Economics (UNEC), AZERBAIJAN

Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK, Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, TURKEY

Assoc. Prof. Vasyl TARAS, Bryan School of Business and Economics, University of North Carolina at Greensboro, UNITED STATES

Assist. Prof. Dr. Erhan AYDIN, IPAG Business School, Paris, FRANCE

Assist. Prof. Swati VERMA, College of Management, Lawrence Technological University, United States

Assoc. Prof. İlhan EGE, Mersin University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, TURKEY

Assist. Prof. Matevz RASKOVIC, University of Ljubljana, Faculty of Economics, Slovenia

Dr. Alain Micheal MOMO, Cape Peninsula University of Technology Faculty of Business, Marketing Department, SOUTH AFRICA

**Taranılan İndeksler / BMIJ is indexed by
Başlangıç Tarihi / Beginning Date**



Tarih (Date): 2013



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017

PKP | INDEX

Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2018

CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Page No</u>
1	PERCEIVED ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY AND INNOVATION ADOPTION: EXPLORING THE TURKISH CONTEXT	770-789
2	ORGANIZATIONAL ECOLOGY OF ACCOMMODATION POPULATIONS THAT TAKE PLACE IN TURKEY	790-805
3	COMPARING THE WORKAHOLISM LEVEL OF MANAGERS AND NON- MANAGERS	806-821
4	SHARING IS BEAUTIFUL: AN APPLICATION OF ULTIMATUM GAME	822-834
5	SOCIAL EXPENDITURE IN TURKEY: FUNCTIONALITY OF THE SOCIAL ASSISTANCE AND SOLIDARITY FOUNDATIONS	835-861
6	A SWOT ANALYSIS TO DETERMINE THE TOURISM POTENTIAL OF THE DEVELI AS A TOURISM DESTINATION	862-877
7	THE MEDIATING ROLE OF SUPPLY CHAIN AGILITY IN THE EFFECT OF STRATEGIC RESOURCE USAGE ON THE COMPANY PERFORMANCE	878-897
8	SOLUTION OF PERSONNEL SELECTION PROBLEM VIA GRAY RELATIONAL ANALYSIS METHOD: AN APPLICATION IN MEDIA SECTOR	898-919
9	AN APPROACH AT THE INTERSECTION OF KNOWLEDGE MANAGEMENT PROCESS AND STRATEGIC FORESIGHT: HORIZON SCANNING	920-934
10	INVESTIGATING THE EFFECT OF PERSONAL SKILLS OF ACCOUNTING STUDENTS AND THEIR EXPECTATIONS FROM BUSINESS LIFE IN CHOOSING ACCOUNTING AS A PROFESSION	935-951
11	THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL NOSTALGIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN TURNOVER INTENTION AND OCCUPATIONAL BURNOUT	952-968
12	THE MEDIATOR ROLE OF GLOBAL CONNECTEDNESS IN THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS PERFORMANCE AND HUMAN DEVELOPMENT	969-980

13	MEMOIRS AND AUTO/BIOGRAPHIES OF BUSINESS PEOPLE AS ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT HISTORY SOURCE: A STUDY ON PUBLISHED BOOKS IN TURKEY	981-1014
14	ANALYSIS OF THE VOLATILITY SPILLOVERS AMONG BORSA ISTANBUL SUB-SECTOR INDICES	1015-1032
15	POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND EMPLOYEE ENGAGEMENT RELATIONSHIP- AN EXPERIMENTAL STUDY	1033-1052
16	THE EFFECTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON JOB SATISFACTION: A RESEARCH BASED ON DIANA C. PHEYSEY'S ORGANIZATIONAL CULTURE CLASSIFICATION	1053-1070
17	THE FUNCTION OF SHARIA SUPERVISORY BOARD IN FINANCING PRACTICES BY SHARIA BANK IN INDONESIA	1071-1080
18	WHAT IMPACTS ENTREPRENEURSHIP INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS? A RESEARCH IN EAST-BLACK SEA REGION	1081-1100
19	THE EFFECT OF MINTZBERG'S CLASSIFICATION OF MANAGERIAL ROLES ADOPTED BY MANAGERS, ON HUMAN RESOURCES' PERCEPTION OF ENDOGENEITY AND EXOGENEITY STATUS IN SERVICE SECTOR: A SAMPLE APPLICATION	1101-1117
20	A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER ETHNOCENTRISM AND BUYING STYLES	1118-1140
21	INVESTIGATION OF SUSTAINABILITY AND FINANCIAL SUSTAINABILITY CONCEPTS IN THE HEALTH SYSTEM	1141-1151
22	FINANCIAL EXCLUSION ANALYSIS: A STUDY ON THE STUDENT OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES IN ESKİŞEHİR	1152-1177
23	DETERMINING THE IMPACT OF ADVERTISING SLOGANS ON BRAND AWARENESS	1178-1197
24	THE RELATIONSHIP BETWEEN SINISM AND EMPLOYEE PERFORMANCE IN BUSINESS ETHICS: AN IMPLEMENTATION FOR EMPLOYEES IN TEXTILE INDUSTRY	1198-1214
25	DIGITAL SUPPLY CHAIN INTEGRATED WITH INDUSTRY 4.0	1215-1230

26	A RESEARCH ON THE REQUIRED QUALIFICATIONS AND SKILLS IN THE HOTEL EMPLOYEE JOB ADVERTISEMENTS	1231-1251
27	THE EFFECT OF REVIEWER ORIGIN ON BOOKING INTENTIONS IN TOURISM INDUSTRY: THE MODERATING ROLE OF REVIEW VALENCE	1252-1270
28	“EARTHQUAKE WILL PASS, AND THE LIFE WILL GO ON”: A CRITICAL READING OF PUBLIC SPOTS OF DASK	1271-1284
29	DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING HEALTH SPENDING IN TURKEY WITH PANEL DATA ANALYSIS AT THE REGIONS LEVELS	1285-1309
30	FUNDAMENTAL PROBLEMS ENCOUNTERED BY THE HEALTH MANAGEMENT OCCUPATION IN TURKEY: A QUALITATIVE INVESTIGATION	1310-1321
31	INVESTIGATING THE ROLE OF JOB SATISFACTION: DOES IT ACT AS A MODERATOR OR MEDIATOR BETWEEN ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND WORK ENGAGEMENT?	1322-1335
32	A NEW APPROACH IN SERVICE QUALITY ASSESSMENT: AN APPLICATION ON AIRLINES THROUGH CODAS METHOD	1336-1353
33	THE EFFECTS OF DYNAMIC RESOURCE-BASED CAPABILITIES ON SUSTAINABLE FIRM PERFORMANCE: A CASE STUDY AT MANUFACTURING FIRMS IN ANKARA CITY	1354-1378
34	AN EXAMINATION ON THE IMPACT OF OUTSOURCING ON SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN AND BUSINESS PERFORMANCE	1379-1394
35	THE DEVELOPMENT OF INTERNAL AUDIT IN TURKEY FROM A GLOBAL PERSPECTIVE	1395-1416
36	CITTASLOW IN TURKEY AS AN URBAN MANAGEMENT PATTERN AND THE AWARENESS OF THE PUBLIC: ISPARTA CASE	1417-1433
37	THE EFFECT OF WORK ALIENATION ON COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIORS IN WORKERS	1434-1454
38	A RESEARCH TO DETERMINE THE IMPACTS OF TEAM WORK FACTORS ON TEAM PERFORMANCE	1455-1475

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Sayfa No</u>
1	ALGILANAN ÇEVRESEL BELİRSİZLİK VE İNOVASYONU BENİMSEME: TÜRKİYE BAĞLAMINI KEŞFETME	770-789
2	TÜRKİYE'DE YER ALAN KONAKLAMA POPÜLASYONLARINA AİT ORGANİZASYON EKOLOJİLERİ	790-805
3	YÖNETİCİLERİN VE YÖNETİCİ OLMAYAN ÇALIŞANLARIN İŞKOLİKLİK DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI	806-821
4	PAYLAŞMAK GÜZELDİR: BİR ÜLTİMATOM OYUNU UYGULAMASI	822-834
5	TÜRKİYE'DE SOSYAL KORUMA YARDIMLARI: SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKIFLARININ İŞLEVSELLİĞİ	835-861
6	BİR TURİZM DESTİNASYONU OLARAK DEVELİ'NİN TURİZM POTANSİYELİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ	862-877
7	STRATEJİK KAYNAK KULLANIMININ FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TEDARİK ZİNCİRİ ÇEVİKLİĞİNİN ARACI ROLÜ	878-897
8	PERSONEL SEÇİM PROBLEMİNİN GRİ İLİŞKİSEL ANALİZ YÖNTEMİ İLE ÇÖZÜLMESİ: MEDYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA	898-919
9	BİLGİ YÖNETİM SÜRECİ VE STRATEJİK ÖNGÖRÜ KESİŞİMİNDE BİR YAKLAŞIM: UFUK TARAMASI	920-934
10	MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN MUHASEBE MESLEĞİNİ SEÇMELERİNDE KİŞİSEL BECERİLERİNİN VE İŞ HAYATINDAN BEKLENTİLERİNİN ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI	935-951
11	MESLEKİ TÜKENMİŞLİK VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ İLİŞKİSİNDE ÖRGÜTSEL NOSTALJİNİN ETKİSİ	952-968
12	LOJİSTİK PERFORMANS İLE İNSANİ GELİŞİMİŞLİK ARASINDAKİ İLİŞKİDE KÜRESEL BAĞLANTILILIKIN ARA DEĞİŞKEN ROLÜ	969-980
13	İKTİSAT VE İŞLETME TARİHİ KAYNAĞI OLARAK İŞ İNSANI HATIRAT VE OTO/BİYOĞRAFİLERİ: TÜRKİYE'DE YAYIMLANAN ESERLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	981-1014

14	BORSA İSTANBUL ALT SEKTÖR ENDEKSLERİ ARASINDAKİ OYNAKLIK YAYILIMLARININ ANALİZİ	1015-1032
15	POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE VE ÇALIŞAN ADANMIŞLIĞI İLİŞKİSİ – DENEYSEL BİR ÇALIŞMA	1033-1052
16	ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DIANA C. PHEYSEY'İN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ SINIFLANDIRMASI EKSENİNDE BİR ARAŞTIRMA	1053-1070
17	ŞERİAT DENETLEME KURULUNUN ŞERİAT BANKALARI TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN FİNANSAL AKTİVİTELERİN ÜZERİNDEKİ FONKSİYONU	1071-1080
18	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ NE ETKİLER? DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA	1081-1100
19	HİZMET SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN, MINTZBERG TAKSONOMİSİNE GÖRE ÜSTLENDİKLERİ ROLLERİN, İNSAN KAYNAKLARININ İÇSELLİK VE DIŞSALLIK STATÜSÜ ALGISINA ETKİSİ: BİR UYGULAMA	1101-1117
20	TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ İLE SATIN ALMA TARZLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	1118-1140
21	SAGLIK SİSTEMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMLARININ İNCELENMESİ	1141-1151
22	FİNANSAL DIŞLANMIŞLIK ANALİZİ: ESKİŞEHİR'DE ÖĞRENİM GÖREN İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ (İİBF) ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	1152-1177
23	REKLAM SLOGANLARININ MARKA FARKINDALIĞINA OLAN ETKİSİNİN BELİRLENMESİ	1178-1197
24	İŞLETME ETİĞİNDE SİNİZM VE İŞGÖREN PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA YÖNELİK BİR UYGULAMA	1198-1214
25	ENDÜSTRİ 4.0 İLE BÜTÜNLEŞTİRİLMİŞ DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ	1215-1230
26	OTEL PERSONELİ İŞ İLANLARINDA ARANAN NİTELİK VE BECERİLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	1231-1251

27	TURİZM SEKTÖRÜNDE YORUMCU MENŞEİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: YORUM İÇERİĞİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ	1252-1270
28	“DEPREM GEÇECEK, HAYAT DEVAM EDECEK”: DASK’IN KAMU SPOTLARI ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR İNCELEME	1271-1284
29	TÜRKİYE’DE BÖLGELER DÜZEYİNDE SAĞLIK HARCAMALARINI ETKİLEYEN UNSURLARIN PANEL VERİ ANALİZİ İLE BELİRLENMESİ	1285-1309
30	TÜRKİYE’DE SAĞLIK YÖNETİMİ MESLEĞİNİN KARŞILAŞTIĞI TEMEL SORUNLAR: NİTEL BİR ÇALIŞMA	1310-1321
31	İŞ TATMİNİ ÖRGÜTSEL KİMLİK VE İŞE TUTKUNLUK ARASINDA ARACI DEĞİŞKEN OLARAK MI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN OLARAK MI ROL ALMAKTADIR?	1322-1335
32	HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YENİ BİR YAKLAŞIM: CODAS YÖNTEMİ İLE HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA	1336-1353
33	DİNAMİK KAYNAK TABANLI YETENEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ANKARA İLİ İMALAT İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA	1354-1378
34	DIŞ KAYNAK KULLANIMININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK ZİNCİRİ VE İŞLETME PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	1379-1394
35	KÜRESEL BİR BAKIŞ AÇISIYLA TÜRKİYE’DE İÇ DENETİMİN GELİŞİMİ	1395-1416
36	BİR KENT YÖNETİM MODELİ OLARAK TÜRKİYE’DE YAVAŞ ŞEHİRLER VE HALKIN FARKINDALIĞI: ISPARTA ÖRNEĞİ	1417-1433
37	ÇALIŞANLARDA İŞE YABANCILAŞMANIN ÜRETKENLİK KARŞITI İŞ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ	1434-1454
38	TAKIM ÇALIŞMASI ÖZELLİKLERİNİN TAKIM PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	1455-1475

Citation: Kaya Ç., Ataman G. & Elbaşı İ. H. (2018), Perceived Environmental Uncertainty and Innovation Adoption: Exploring the Turkish Context, BMIJ, (2018), 6(4): 770-789 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.277>

PERCEIVED ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY AND INNOVATION ADOPTION: EXPLORING THE TURKISH CONTEXT

Çiğdem KAYA^{1*}

Göksel ATAMAN²

İbrahim H. ELBAŞI³

Received Date (Başvuru Tarihi): 01/08/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 27/09/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

Because innovation and environmental uncertainty are highly crucial concepts for organizations' survival, and managers are key decision makers in organizational operations, investigating the relationship between innovation and environmental uncertainty from managers' lenses is important. This study aims to explore how managers' adoption of radical and incremental innovation is affected by perceived environmental uncertainty (PEU). Data collected from 230 managers that work for companies that operate in various industries has been analyzed by using Multinomial logistic regression analysis. Results of the study indicate that government and policies factor is the effective factor on managers' decisions on innovation adoption, and in uncertain environments in terms of governmental and policy factor, managers choose to adopt both types of innovation since they want avoid to take risks of adopting solely one type of innovation.

Keywords: Perceived Environmental Uncertainty (PEU); Radical Innovation Adoption; Incremental Innovation Adoption

JEL Code: M10, M19

ALGILANAN ÇEVRESEL BELİRSİZLİK VE İNOVASYONU BENİMSEME: TÜRKİYE BAĞLAMINI KEŞFETME

ÖZ

İnovasyon ve çevresel belirsizlik kuruluşların hayatta kalması için son derece önemli kavramlar olduğundan ve yöneticiler örgütsel operasyonlarda kilit karar vericiler olduğundan, yöneticilerin merceklerinden inovasyon ve çevresel belirsizlik arasındaki ilişkiyi araştırmak önemlidir. Bu çalışma, yöneticilerin radikal ve artımsal inovasyonu benimsemelerinin çevresel belirsizlikten (PEU) nasıl etkilendiğini araştırmayı amaçlamaktadır. Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerde çalışan 230 yöneticiden toplanan veriler, Multinomial lojistik regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, hükümet ve politikalar faktörünün yöneticilerin inovasyonun benimsenmesine ilişkin kararları üzerinde etkili bir faktör olduğunu ve belirsiz ortamlarda, 'devlet ve politika faktörü açısından', yöneticilerin yalnızca bir yenilik türünü benimsemenin riskini almaktan kaçındıkları için her iki yeniliği benimsemeyi tercih ettiklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Çevresel Belirsizlik (PEU); Radikal İnovasyonu Benimseme; Artımsal İnovasyonu Benimseme

JEL Kodu: M10, M19

¹ Dr. Instructor, Istanbul Arel University, cigdemkaya2810@gmail.com; *Corresponding Author

² Prof. Dr., Marmara University, gataman@marmara.edu.tr

³ Director, Commercialization Center of Istanbul, ibrahim.elbasi@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8307-3501>

<https://orcid.org/0000-0003-3234-7490>

<https://orcid.org/0000-0003-4447-0517>

1. INTRODUCTION

Environmental uncertainty has been studied broadly in the organizational theory literature (e.g. Milliken, 1987; Duncan, 1972; Thompson, 1967; Hannan and Freeman, 1977). Organizational theorists mainly stress that organizational adaptation to the environments is key to survive (Lawrence and Lorsch, 1967; Thompson, 1967; Milliken, 1987; Çetin, 2009). The essence of organizational adaptation is to cope with uncertainty. Alignment of technology, task environment, and organizational design and structure are vital to deal with such uncertainty (Thompson, 1967; Karpak, Kaya, and Eunni, 2010). Managers' perceptions of environmental uncertainty are crucial to understand in their efforts on the survival of their organizations.

Innovation, as a source of competitive advantage and thus survival, is also a very important concept in coping with environmental change and being effective (Damanpour and Schneider, 2006). Organizational processes that enable the generation or adoption of innovation are widely investigated by scholars to understand the grounds of some organizations' ability to generate or adopt innovation more than other organizations' ability to do so (Germain, 1996; Tidd, 2001; Damanpour and Schneider, 2006). In addition to organizational processes such as organizational structure and management traits, another external factor that might affect innovation is the context in which the organization operates (Germain, 1996). From the contextual variables, size and environmental uncertainty are the most common variables; size means an organization's operational scale and environmental uncertainty means external dynamism and unpredictability (Duncan, 1972). Internal factors take the phase of adoption, radicalness of innovation, risk, compatibility, cost, and technological versus managerial innovation nature in hand (Germain, 1996). Because innovation and environmental uncertainty are highly crucial concepts for organizations' survival, and managers are key decision makers in organizational operations, investigating the relationship between innovation and environmental uncertainty from managers' lenses is important. Turkish context is also very valuable to study this relationship since Turkey is a country that has her borders with Middle East countries where political fluctuations, economic crisis, governmental issues and war have been experiencing. This makes the current study different than other studies that worked on this relationship. There are limited number of works studied the relationship between innovation and environmental uncertainty; therefore, current research makes very important contributions to this line of research by examining such a different context. In order for survival, innovation adoption of firms is highly crucial, thus, it necessitates understanding the concept from Turkish context.

Due to the above reasons, the goal of current research is to examine the relation between managers' adoption of radical and incremental innovation and the perceived uncertainty of the environment on the Turkish managers.

2. LITERATURE REVIEW

In this section, literature review on managers' perceptions of environmental uncertainty and their decisions on the adoption of radical and incremental innovations are presented.

2.1. Perceived Environmental Uncertainty

World of organizations have become more and more complex because of rapid changes in the environment that bring uncertainty (Christiansen, 1997; Hamel, 2000; Kim and Mauborgne, 2005). Coping with uncertainty is the significant problem for managers and marketers (Thompson, 1967). Milliken (1987) described uncertainty by means of the perceived inability of an individual to forecast something precisely due to lack of satisfactory information or capability to distinguish between related and unrelated data. As Daft and Weick (1984) emphasized, the decision makers in the organizations not only accumulate information from the environment but also interpret and analyze data prior to creating organizational reactions. If the origin of uncertainty is the organization's environments, then it is called environmental uncertainty, by indicating that the unpredictable thing is in the organizational environment (Milliken, 1987). However, Milliken (1987) and Duncan (1972) emphasize that this is a broad definition of the concept and may not be useful. Therefore, Miles and Snow (1978) and Duncan (1972) advocate that particular constituents of the environments such as consumers, rivals, suppliers, and governments etc. are to be studied to conceptualize the environmental uncertainty.

Uncertainty in the organizational environment has been examined as environmental uncertainty or perceived environmental uncertainty (PEU). PEU has been found to have influenced on various marketing, accounting, information technology, operations management, organization studies and strategic management variables (McCabe, 1990). Three types of environmental uncertainty were suggested by Milliken (1987). First, state uncertainty arises when administrators see organizational environment to be difficult to predict and is also referred to as perceived environmental uncertainty. Top managers might be indeterminate about the actions that suppliers, competitors, consumers, the government, shareholders, etc. might take, and about the landscape of the changes in sociocultural tendencies, demographic changes, and chief new advances in technology (Milliken, 1987). The definition of the type of uncertainty

is compatible with Miles and Snow's (1978) definition of perceived environmental uncertainty that the perceptions of managers on environmental uncertainty are settled by the foreseeability of the situations in the environment of the organization. Second type of uncertainty, as Milliken (1987) suggests is effect uncertainty. It relates to the inadequacy of an individual to foresee the effect of environmental incidents or variations on their organization. The last type, response uncertainty, denotes to the absence of information about response alternatives and/or an incapability to forecast the probable outcomes of a response preference.

Miller (1997) has stated that two comprehensive common environmental uncertainty types encompassed political and governmental policy, and macroeconomic in the investigation that is asked to managers to measure their perceptions on environmental uncertainty. For the industry level, on the other hand, input, technological uncertainties, competitiveness, and product market are included in the survey. Measuring perceived environmental uncertainty might be useful to link it to strategic decision that managers make.

2.2. Adoption of Radical and Incremental Innovations

Innovation has taken widespread attention among scholars from different perspectives and is described as "*the creation or adoption of new ideas. For the organizational level, it is defined as the adoption of a new product, service, process, technology, policy, structure or administrative system*" (Damanpour and Schneider, 2006, p. 216).

Innovation adoption essentially denotes that the innovation is novel to the adopters, and it aims to obtain foreseen advantages from variations that the innovation may convey to the organization. Decision for innovation adoption might be based directly on the managers' choices or forced by environmental conditions. For example, a manager might adopt innovation because otherwise it leads to internal inefficiency, or because it is forced by environmental change. For both change triggers, innovation adoption make sure adaptive behavior to the internal and external environment and this adaptive behavior that resulted in change in an organization sustain or increase an organization's performance levels and efficiency (Damanpour and Schneider, 2006).

Innovation adoption has widely been worked in the literature as incremental innovation adoption and radical innovation adoption (e.g. Kuan and Chau, 2001; Moore and Benbasat, 1991; Tornatzky and Klein, 1982; Damanpour and Schneider, 2006; De Lancer Julnes and Holzer, 2001; Germain, 1996). Radical innovation means producing major variations in the firm's organizational structure, technologies, processes, products, and organizational methods,

and incremental innovation means the refinement and reinforcement of current organizational structure, technologies, processes, products, and organizational methods (Fores and Camison, 2016). While radical innovation implies a nonlinear, paradigmatic change with major differences from present knowledge or practice, incremental innovation is a linear, cumulative change with minor developments or modest modifications in present knowledge or practice (Orlikowski, 1991). However, there is an issue regarding these concepts whether these two are “*two ends of a continuum or orthogonal to each other*” (Gupta, Smith, and Shalley, 2006, p. 693). Dewar and Dutton (1986) have noted if these two are behaved as continuum, then the intermediate values of this continuum are problematic to explained (p. 693), we, therefore, behaved these two concepts as orthogonal.

Jansen, van den Bosch, and Volberda (2006) underline two types of innovation: exploratory and exploitative innovation. *Exploratory innovation* means radical innovation and is adopted to meet emergent customers or markets’ needs by creating new knowledge, offering new designs, forming new markets, etc. On the contrary, *exploitative innovation* means incremental innovation and is adopted to meet existing customers or markets’ needs by extending existing knowledge and skills, improving established designs, expanding existing products and services, etc. Ambidexterity concept suggested by Tushman and O’Reilly (1996) is used to explain how organizations can achieve to survive and effectively respond to numerous environmental conditions. Organizational ambidexterity is the ability of firms to follow exploratory innovation and exploitative innovation concurrently and it is vital to the survival of the firms (Jansen, van den Bosch, and Volberda, 2005). Ambidextrous organizations are good at take advantage of existing products to provide exploitative innovation, and at discovering new favorable circumstances to encourage more radical innovation (Andriopoulos and Lewis, 2009: 696). Exploring and exploiting simultaneously in highly uncertain environments provide firms dynamic capabilities to prosper and survive (Benner and Tushman, 2003; Gibson and Birkinshaw, 2004; Jansen, van den Bosch, and Volberda, 2005).

Ettlie (1983) has asserted that environmental uncertainty arouses organizational strategy or policy change by eventually leading to innovation and has concluded that environmental uncertainty is positively related with organizational innovation. Perceived environmental uncertainty for a firm considerably stimulates an aggressive technology policy for innovations to cope with an uncertain environment. This aggressive technology policy encourages adoption of radical innovation and partly supports the adoption of incremental innovation. Similarly, Elhamma (2015) has found out organizations more likely adopt administrative innovations

when they face environmental uncertainty than organizations do that when they operate in certain environment. Innovation, thus, is a very essential concept in handling with environmental change and being effective (Damanpour and Schneider, 2006).

Organizational processes that enable the generation or adoption of innovation are widely investigated by scholars to understand the grounds of some organizations' ability to generate or adopt innovation more than other organizations' ability to do so (Germain, 1996; Tidd, 2001; Damanpour and Schneider, 2006).

2.3. Hypotheses Development

Germain (1996) has found that an uncertain environment is positively related to radical innovation and unrelated to incremental innovation when they are tested separately. On the other side, Ettlie (1983) has concluded that managers are encouraged to adopt radical innovation when they perceive the environment as uncertain, and incremental innovation is partly adopted by those managers in that kind of environment. As stated by Koberg, Detienne, and Heppard (2003), top managers tend to undertake radical changes in uncertain environments since highly fluctuated environments cause to the product cycles to be short, require firms to innovate quickly to survive. When the policymakers perceive the external environment as dynamic, their frequency of adopting radical innovation is more than the frequency of adopting incremental innovation, but eventually, they adopt both radical and incremental innovations as they perceived the environment as dynamic (Koberg, Detienne, and Heppard, 2003). So, uncertain environments may favor both types of innovation. Koberg, Detienne, and Heppard (2003, p. 24) have reported that the conditions favoring radical innovations diverged from the ones that are in favor of the incremental innovation, and that dissimilar cultural features such as individualism versus collectivism influence incremental innovations and radical innovations in different ways. In Hofstede's work (1983), uncertainty avoidance indicates a society's tolerance for ambiguity. National cultures such as Turkey's national culture have strong uncertainty avoidance that is what is different is dangerous (Sargut, 1994), and people in countries with high uncertainty avoidance avoid to take risks (Smit, 2015). Hence, when the managers in Turkey perceive the environment as uncertain, then they may adopt both types of innovation rather than adopting solely radical innovation to be able to mitigate risks.

We, therefore, hypothesize that;

H₁: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1A}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to government and policies factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1B}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to product market and demand factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1C}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to competition factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1D}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to technology in your industry factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1E}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to economy factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{1F}: The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to resources and services used by your company factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

Elhamma (2015) has studied on the association between managerial innovations and perceived environmental uncertainty. In this paper, Elhamma has focused on a completely new method in the management accounting as managerial innovation, and concluded that the use of the new method is resulted an increase in profitability in an uncertain environment, and that there is no difference in profitability between firms adopting or not adopting the new method in a stable environment. In the other words, there is no difference in firm profitability based on whether the managers adopt radical innovation in a stable environment, and there is an increase in profits based on adopting radical innovations in the environments that perceived as uncertain. Since there is no difference in the profits about adopting radical or incremental innovations,

managers, then, may adopt solely incremental innovations in the environments they perceive as stable because incremental innovations related to systematic cost reduction, routinization, and standardization (Koza and Lewin, 1998). We, therefore, hypothesized that;

H₂: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

H_{2A}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to government and policies factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental innovations than the adoption solely of radical innovations.

H_{2B}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to economy factor, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

H_{2C}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to resources and services used by your company factor, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

H_{2D}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to product market and demand factor, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

H_{2E}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to competition factor, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

H_{2F}: The more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to technology in your industry factor, the more increase in the adoption of incremental innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations.

There has been little focused work on an examination of the direct influence of perceived environmental uncertainty on innovation adoption. There is also an argument in the literature on the most proper survey scale to adopt for PEU research (Miller, 1993; Buchko, 1994). In this study, thus, we tested reliability of the PEU scale.

3. METHODOLOGY

This study explores how managers' adoption of radical and incremental innovation is influenced by the perceived uncertainty of the environment. With this purpose, the questionnaire was distributed to managers working in Istanbul, Turkey. These participants were working for companies that function in various industries such as energy, health, education, food, and construction. We used convenience sampling in this research. In total 230 managers filled out the paper questionnaire. 33,9 % of the sample was female and 66,1 % was male. 52,6 % of the participants had a university degree, 36,5 % had a master degree, 5,2 % had a PhD degree.

The survey included three sections: The first section provided personal and organizational information. The second section gave the PEU questionnaire, and the third section provided innovation adoption questionnaire.

We used the questionnaire developed by Miller (1997) to measure PEU. The questionnaire has 35 items. This questionnaire is consisted of six dimensions that measure the PEU. The dimensions are "*government and politics*", "*economy*", "*resources and services used by your company*", "*product market and demand*", "*competition*", and "*technology in your industry*" (Miller, 1997:13-14). Respondents were asked to assess the extent to which each item is accurate according to their perceptions and about their company. A 7-point Likert response scale is employed, ranging from predictable (1) to unpredictable (7).

Innovation adoption is measured by asking participants which innovation type they adopt and include them in their processes by giving the detailed definitions of the radical or incremental innovation. Participants could select either one of them or both of them based on their adoption of these innovation types.

We translated PEU scale from English to Turkish. We back-translated the items to control the soundness of the translation. The meanings of the back-translated items matched well with the meanings of the original English items. Addition to this effort, two bilingual academicians examined the translation of the scale. We, then, did corrections based on their recommendations. Innovation adoption questions were already prepared in Turkish. Because verifying the reliability and validity of the questionnaire is necessary, we pretested the Turkish version of the questionnaire with randomly selected 30 participants. According to this study, we found the Turkish version of the scale as reliable (α : .950).

Dependent variables in this research are in categorical structure with three categories

about innovation adoption; therefore, linear regression analysis that is employed to analyze the association between continuous variables cannot be used. We analyzed our data by multinomial logistic regression model that is the most generalized logistic regression model used for modelling choices that include more than two categories (Duquenne and Vlontzos, 2012; Cameron and Trivedi, 2010). Multinomial logistic regression analysis is a method for explaining the cause and effect associations between dependent and independent variables in cases dependent variables are obtained by a classification scale and include three or more than three categories (Hosmer et al, 2013).

4. FINDINGS

Exploratory factor analysis was employed to observe the structure of the factors of the Perceived Environmental Uncertainty (PEU) scale. Factors with Eigenvalues 1.00 or more were included in total variance explained. Three items with a factor loading less than .500 and loading to more than one factor were excluded from the analysis in consequence of factor analysis with 35 items. The items that remain were loaded on six factors explaining the 67,409 % of the total variance. PEU scale reliability was found as $\alpha = .936$.

Table 1 Results Of The Factor Analysis Of PEU Scale

		Factor Loadings	Cronbach Alpha
Factor 1: Government and Policies	Variance:13,812		.876
12. Tax policies		.711	
13. Monetary policy		.817	
14. Prices controlled by the government		.794	
15. National laws affecting international business		.721	
16. Legal regulations affecting the business sector		.732	
17. Tariffs on imported goods		.530	
18. Enforcement of existing laws		.588	
19. Public service provision		.581	
Factor 2: Product market and demand	Variance:11,982		.887
31. Client preferences		.744	
32. Product demand		.782	
33. Availability of substitute products		.714	
34. Availability of complementary ~ products		.654	
Factor 3: Competition	Variance: 11,300		.870
35. Changes in competitors' prices		.649	
36. Changes in the markets served by competitors		.627	
37. Changes in competitors' strategies		.713	
38. Entry of new firms into the market		.781	
39. Domestic competitors		.712	
40. Foreign competitors		.603	
Factor 4: Technology in your industry	Variance:10,261		.919
41. Product changes		.724	
42. Changes in product quality		.729	
43. New product introductions		.673	
44. Changes in the production process		.740	
Factor 5: Economy	Variance:10,068		.903
20. Inflation rate		.786	
21. Exchange rate with dollar		.884	
22. Interest rate		.871	
23. Results of economic restructuring		.688	
Factor 6: Resources and services used by your company	Variance: 9,986		.836
24. Availability of trained labor		.593	
25. Labor and union problems		.545	
26. Quality of inputs, raw materials, and components		.633	
27. Availability of inputs, raw materials, and components		.623	
29. Transportation system within the country		.572	
30. Transportation system to foreign countries		.558	

Kaiser-Meyer-Olkin Value: .894 df: 528 Bartlett Significance Value: .000 Chi-Square Value: 5291.224

These six factors were in compliance with Miller’s six-factor model and named as government and policies, product market and demand, competition, resources and services used by your company, technology in your industry, and economy as specified in the literature. We tested all the factors for reliability and found Cronbach’s Alpha coefficient as .876 for government and policies factor, .887 for product market and demand factor, .870 for competition factor, .919 for technology in your industry factor, .903 for economy factor, and .836 for resources and services used by your company factor. The results are shown in Table 1.

We also provide Pearson correlation among PEU and demographic variables in Table 2.

Table 2: Pearson Correlation Among PEU And Demographic Variables

		Correlations					
		ECONOMY	PRODUCT MARKET AND DEMAND	COMPETITION	TECHNOLOGY IN YOUR INDUSTRY	GOVERNMENT AND POLICIES	RESOURCES AND SERVICES USED BY YOUR COMPANY
TITLE OF THE MANAGER	Pearson Corr.	-,052	-,067	-,134(*)	-,047	-,022	-,091
	Sig. (2-tailed)	,432	,308	,043	,481	,742	,171
	N	230	230	230	230	230	230
SECTOR	Pearson Corr.	,142(*)	,102	-,033	,030	,089	,110
	Sig. (2-tailed)	,032	,124	,622	,654	,178	,095
	N	230	230	230	230	230	230
DEPARTMENT	Pearson Corr.	,087	-,060	,039	-,006	,029	-,090
	Sig. (2-tailed)	,187	,364	,559	,933	,662	,176
	N	230	230	230	230	230	230
GENDER	Pearson Corr.	-,047	,031	,122	,059	-,090	,015
	Sig. (2-tailed)	,476	,641	,064	,372	,173	,819
	N	230	230	230	230	230	230
EDUCATION	Pearson Corr.	,031	,030	,007	,078	-,020	-,014
	Sig. (2-tailed)	,642	,650	,912	,241	,761	,833
	N	230	230	230	230	230	230
NUMBER OF EMPLOYEES	Pearson Corr.	,030	,019	-,077	-,106	,094	,056
	Sig. (2-tailed)	,650	,773	,243	,110	,154	,402
	N	230	230	230	230	230	230
ORGANIZATIONAL AGE	Pearson Corr.	,156(*)	,019	-,032	-,089	,082	,085
	Sig. (2-tailed)	,018	,775	,633	,180	,217	,199
	N	230	230	230	230	230	230
FREQUENCY OF INNOVATION	Pearson Corr.	,051	,008	-,103	,054	-,032	,071
	Sig. (2-tailed)	,439	,901	,118	,414	,629	,287
	N	230	230	230	230	230	230
TYPE OF INNOVATION	Pearson Corr.	,004	,033	-,005	-,023	,117	,084
	Sig. (2-tailed)	,955	,623	,935	,724	,075	,205
	N	230	230	230	230	230	230
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

According to Pearson correlation among PEU and demographic variables, there is a positive relationship between organizational age and economy factor of PEU, a negative relationship between title of the manager and competition factor of PEU, and a positive relationship between sector and economy factor of PEU at 0.05 significance level. These findings indicate that as the organizational age increases, managers' perception of economic uncertainty increases, and the perception of uncertainty about competition issues increases as managers' titles lowers. And, as the sectors of managers go from sectors such as education and health to the information technology sector, managers' perception of economic uncertainty is increasing.

The relationship between PEU and Innovation Adoption was tested using Multinomial Logistic Regression. Table 3 shows the outcomes of the Multinomial Logistic Regression analysis. The outcomes indicated that only the Government and Policies factor of the PEU contributed to innovation adoption.

Table 3: Results of the Multinomial Logistic Regression Analysis between PEU and Innovation Adoption

Parameter Estimates

Dependent(a)	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)
Incremental	Intercept	1,455	,680	4,576	1	,032	
	Resources and services used by your company	,224	,207	1,171	1	,279	1,251 ,834 1,876
	Technology in your industry	,116	,188	,380	1	,537	1,123 ,777 1,622
	Government and policies	-,213	,161	1,745	1	,187	,808 ,590 1,108
	Competition	-,174	,194	,803	1	,370	,840 ,574 1,229
	Economy	-,153	,140	1,203	1	,273	,858 ,652 1,128
	Product market and demand	-,070	,199	,125	1	,724	,932 ,631 1,376
Radical	Intercept	,785	,730	1,155	1	,283	
	Resources and services used by your company	,359	,227	2,499	1	,114	1,432 ,917 2,236
	Technology in your industry	,212	,206	1,059	1	,303	1,236 ,826 1,849
	Government and policies	-,475	,183	6,753	1	,009	,622 ,435 ,890
	Competition	,157	,207	,577	1	,448	1,171 ,780 1,758
	Economy	-,101	,153	,436	1	,509	,904 ,670 1,220
	Product market and demand	-,328	,230	2,032	1	,154	,721 ,459 1,131

a The reference category is: both incremental and radical innovation adoption.

According to multinomial logistic regression analysis, hypothesis H1A stating “*The more increase in the perceptions of managers on environmental uncertainty related to government and policies factor, the more increase in both the adoption of radical and incremental of innovations than the adoption solely of radical innovations.*” was only supported. This means that managers adopting radical innovation are affected 0,622 times less by government and policies factor of PEU than managers adopting both types of innovations.

5. DISCUSSION

In this paper, the interaction between Perceived Environmental Uncertainty (PEU) and Radical and Incremental Innovation Adoption is investigated. Based on this research we found out the more managers’ perceptions on environmental uncertainty about government and policies, the more their likelihood on adoption of both types of innovations compared to their

likelihood on adoption of radical innovation. This means when the predictability of environmental uncertainty about government and policies decreases in one unit, managers prefer adopting both types of innovations 0,622 times more than managers who prefer adopting radical innovation. In other words, as the uncertainty becomes unpredictable, the probability of managers to prefer both types of innovation and is 0.622 times higher than the probability of managers to prefer solely one type of innovation. This result suggests that government and policies factor of the perceived environmental uncertainty favors the frequency of incremental and radical innovation (Koberg, Detienne, and Heppard, 2003).

Our results suggest that environmental factors seem to restrain or promote strategists' innovative efforts. According to our findings, both radical innovation and incremental innovation adoption increased as perceived environmental uncertainty increased. The results are incompatible with Gilsing, Vanhaverbeke, and Pieters's (2014) finding that companies' ability to acquire new cliques beyond their scope in their network and their access to new technological knowledge affect their innovative performance for the period of technologic turbulence. This means that radical innovation increases firm performance during technological turbulence. Gilsing, Vanhaverbeke, and Pieters's (2014) finding may be the result of the studying only the periods of technological uncertainty, either/or not to investigate the combine effect of radical and incremental innovation on firm performance during uncertainty periods. Our findings are coherent with Tushman and Romanelli's (1985) proposition about potent organizations' tendency to undertake reorientations or radical changes in the environments with high uncertainty, with Kartaltepe Behram and Özdemirci's (2014) finding that innovativeness and proactiveness emerge in hostile and dynamic conditions and negatively affected by munificence and with Van Wijk, et. al.'s (2012) finding that a balance between bridging diverse ties and maintaining strong ties for the creation of innovations is required and this provides adapting to diverse and competitive conditions. Lavie, Kang, and Rosenkopf (2011) found that firms that balance exploration and exploitation acquire profits and market value. This can also be explained by organizational ambidexterity approach (Jansen, van den Bosch, and Volberda, 2005; Andriopoulos and Lewis, 2009; Gibson and Birkinshaw, 2004; Lavie and Rosenkopf, 2006) that is discussed in literature review section by stating that exploring and exploiting simultaneously in highly uncertain environments provide firms dynamic capabilities to prosper and survive (Benner and Tushman, 2003; Gibson and Birkinshaw, 2004; Jansen, van den Bosch, and Volberda, 2005).

Although the second hypothesis and its sub-hypotheses stating that the more decrease in the perceptions of managers on environmental uncertainty, the more increase in the adoption of incremental of innovations than the adoption of solely radical innovations and the adoption of both types of innovations were not supported, managers' adoption of incremental innovation is believed to increase as the environmental uncertainty decrease (Koza and Lewin, 1998; Koberg, Detienne and Heppard, 2003). Elhamma's (2015) study on the association between managerial innovations and perceived environmental uncertainty exhibited there is no difference in firm profitability based on whether the managers adopt radical innovation in a stable environment, and there is an increase in profits based on adopting radical innovations in the environments that perceived as uncertain. Hence, managers may adopt merely incremental innovations in the environments they perceive as stable because incremental innovations related to systematic cost reduction, routinization, and standardization (Koza and Lewin, 1998). This means that the more decrease in uncertainty, the more increase in incremental innovation adoption, on the other hand, the more increase in uncertainty, the more increase in both types of innovation adoption. This interpretation is consistent with Koberg, Detienne, and Heppard's (2003) finding that environmental dynamism will be an important predictor of radical innovation, rather than increasing innovation.

As our results have indicated, government and policies factor is the effective factor on managers' decisions on innovation adoption. Since Austin (1990) names governments as "mega-forces" forming industry architecture and underlying forces in developing countries, this result is understandable especially in countries such as Turkey that has very complicated environment because of the war surrounded around her and the problematic political issues in the country. In addition to these findings, current study provides a first empirical test of Miller (1993) PEU scale in Turkey with a high reliability.

5.1. Managerial Implications

Our results possess some implications for managers who pursue innovativeness in uncertain environments. Some studies have shown that an uncertain environment is positively related to radical innovation and unrelated to incremental innovation (e.g. Germain, 1996), however, this is not true for Turkish context since political and policy changes are exposed to national social influences and, therefore, should differ from one country to another (Miller, 1993). Managers, thus, might be uncertain about what actions might be taken or about the likelihood or landscape of changes in an environment (i.e. the major new developments in technology) (Milliken, 1987). Therefore, managers may benefit from our results knowing that

the highly uncertain environments in terms of political policy changes require adopting both types of innovation to be able to achieve surviving and cope with uncertainty in the environment by encouraging essential changes in the firm's organizational structure, technologies, processes, products, and organizational methods, and the improvement of existing organizational structure, technologies, processes, products, and organizational methods (Fores and Camison, 2016).

5.2. Limitations

While this inquiry contributes significantly to the literature, it has some research limitations. We examine the relationship between perceived environmental uncertainty and innovation adoption from managers' lenses in this paper. Understanding this relationship can provide organizations many aspects to be able to cope with changes and thus survive. Because culture is one of the environmental uncertainty variables, it is important to investigate such relationship by adding national culture dimensions such as uncertainty avoidance. This is the first limitation of our study. Future works may include national culture especially "uncertainty avoidance" variable in studying this relationship.

The second limitation of the study is that we applied this research on organizations that operate in various industries. However, each industry has its own dynamics and environmental conditions. Therefore, future research may investigate this relationship in specific industries, and may compare the managers' perceptions about uncertainty and innovation adoption in those industries. Third, we examined only the effects of environmental factors on the managers' decisions about innovation adoption. Future research may include organizational factors such as the age and size of the firm and structure of the firm and managerial characteristics such as managers' demographics (Koberg, Detienne, and Heppard, 2003) in addition to environmental factors to see if they have an effect on the managers' decisions.

Fourth, environmental uncertainty has effects on organizational structures and therefore causes uncertainty on the employee and employer expectations and employment structures (İyigün and Çetin, 2012) by affecting the organization's innovative efforts. Future research may examine employment structure to see its effects on the innovation adoption efforts and decisions. Fifth, we collected data from organizations located in Istanbul. It would be very useful to collect data from various cities in Turkey to be able to generalize the findings. We used cross-sectional design, and collected data by questionnaire method. Longitudinal research design may be used in future research to investigate this relationship. Additionally, using qualitative data collection methods such as interview and case studies by future studies can be

useful to understand this relationship.

6. CONCLUSION

In this paper, we have focused on the association between managers' perceptions about environmental uncertainty and their adoption of innovation. According to our findings, in highly uncertain environments in terms of governmental and policy factor, managers choose to adopt both types of innovation since they want avoid to take risks of adopting solely one type of innovation. Our findings indicated that the adoption of innovation is not related to other factors of environmental uncertainty such as resources and services used by the company, competition, economy, product and market demand, and technology in the industry but only related to government and policies. This might be because we did our research during the time that some crucial issues have been realizing in the Middle East, and also after 15 July coup attempt. That is why the only significant factor in our analysis is government and policies factor.

REFERENCES

- Andriopoulos, C. and Lewis, M. W. (2009). "Exploitation-exploration tensions and organizational ambidexterity: managing paradoxes of innovation", *Organization Science*, Vol. 20 No. 4, pp. 696-717.
- Austin, J. E. 1990. *Managing in developing countries*. New York: Free Press.
- Benner, M. J., and Tushman, M. L. (2003). "Exploitation, exploration, and process management: the productivity dilemma revisited", *Academy of Management Review*, Vol. 28, pp. 238-256.
- Cameron, C., and Trivedi, P. (2010). *Microeconometrics Using Stata*. Texas: Stata Press.
- Christensen, C.M. (1997). *The Innovator's Dilemma*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Çetin, C. (2009). *Liderlik stilleri, değişim yönetimi ve ekip çalışması [Leadership styles, change management and team works]*, İstanbul: İTO Yayınları.
- Daft, R. and Weick, K. (1984) "Toward a model of organizations as interpretation systems", *Academy of Management Review*, Vol. 9 No.2, pp. 284-95.
- Damanpour, F. and Schneider, M. (2006). "Phases of the adoption of innovation in organizations: effects of environment, organization and top managers", *British Journal of Management*, Vol. 17, pp. 215-236.
- De Lancer Julnes, P. And Holzer, M. (2001). "Promoting utilization of performance measures in public organizations: an empirical study of factors affecting adoption and implementation", *Public Administration Review*, Vol. 61 No. 6, pp. 693-708.
- Dewar, R.D. and J.E. Dutton (1986) "The adoption of radical and incremental innovations: an empirical analysis", *Management Science*, Vol. 32 No. 11, pp. 1422-1433.
- Duncan, R.B. (1972). "Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 17, pp. 313-327.
- Duquenne, M.-N., & Vlontzos, G. (2012). "The Greek olive oil market and the factor affecting it". *Discussion Paper Series*, pp. 61-82.
- Elhamma, A. (2015). The relationship between activity based costing, perceived environmental uncertainty and global performance, *International Journal of Management, Accounting and Economics*, Vol. 2 No. 1, pp.73-90.
- Ettlie, J. E. (1983). "Organizational policy and innovation among suppliers to the food processing sector", *Academy of Management Journal*, Vol. 26 No. 1, pp. 27-44.
- Fores, B. and Camison, C. (2016). "Does incremental and radical innovation performance depend on different types of knowledge accumulation capabilities and organizational size?", *Journal of Business Research*, Vol.69, pp. 831-848.
- Germain, R. (1996). "The role of context and structure in radical and incremental logistics innovation adoption", *Journal of Business Research*, Vol. 35, pp. 117-127.
- Gibson, G. B. and Birkinshaw, J.(2004). "The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity", *Academy of Management Journal*, Vol. 47 No. 2, pp. 209-226.
- Gilsing, V., Vanhaverbeke, W., and Pieters, M. (2014). Mind the gap: Balancing alliance network and technology portfolios during periods of technological uncertainty, *Technological Forecasting & Social Change*, 81, pp. 351-362.
- Gupta, A. K., Smith, K. G., and Shalley, C. E. (2006). "The interplay between exploration and exploitation", *Academy of Management Journal*, Vol. 49 No. 4, pp.693-706.
- Hamel, G. (2000). *Leading the Revolution*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hannan, M. T. and J. Freeman. (1977). Population ecology of organizations. *American Journal of Society*. Vol. 82 No. 5, pp. 929-964.
- Hofstede, G. (1983). "National cultures in four dimensions: a research-based theory of cultural differences among nations", *International Studies of Management and Organization*, Vol. 13 No. 1-2, pp. 46-74.
- Hosmer, D., Lemeshow, S., Sturdivant, R. (2013). *Applied Logistic Regression*. Canada:Wiley&Sons Publications.

- İyigün, Ö. and Çetin, C. (2012). Psikolojik kontratın örgütsel sapma üzerindeki etkisi ve ilaç sektöründe bir araştırma [The impact of psychological contract on organizational deviance and a research in pharmaceutical sector], *Öneri*, Vol. 10 No. 37, pp.15-29.
- Jansen, J.J.P., Van Den Bosch, F.A.J., Volberda, H.W., (2005). “Exploratory innovation, exploitative innovation, and ambidexterity: the impact of environmental and organizational antecedents”, *Schmalenbach Business Review*, Vol. 57, pp. 351-363.
- Jansen, J.J.P., Van den Bosch, F.A.J., and H.W. Volberda. (2006). “Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators”. *Management Science*, Vol. 52, No. 11, pp. 1661–1674.
- Karpak, B., Kaya, Ç. and Eunni, R. V. (2010). “Exploring the dynamics of innovation in high-tech industries: an ecological perspective”, *Review of Business Research*, Volume 10, Number 5, 2010, p. 42-53. *Review of Business Research*, Vol. 10 No. 5, pp. 42-53.
- Kartalpe Behram, N. and Özdemirci, A. (2014). “The empirical link between environmental conditions, organizational culture, corporate entrepreneurship and performance: the mediating role of corporate entrepreneurship”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5 No. 2, pp. 264-276.
- Kim, WC and Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*, Boston, MA: Harvard Business School Publishing.
- Koberg, C. S., Detienne, D. R., and Heppard, K. A. (2003). “An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental and radical innovation”, *Journal of High Technology Management Research*, Vol. 14, pp. 21-45.
- Koza M.P. and Lewin A.Y. (1998). “The co-evolution of strategic alliances”, *Organization Science*, Vol. 9, pp. 255-264.
- Kuan, K.K.Y., and Chau, P. Y. K. (2001). “A perception based model for EDI adoption in small businesses using a technology-organization-environment framework”, *Information & Management*, Vol. 38, pp. 507-521.
- Lavie, D., Kang, J., and Rosenkopf, L. (2011). Balance Within and Across Domains: The Performance Implications of Exploration and Exploitation in Alliances, *Organization Science*, Vol. 22, No. 6, pp. 1517–1538.
- Lavie, D., and Rosenkopf, L. (2006). “Balancing exploration and exploitation in alliance formation”, *Academy of Management Journal*, Vol. 49 No.4, pp. 797-818.
- Lawrence, P. and Lorsch, J. (1967). *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Boston: Harvard University Graduate School of Business Administration, Division of Research.
- McCabe, D.L. (1990). “The assessment of perceived environmental uncertainty and economic performance”, *Human Relations*, Vol. 43 No. 12, pp 1203-1218.
- Miles, R. E. and Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, K. D. (1997). Measurement of Perceived Environmental Uncertainties: Response and Extension, Purdue CIBER Working Papers, Paper 123, <http://docs.lib.purdue.edu/ciberwp/123>
- Milliken, FJ (1987). “Three types of perceived environmental uncertainty about the environment: state, effect and response uncertainty”, *Academy of Management Review*, Vol. 12, pp. 133-143.
- Moore, G. C. and Benbasat, I. (1991). “Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation”, *Information Systems Research*, Vol. 2 No. 3, pp. 192-221.
- Orlikowski, W.J. (1991). Radical and incremental innovations in systems development: an empirical investigation of case tools, CISR WP No. 221, Sloan WP No. 3283, Center for Information Systems Research, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Sargut, S. (1994). *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim [Cross Cultural Differentiation and Management]*, Verso Yayıncılık, Ankara.
- Smit, C. (2015). *Uncertainty Avoidance in International Business: The Hidden Cultural Dimension You Need To Understand When Doing Business Overseas, Culture Matters*. <https://culturematters.com/wp-content/uploads/2015/08/Uncertainty-Avoidance-in-International-Business-Abbreviated-Version.pdf>, (accessed 17 October 2016).
- Thompson, J.D. (1967). *Organizations in Action*, New York, NY: McGraw-Hill.

- Tidd, J. (2001). "Innovation management in context: environment, organization and performance", *International Journal of Management Review*, Vol. 3 No. 3, pp. 169-183.
- Tornatzky, L. G. and Klein, K. J. (1982). "Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: a meta-analysis of findings", *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol. 29 No. 1, pp. 28-43.
- Tushman, M. L., and O'Reilly, C. 1996. Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change. *California Management Rev.* 38, 8–30.
- Tushman, M. L., and Romanelli, E. (1985). Organizational evolution: a metamorphosis model of convergence and reorientation. In L. L. Cummings, & B. M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, Vol. 7 (pp. 171–222). Greenwich, CT: JAI Press.
- Van Wijk, R., Jansen, J. P., Van Den Bosch, F. A. J, and Volberda, H. W. (2012): How firms shape knowledge to explore and exploit: a study of knowledge flows, knowledge stocks and innovative performance across units, *Technology Analysis & Strategic Management*, 24:9, 929-950.

Citation: Dönbak E.R. (2018), Organizational Ecology of Accommodation Populations That Take Place In Turkey, BMIJ, (2018), 6(4): 790-805 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.293>

ORGANIZATIONAL ECOLOGY OF ACCOMMODATION POPULATIONS THAT TAKE PLACE IN TURKEY

Eda Rukiye DÖNBAK¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 28/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 29/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

The present study aims at taking an ecological approach to explain general and private types of accommodation organizations' ecological movements in Turkey. Distribution Statistics for Certified Accommodation Facilities by Their Type issued by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey for the period between 1990 and 2015, was used as data source. General and private organization types were classified by using this data and previous studies in literature. In this study repeated measure ANOVA test is used in order to investigate the significant differences between general and private accommodation groups' upward trends between years of 1990 – 2015. When the data is tested independently based on years it is found that there is significant difference only in the group of private organizations. There was an upward trend in all groups compared to the years whereas this difference was significant only in the group of private organizations. The results can aid organizations strategically implementing their business plans.

Keywords: Management, Business Management, Tourism Management, Organizational Ecology

JEL Codes: M21, M5, Z

TÜRKİYE'DE YER ALAN KONAKLAMA POPÜLASYONLARINA AİT ORGANİZASYON EKOLOJİLERİ

ÖZ

Bu çalışma, örgüt ekolojisi yaklaşımı çerçevesinde Türkiye'deki genel ve özel türlerdeki konaklama organizasyonlarının ekolojik davranışlarını açıklamayı amaçlamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1990 – 2015 yılları arasında oluşturulan, “Belgeli Konaklama Tesislerinin Tür ve Sınıflarına Göre Dağılım İstatistikleri” araştırma verileri olarak kullanılmıştır. Veriler ile birlikte ilgili literatür kullanılarak genel ve özel konaklama türleri sınıflaması yapılmıştır. Bu çalışmada, genel ve özel konaklama gruplarının 1990-2015 yılları arasındaki yükselme eğilimleri arasındaki önemli farklılıkları araştırmak amacıyla tekrarlı ANOVA testi kullanılmıştır. Verileri yıllara göre ayrı olarak test ettiğimizde, sadece özel konaklama örgütleri grubunda anlamlı bir fark elde edilmiştir. Tüm gruplarda yıllara göre yükselme eğilimi görülürken, bu fark sadece özel konaklama örgütleri grubunda anlamlı olmuştur. Araştırma sonuçlarının iş yönetim stratejilerini oluşturmada yöneticiler için fayda sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim; İşletme Yönetimi; Turizm İşletmeciliği; Örgüt Ekolojisi

JEL Kodları: M21, M5, Z

¹ Dr. Öğr. Üys, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, edonbak@adiyaman.edu.tr <http://orcid.org/0000-0002-1752-0390>

1. INTRODUCTION

The expansion of various services given in different type accommodation firms, have intensified competition for scarce resources among *private* and general types of accommodation organizations. To increase their chance of survival they try to take advantage of new organizational forms. For example, Hilton Hotels produce different types of services for tourists and businessmen by running Hampton By Hiltons, Hilton Garden Inn, Doubletree By Hilton, Homewood Suits By Hilton, Hilton Hotels & Resorts, Embassy Suite Hotels, Home2 Suites by Hilton and Hilton Grand Vacations (<https://www.hilton.com.tr/haberler>).

Compared to international chain hotels, smaller national establishments seem to offer more focused services. In recent years, there are two trends in the hospitality industry, one of which is the increase in the number of establishments entering the market and the other is also directed to boutique hotels. (Jones et al., 2013). Boutique hotels having a market segment out of the reach of large chain hotels, operate in a market in which small-scale accommodation businesses operate and they are distinguished from large-scale organizations with their unique room design offering a specific concept and furniture, suitable for such a concept (Strannegard & Strannegard, 2012). Allastair et al. (1996), note that private accommodation types will play an important role in the future and this type of accommodation is classified according to their facilities (number of rooms, location selection, the period they are open for business), number of employees, dining services, ownership type, and performance level (seasonal business, occupancy rate, profitability, number of overnight stays).

Having investigated the trends available in Asia-Pacific Region in hospitality industry since 90s, Hing et al. (1998), reported that the number of hotels specialized in services such as meetings and conferences (MICE), apart hotels, eco-hotels, boutique hotels and B&B hotels that are suitable for tourists who are looking for an experience-focused vacation with a substantial travelling motivation, has been increasing ever since. Callan & Fearon (1997), in their study, defined another private accommodation type, the plateau and ranch houses, as hotels owned by private entrepreneurs which have no more than 60 rooms with very special housing function and which are located at an attractive location in a plateau, village or ranch. Another type of accommodation is the thermal hotels which serve for the needs of the healthcare industry, which has been developing recently.

Distinguished from hotels offering medical services (Meditel), these thermal hotels offer services such as natural thermal water, diet programs under supervision of the personnel,

rehabilitation services, skin care and beauty programs along with services such as accommodation and dining (Han, 2013; Chen, & Tzeng, 2011; Lu & Shiu, 2009; Hsieh, 2007). Trade in body care and health services and products, which are of international quality, is considered a new and a very profitable industry especially in developing countries (Han, 2013; Heung et al., 2011; Bookman & Bookman, 2007).

It is estimated that the golf tourism market is the world's most developed sports tourism market with a trade volume of \$20B (Humphreys, 2014). Moital & Machado (2013), noted that the satisfaction of golf tourists depends on nine factors and one of these factors is the availability of golfing facilities in the complex and stated that golf tourism plays an important role in reducing the seasonal impact especially on destinations depending on "sun and sea" tourism. According to the definition of Ministry of Culture and Tourism of Turkey, golf hotels consists of golf course, heating and practice areas along with supporting facilities located on areas suitable for the international norms of the golf sport. Golf hotels and thermal hotels are also incorporated into the star rating system in Turkey depending on the building features, service types, activities and quality of the facilities.

Aim of this study, is to examine ecological events of private accommodations rather than at the individual organization research level by using organizational ecology approach. Tourism scholars have devoted considerable attention to explain private accommodation types (Han, 2013; Jones et al., 2013; Strannegard & Strannegard, 2012; Callan & Fearon, 1997, Allastair et al. 1996), however, no earlier research has applied organizational ecology perspective to examine upward tendency of private type accommodation organizations. Hijalager, (2000) noted, organizational ecology has offered rich content in order to understand the environmental behavior of organizations operating in the tourism industry better. In her first research Hijalager (1999), discusses the dynamics of regional tourism development. In her second research, Hijalager (2000), focused study on explanations for the occurrence of life events in the restaurant sector by applying organizational ecology approach. Andersson et al. (2013), addresses the sustainability of festival populations from the perspective of organizational ecology. Getz and Andersson, (2016), employed organizational ecology theory for analyzing whole populations of festival and events. Researches in this theory generally use longitudinal data and investigate the entry and exit of firms to the populations available in an industry, and their survival rates (Hijalager, 2000; Loree, 2008; Erdil, Kalkan & Alparslan, 2010; Xu, 2017).

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Organizational Ecology

The organizational ecology theory was first introduced in the “Population Ecology of Organizations” by Hannan & Freeman in 1977 (Kaya & Ataman, 2013, p.59; Getz & Andersson, 2016). Mathew (2015), associated organizational ecology with open system theory by explaining “organizations and their external environments are in a constant state of ‘material’ exchange in the form of information and other feedback, leading to active and adaptive changes in each of their future conditions”. It was noted before in the definition of population as part of the organizational ecology, and it is also a result of the fact that organizations in a population are a group of organizations which use similar resources and operate in a similar manner. Population density, organizational competition, distribution of natural resources and government regulations are governed by relevant social processes which leads to increased or decreased population concentration (Kaya & Ataman, 2013; 60). Ivery (2007), also noted that organizational ecology is theoretical framework for analyzing survival and interdependency of organizations.

Organizational ecology investigates any group of living organisms and their relationship with their environment (Carroll & Hannan, 1989, 2000). Organizational ecology involves the hypotheses namely, the rise of organizations with characteristics consistent with new conditions and the demise of organizations with characteristics inconsistent with new conditions as a result of environmental selection in an evolving organizational world (Ersoy et al., 2015). Addressing the survival of organizations in the population they belong to, the Darwinist theory explains the structural change organizations go through as a process involving phases such as diversification, selection, popularity and competition from an evolution point of view (Baum ve Amburgey, 2002). Examples of organizational ecology perspective commonly used in relevant studies include beer manufacturers, publishing, record companies, automobile manufacturers and banks (Carroll & Swaminathan, 2000). Organizational diversification, when it has a positive impact on the organization, may attribute a value to the organization and it may result in the survival of the organization and popularity of selected organizations come to mean that they are legitimate and they survive (Perrow, 1986).

2.2. Population Density and Density Dependence

In organizational ecology, population can be defined as a group of organizations with similar activities as well as a group of organizations with a shared form competing for the same

resources which interact with each other (Kaya & Ataman, 2013; 60). Population density is defined as the total number of firms operating in the population (Carroll & Hannan, 1989, p.524; Aldrich & Ruef, 2006, p.212; Anderson et al. 2013; Getz & Andersson, 2016; Xu, 2017). Density dependence represents vital rate as a result of number of organism (Anderson et al. 2013). The structure of the organizational forms available in a population, involves factors such as population density level and variety of the resources, population dynamics (Carroll, 1985; 1264); while the legitimacy of the organizational forms involves homogeneity or heterogeneity of the population (Petersen & Koput; 1991); and the population density involves liquidation, organizational evolution (Carroll & Hannan, 1989) and competition (Carroll, 1985).

Stretesky et al. 2012; Carroll & Hannan, 2000, claims that “organizations may differentiate in a flexible manner in order to become environmentally consistent and the level of homogeneity of a population decreases as the differentiation increases thus increasing the competition between organizations”. Carroll & Swaminathan, (2000), researched interdependence relation between micro beer producers and factory producers of USA’s beer producer populations. Hijalager (2000), suggested that fast food establishments and restaurants are interdependent, compete each other and they could be categorized as subcategories of food population because they appeal to different customer segments and have different developmental mechanisms. Similarly Hijalager (2000), Xu (2017), assumed as sub categories to party and non party newspapers. In this study private and general accommodation firms are classified as sub category of accommodation population in Turkey and they are assumed to be in a dependency relationship.

2.3. Sub Populations of Turkey’s Accommodation Population

However it is commonly accepted that a classification is hard for tourism products and services as the criteria used involves different structures (Serrano, Turrion & Velazquez, 2014), ‘star rating’ system is the most commonly used system in international platforms (Martin-Fuentes, 2016). Price, quality, service types, physical facilities and the income of the hotel, are classification criteria (Martin-Fuentes, 2016). Allastair et al. (1996), notes that private accommodation types will play an important role in the future and that this type of accommodation is classified according to their facilities (number of rooms, location selection, the period they are open for business), number of employees, dining services, ownership type, and performance level (seasonal business, occupancy rate, profitability, number of overnight stays). In their study researchers (Pearce & Moscardo, 1992; Allastair et al., 1996) report that

an accommodation business needs to meet three essential features in order to be considered as a private structure business, which are as follows:

“a) Selection of experienced human resources which can meet the individual needs of the guests (i.e., reception, dining, making information available, management and communication)

b) The location to be able to meet the needs of the guests (ranches or wildlife areas), organization properties (facility with a cultural or historical value), or ability to offer its guests an experience (handcrafts workshops or wildlife watch, etc.)

c) The accommodation facility is most commonly run by its owner and the fact that it is not a part of a chain or group, plays an important role in its classification as a private organization”.

Another factor behind the fact that accommodation businesses may be classified under types other than the ones defined by the regulations, is the location selection of those businesses. Proximity to the market, proximity to supplier and resources, status of workforce supply, operational costs, infrastructure facilities, legal regulations and incentives are among the classification criteria (Uludağ & Deveci, 2013). Aktaş (2002), reported that tourism motivation factors plays a role in the differentiated types of accommodation businesses. Chu & Choi (2000), tried to explain the diversity of hotels from demand side and emphasized six factors for hotel preference of tourists; service quality, physical facilities, rooms, reception, dining and recreation, and safety. Study by Zang et al., (2012), reported a significant relationship between international tourist arrivals in each state which has a tourist attraction and the money spent by these tourists and the facility location decision made by international chain hotels. In Turkey, The Ministry of Culture and Tourism explains the status of each hotel type with regards to these factors (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-esisler.html>). Accommodation types considered private organizations in Turkey as per the regulations of the Ministry of Culture and Tourism of Turkey, includes their location selection, architectural characteristics of the building, number of rooms, thematic design in rooms, characteristics of the furniture available in rooms, sports, health and recreational facilities, dining services (availability of dining and beverage options suitable for Turkish dining culture, meals and beverages consisting of homemade options, traditional Turkish cuisine menu, options from international cuisines, menus for other cuisines).

3. METHOD

3.1. Data Collection and Measurement

With the aim of measuring population density of accommodation organizations in Turkey, general and private sub population data are obtained from the “Distribution Statistics for Certified Accommodation Facilities by Their Type and Class” issued by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-esisler.html>) for the period between 1990 and 2015. In this study sub categories of accommodation populations are classified under general 1, general 2 and private accommodation types by using Ministry’s and previous studies’ classifications.

Table 1: Accommodation Type Groups

Groups	Group 2		Group 3
Accommodation Types Under Each Group	General Organization Groups		Private Organization Group
	Hotels with star rating	Pensions	Holiday Resorts
	Tourism Complexes	Training & Education	Private Facilities
		Facilities Caravan Parks	Thermal Hotels
		Apart Hotels	Thermal Holiday Resorts
		Hostels	Thermal Apart Hotels
		Motels	Golf Hotels
			Mountain Houses
			Auberges
			Plateau Houses
			Ranch or Village Houses
			Type B Holiday Resorts
			Campings
			Boutique Hotels
		Boutique Villas	

Table 1 is formed based on Ministry’s data and literature on diversity of accommodation establishments. Criteria such as properties of the facility locations, ability to serve for custom needs of guests, offering an experience to guests, contribution to sustainable tourism, characteristics of the personnel, features of dining and beverage services (Allastair et al., 1996),

attracting for touristic purposes along with accommodation needs (Aktaş, 2002), room design, themes available in rooms, use of furniture complementary to the room design (Strannegard, & Strannegard, 2012), offering customized services, being able to meet specific guest needs, not being a member of a chain, high quality equipment and furniture available in rooms (Jones, Day & Quadri – Felitti, 2013), and increasing service quality from 1-Star to 5-Star when the business is rated with star rating system (Martin ve Fuentes, 2016), were all compliant with the criteria defined by the Ministry and these criteria were used to group accommodation business types in this study. The most important discrimination between general first and second sub group is the star rating criterion. Accommodation sub populations available in Table 4 under the 1st and 2nd group are organizations with a general business strategy and they have heterogeneous market targets while the ones under the 3rd group are private organizations with a private business strategy and they have homogeneous market targets.

In Hijalager's (2000) study, organizational ecology approaches are divided into four groups as demographic, ecological, environmental and managerial processes and density is within the ecological process together with dependency. Density within ecological process is assumed as result of total number of firms in the population and it has an effect on entry to and exit from the population (Xu, 2017; Getz and Andersson, 2016; Hijalager, 2000). As density increases in a population, legitimation is likely to be increases and "density-dependent inhibitors" relating specifically to how many organisms there are in a given area (Anderson et al. 2013). From this view point it is possible to mention about resource partition model. Carroll & Swaminathan (2000), explain resource partitioning model in their study that assumes relationship between market trends of general and private organizations, subsequent increase in the number of private organizations available in any population and the fact that population density results in increased number of highly privatized companies. Getz and Andersson, (2016), proposed "as evidence that density dependence is applicable, researchers should first determine rates of change and assess any evident cycles, then correlate growth in start-ups and cumulative numbers of events with hypothetical causal factors". At this study general and private organizations are formed as sub populations of Turkey's accommodation population and their existences are assumed to be in relation to each other's general and differentiated business strategies. This study uses repeated measures ANOVA in order to investigate the differences between general and private accommodation organization types by population density. Analysis included number of general and private type firms as dependent variable and year groups as independent factors. Post-hoc analysis was used for comparisons in pairs. As

proposition of Getz & Andersson (2016), in this study, rates of changes in population density are measured firstly then correlated events with hypothetical factors.

3.2. Research Model and Hypothesis

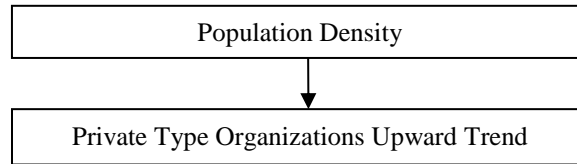


Figure 1: Research Model

Figure 1 shows the purpose of this study and the research model created with respect to the above mentioned theoretical framework. Carroll & Swaminathan (2000), employed resource partitioning model for measuring general and private organization founding and mortality rate in beer population in USA.

Hijalager (2000), compares existence of restaurants and fast food firms as sub population of food organization population in Denmark from organizational ecology perspective's demographic processes. Hijalager (2000), illustrated that age, size, affiliation, ownership and composition of labor variables have effect on existing rates of restaurant establishments, comparatively restaurants have more long-term life than fast food firms. Both studies used mortality and founding statistics of each establishment that included in their research samples, especially second one had reached composition of labor, ownership affiliation of firms' data and they obtained exact population events like population dependency and resource partitioning of general and private type of organizations. Because of data constraints about mortality rates of each type organization only foundation rate of establishments were used in this study.

According to Hannan et al. (2007) density dependence posits "relationship between density, the number of organizations in a population, and legitimation of the form of organization and competition among the population's members". Nickel & Fuentes (2004; 45); Ersoy et al. (2015) explain the relationship between legitimacy and the density dependence of the competition, as follows: the level of competition in the relationship is affected by the concentration dependence of the population, accordingly, level of competition increases as the concentration of the population increases while organizations in the population start to dissolve with the increased competition.

In this study organizations with narrowed segment width are defined as private organizations while organizations with a wider segment width are defined as generalist organizations. Private organizations will always outperform generalist organizations in specific environment without change as they feed on an unvaried resource base which allows for increased efficiency and productivity for such firms. As they are varied and dealing with more than one segment, generalist organizations have unproductive resources, therefore their chance of survival is lower than the specialist organizations. It can also be assumed that they are interdependent and compete with each other (Hijalager, 2000).

H₁: The accommodation population density in Turkey was increased between 1990 and 2015, means increased competitive environment in the Turkey's accommodation population.

H₂: Specialist accommodation sub population (Group 3) had an upward trend between 1990 and 2015 means outperformed generalist accommodation sub population.

Carroll and Swaminathan (2000; 719-720) explain the theoretical framework of resource partitioning with respect to the heterogeneous or homogeneous structure of the market organizations which adopt a general or private strategy operate in, as follows:

“Resource concentration is based on the idea that the number of organizations operating in a market characterized with heterogeneous resources increase and that the purpose of businesses operating in a heterogeneous market is positioned in different segments. Private organizations set a specific homogeneous target for themselves while general organizations prefer heterogeneous segments. In this case, as a result of large and general organization structure or the organization's competition with a smaller organization, the market for the small and private organization becomes a free resource. Thus, large organizations gain an even more general structure which leads to further growth. Resource partitioning, on the other hand, refers to continued use of resources by small organizations with a private strategy if they can survive in the face of the pressure of a large organization with a general strategy.”

H₃: General accommodation sub population (Group1 and Group2) had an upward trend 1990 and 2015 means competitive pressure on specialist accommodation sub population.

4. FINDINGS

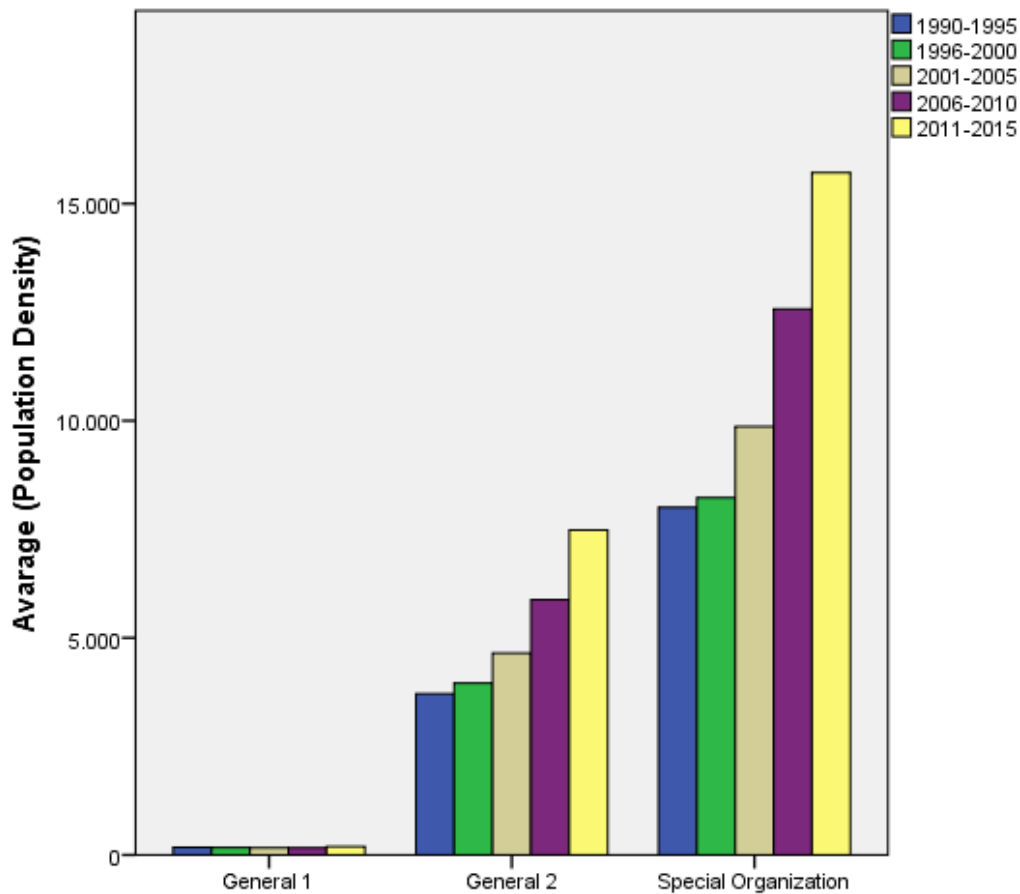


Figure 2: Organization Type

Fig. 2 shows the steadily increased population number of enterprises in Turkey throughout the period 1990 and 2015, thus, H1 receive empirical support. It can be seen, the growth in the private organizations has been particularly pronounced during this period compared with the generalist sub population's number. Jones & Quadri – Felitti (2013), stated that the growth of the private hotels like boutique and lifestyle hotels has been one of the most watched trends. Upward trend of private accommodation types in Turkey similar with this global phenomenon.

Table 2: Impact of Organizational Types in Population Densities

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Partial Eta Squared
Year groups	Pillai's Trace	,004	,141 ^b	4,000	145,000	,967	,004
	Wilks' Lambda	,996	,141 ^b	4,000	145,000	,967	,004
	Hotelling's Trace	,004	,141 ^b	4,000	145,000	,967	,004
	Roy's Largest Root	,004	,141 ^b	4,000	145,000	,967	,004
Years and Organizations	Pillai's Trace	,015	,538 ^b	4,000	145,000	,708	,015
	Wilks' Lambda	,985	,538 ^b	4,000	145,000	,708	,015
	Hotelling's Trace	,015	,538 ^b	4,000	145,000	,708	,015
	Roy's Largest Root	,015	,538 ^b	4,000	145,000	,708	,015

N(150), Greenhouse-Geisser; (,275), Huynh-Feldt; (,278)

As seen on Table 2, the Manova test results, the partial eta squared test result was within the bounds of 0.95. Accordingly, there is a significant difference in the density of the accommodation population over the years.

Table 3: Accommodation Population Density and Partition Relations Between Years of 1990-2015 in Turkey

	Organization Types						*p. →
	General 1		General 2		Private Organization		
	Avarage	Std.D.	Avarage	Std.D.	Avarage	Std.D.	
1990-1995	B 176,9	177,5	AB 3713,2	8400,8	A 8007,6 c	18021,9	,047
1996-2000	B 171,1	176,6	AB 3958,2	8713,0	A 8227,4 c	17901,3	,043
2001-2005	A 166,3	183,4	A 4646,3	11067,6	A 9863,6 b	23199,9	,063
2006-2010	A 165,0	211,5	A 5880,9	15856,3	A 12574,8 a	33282,3	,109
2011-2015	A 190,7	248,9	A 7484,5	22646,7	A 15715,4 a	47266,1	,183
**p ↓	,492		,128		,045		

In Table 3, different groups were shown in different letters (a,b,c). When the difference between the groups was examined by years, the difference between the accommodation groups between 1990-1995 and 1996-2000 was found to be statistically significant ($p < 0,05$). Terms of 1990-1995 and 1996-2000 were similar but different from later terms. Between 1990-1995 and 1996-2000 the group of private organizations has more facilities than the group of general organizations. Term of 2001-2005 was different from all other groups. 2006-2015 periods showed a marked increase as compared to the previous periods, this increase has caused statistical differences.

Statistically significant difference was detected between the groups of accommodation

organizations between the years of 1990 – 1995 and 1996 – 2000 ($p < 0,05$). The upward trend of private organizations was continued after the year of 2001 but its “p” value bigger than 0.05. Each group is evaluated separately, the difference by years was found only in the group of private organizations and the difference was statistically significant ($p < 0,05$). There was an upward trend in all groups compared to the years whereas this difference was significant only in the group of private organizations thus, H2 receive empirical support. In General 1 and General 2 groups, the change in the number of facilities compared to the years was not statistically significant ($p > 0,05$) thus, H3 doesn't receive empirical support.

5. CONCLUSION

5.1. Perspective of Research Methodology

The study illustrates the accommodation population density of general and private organization types in Turkey between the years of 1990 and 2015. Ecological events are explained by using Ministry of Tourism and Culture's data with the perspective of organizational ecology in Turkey's accommodation population. In order to be able to distinguish the sub-population groups of accommodation organizations correctly, both ministerial classifications and the determinations of tourism scholars were used. Hannan and Freeman (2009), divided restaurants as ethnic restaurants, fast food forms, luxury dining houses and coffee shops according to their operating time (24 hours in a day), price range, service style and menu items and they proposed that “there appears to be great variability in terms of specialism/generalism”. In their study, researchers (Pearce & Moscardo, 1992; Allastair et al., 1996) underline three criteria (talent human resource, location of establishment, running by owner or member of a chain) for accepting a hotel firm as private type. By unifying this view to Ministry of Tourism and Culture' classification, sub group of generalist and specialist accommodation establishment types were obtained. First of all, in this study, the relationship between the organisms of organizational ecology approach has been fulfilled by distinguishing between general and private organizations. This study found empirical evidence from organizational ecology perspective that accommodation population density in Turkey has steadily upward tendency (see Figure 1). Finally population density hypothesis receives empirical support. Even if there is growth across the population, this is only statistically significant in private organizations. According to these results obtained H2 was accepted but H3 was rejected. Resource partition means small organizations with specific strategies can survive despite the pressure of large organizations (Carroll & Swaminathan, 2000). According to the research findings, it can be said that the resource partitioning was realized.

5.2. Theoretical Implications

Organizational ecology perspective is used as research frame to addresses organizational behaviors. Having similar propositions with open system theory, organizational ecology approach remained mainly at the outside of tourism area. This study seeks to research diversity approach by conducting empirical investigation about accommodations population in Turkey. Different from a number of earlier studies in tourism (Hjalager, 2000; Andersson et al. 2013; Getz & Andersson, 2016) this study focused on organizational ecology events of accommodation populations and divided hotel types as specialist and generalist hotel establishments as sub populations. Current study's issues are theoretically interesting and can make contribution to other studies by presenting new horizons about investigating dynamic relations between organization's age, size affiliations and their being able to survive.

5.3. Practical Implications

Among the most important factors affecting the survival and lifecycle of businesses are their ability to adapt to global conditions and their sensitivity to their environment (Ülgen & Mirze, 2010; 31). By evaluating consequences of this study, owner of hotel establishments would have important strategic opinion. This study can make contribution to uncovering the mechanisms that drive strategic human resources of hotel establishments to support innovations and to ensure sustainable competitive advantage for hotel business.

5.4. Limitation and Future Research

This study fail to obtain more detailed data about each of generalist and specialist hotel establishments' age, size and mortality numbers registered as annually. Ministry of Tourism and Culture' s statistics of annual founding number of hotel classes in Turkey were the most comprehensive data resource for the aim of this study. Future studies also should develop more sensitive measures of environmental variables by adding GDP per capita, talented employee density etc.

REFERENCES

- Aktaş, A. (2002), *Tourism Management*, Antalya: Azim Printing Press.
- Aldrich, H.E. and Ruef, M. (2006), *Organizations Evolving*, CA: Thousand Oaks.
- Andersson, T., and Getz, D., (2016), “Analyzing Whole Populations of Festivals and Events: An Application of Organizational Ecology”, Vol:8(3), 249-273.
- Andersson, T., Getz, D. and Mykletun, R., (2013), “Sustainable Festival Populations: An Application of Organizational Ecology”, *Tourism Analysis*, Vol:18, 621-634.
- Baum, J.A.C. and Amburgey, T.L. (2002), *Organizational Ecology*. In: Baum, J.A.C. (Ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*. Blackwell, Malden, MA, pp. 304–326.
- Bookman, M. Z. and Bookman, K. R. (2007), *Medical Tourism In Developing Countries*, New York, NY: Palgrave Macmillan. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Callan, R. and Fearon, R. (1997), "Town House Hotels - An Emerging Sector", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol: 9 (4), 168 – 175.
- Carroll, G. and Hannan, M. (1989), “Density Dependence in the Evolution of Populations of Newspaper Organizations”, *American Sociological Review*, 54; 524-541.
- Carroll, G. and Hannan, M. (2000), “Why Corporate Demography Matters: Policy Implications of Organizational Diversity”, *California Management Review*, Vol:42(3), 148-163.
- Carroll, G. and Swaminathan, A. (2000), “Why the Microbrewery Movement? Organizational Dynamics of Resource Partitioning in the U.S. Brewing Industry”, *American Journal of Sociology*, Vol: 106(3), 715-762.
- Carroll, G., (1985), “Concentration and Specialization; Dynamics of Niche Width in Populations of Organizations”, *American Journal of Sociology*, Vol:90; 1262-1283.
- Chen, F. Hsu, T. and Tzeng, G. (2011), “A Balanced Scorecard Approach To Establish A Performance Evaluation And Relationship Model For Hot Spring Hotels Based On Hybrid MCDM Model Combining DEMATEL and ANP”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol:30; 908 - 932.
- Chu, Raymond. and Choi, Tat. (2000), “ An Importance – Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travelers”, *Tourism Management*, Vol: 21 (4), 363 – 377.
- Erdil, Oya. Kalkan, Adnan. and Alparslan, Ali. Murat., (2010), “From Organizational Ecology Theory to Strategic Management”, *Doğuş University Journal*, 12 (1); 17 – 31.
- Ersoy, Yılmaz, Sevdije. and Çetinel, Emine., (2015), “Organizational Death: An Evaluation in the Context of Adaptation Theories”, *Çankırı Karatekin University Journal of the Institute of Social Sciences.*, 6(1); 211 – 230.
- Han, Heesup., (2013), “The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes For International Medical Travelers”, *Tourism Management*, Vol; 36, 257 – 268.
- Heung, V. C. S., Kucukusta, D., ve Song, H. (2011)., “Medical Tourism Development In Hong Kong: An Assessment Of The Barriers”, *Tourism Management*, 32, 995 – 1005.
- Hjalager, M.A., (2000), “Organizational Ecology in the Danish Restaurant Sector”, *Tourism Management*, 21; 271 – 280.
- Hing. Nerilee, McCabe. Vivienne, Lewis. Peter ve Leiper. Neil, (1998), "Hospitality Trends In The Asia-Pacific: A Discussion of Five Key Sectors", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10 (7), 264 – 271.
- Hjalager, M.A., (1999), "The Ecology of Organizations in Danish Tourism: A Regional Labour Perspective", *Tourism Geographies*, Vol1(2):164-182.
- Hsieh, S. F. (2007). A Study On The Consumers' Choice Behavior Of The Site For Hot Spring Bathing, *Tourism Management Research*, 7(2), 165-186.
- Humphreys. Claire, (2014), “Understanding How Sporting Characteristics And Behaviours Influence Destination Selection: A Grounded Theory Study of Golf Tourism”, *Journal of Sport & Tourism*, Vol: 19 (1), 29–54.

- Ivery, J.M., (2007), “Organizational Ecology”, *Administration in Social Work*, Vol:31(4), 7-19.
- Jones, David L., Day, Jonathon., Quadri-Felitti, Donna., (2013), “Emerging Definitions of Boutique and Lifestyle Hotels: A Delphi Study”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol; 30, 715 – 731.
- Kaya, Çiğdem. & Ataman, Göksel., (2014), “Legal - Political and Economic Thoughts: The Effect of Local and Foreign Organizational Populations on Density; Turkey Banking Population 1923 – 2011”, <http://e-dergi.marmara.edu.tr/maruoneri/article/view/1012000343>, Date of Access; 17/05/2015.
- Loree. D, (2008), “ Density Dependent Strategic Actions: Outcomes of Market Commitment in the Global Integrated Circuit Industry”, *Journal of Engineering and Technology Management*, 25,23 – 57.
- Lu, I. & Shiu, J. Y (2009). Customers’ Behavioral Intentions In The Service Industry: An Empirical Study Of Taiwan Spa Hotels, *Asian Journal on Quality*, 10(3), 73 - 85.
- Martin-Fuentes. Eva, (2016), “Are Guests Of The Same Opinion As The Hotel Star-Rate Classification System?”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol: 29, 126 – 134.
- Mathews, B.W., (2015),” Corrections, Implementation, and Organizational Ecology: An Introduction To The Purveyor Core - Skills Model”, *Criminal Justice Studies*, Vol:28(4), 464-483.
- Moital, Miguel. Dias, Nuno Ricardo & Machado, Danielle. F.C, (2013), “A Cross National Study Of Golf Tourists’ Satisfaction”, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol: 2, 39–45.
- Morrison, A. M., Pearce, P. L., Moscardo, G., Nadkarni, N., and O’Leary, J. T. (1996). “Specialist Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development”, *Journal of Travel Research*, 35(1), 18–26.
- Pearce, Philip., and Moscardo, G., (1992), *The Boutique / Specialist Accommodation Sector: Perceived Government Needs and Policy Initiatives*, Townsville, Queensland; James Cook University.
- Perrow, C. (1986). *Complex Organizations: A Critical Essay*, New York: Random House
- Petersen, T. and Koput, K.W. (1991), “Density Dependence in Organizational Mortality; Legitimacy or Unobserved Heterogeneity”, *American Sociological Review*, 56; 399-409.
- Serrano, Juan., Turrion, Jaime., Velazquez, Francisco., (2014), “Are Stars A Good Indicator Of Hotel Quality? Assymmetric Information and Regulatory Heterogeneity in Spain”, *Tourism Management*, Vol; 42, 77 – 87.
- Strannegard, Lars. and Strannegard, Maria. (2012), “Works of Art : Aesthetic Ambitions in Design Hotels”, *Annals of Tourism Research*, Vol: 39 (4), 1995 – 2012
- Stretesky, P., Huss, S., Lynch, M., (2012), “Density Dependence and Environmental Justice Organizations, 1970 – 2008”, *The Social Science Journal*, Vol:49, 343 – 351.
- Uludağ. Ahmet S. ve Deveci. (2013), “Use of Multi Criteria Decision Making Methods in Site Selection Problems and An Application”, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1); 257 – 287.
- Ülgen, H. & Mirze, K.S., (2010), *Strategic Management in Business*, İstanbul: Beta Publishing.
- Xu, Y., (2017), “Modeling the Adoption of Social Media by Newspaper Organizations: An Organizational Ecology Approach”, *Telematics and Informatics*, Vol:37, 151-163.
- Zang, Hangin Qiu., Guilet, Denizci, Başak. ve Gao, Wendy., (2012), “ What Determines Multinational Hotel Group’s Locational Investment Choice in China?” *International Journal of Hospitality Management*, Vol: 31, 350 – 359.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-tesisler.html> Date of Access; 20 / 03 / 2015
- <https://www.hilton.com.tr/haberler/> Date of Access; 12/07/2018

Citation: Özsoy, E. (2018), Comparing the Workaholism Level of Managers and Non-Managers, BMIJ, (2018), 6(4): 806-821 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.294>

COMPARING THE WORKAHOLISM LEVEL OF MANAGERS AND NON-MANAGERS

Emrah ÖZSOY¹

Received (Başvuru Tarihi): 03/10/2018

Accepted (Kabul Tarihi): 14/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

The purpose of this research is to compare the workaholism level of managers and non-managers. N= 283 employees working in several sectors participated in the research. 85 participants reported that they hold a managerial position in the organization, whereas 194 employees reported that they did not have a managerial position in the organization, and 4 participants didn't report their position in the organization. Workaholism was measured by the Turkish version (Doğan & Tel, 2010) of DUWAS workaholism scale developed by Schaufeli, Taris, and Bakker (2009). In order to compare the workaholism levels of the participants, the Independent Samples T Test and Hedges' g Test were performed. Both the T Test and Hedges' g Test findings indicated that employees who have a managerial position have higher workaholism level than those who do not. Also managers working in the private sector scored higher in workaholism than the managers who work in public organizations. Working hours per week were found to be higher in private sector. Results were discussed and suggestions were made for further research.

Keywords: Workaholism, Managerial Position

JEL Codes: M01, M1

YÖNETİCİLERİN VE YÖNETİCİ OLMAYAN ÇALIŞANLARIN İŞKOLİKLİK DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

ÖZ

Bu çalışmanın amacı yönetici ve yönetici olmayan çalışanların işkoliklik seviyelerinin karşılaştırılmasıdır. Çeşitli sektörlerden n= 383 çalışan araştırmaya katılmıştır. 85 katılımcı örgütte yönetsel pozisyona sahip olduğunu belirtmiştir, ancak 194 çalışan örgütte yönetsel pozisyona sahip olmadığını belirtmiştir ve 4 çalışan örgütteki pozisyonunu belirtmemiştir. İşkoliklik Schaufeli, Taris ve Bakker (2009) tarafından geliştirilen DUWAS işkoliklik ölçeğinin Türkçe versiyonu (Doğan ve Tel, 2010) ile ölçülmüştür. Katılımcıların işkoliklik düzeylerinin karşılaştırılabilmesi için Bağımsız Örneklem T Testi ve Hedge g Testi uygulanmıştır. T Testi ve Hedge g Testi bulguları yönetsel pozisyona sahip olan çalışanların işkoliklik düzeylerinin, yönetsel pozisyona sahip olmayan çalışanların işkoliklik düzeylerinden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Aynı zamanda özel sektörde çalışan yöneticiler, kamu sektöründe çalışan yöneticilere göre daha yüksek işkoliklik skoru almıştır. Özel sektörde haftalık çalışma saati daha yüksek bulunmuştur. Bulgular tartışılmış ve gelecek araştırma önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Yönetsel Pozisyon

JEL Kodları: M01, M1

¹ Assist Prof.Dr., Sakarya Üniversitesi, eozysoy@sakarya.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-2886-8824>

1. INTRODUCTION

The concept of workaholism that was introduced in the 1970s (Oates, 1971) has begun to be studied extensively in various areas of psychology and management, especially after 2000. In this direction, a large number of studies have been carried out for the measurement, causes, results, treatment, and conceptual development of workaholism (Andreassen, 2014). Today, although some researchers claim that workaholism might have positive results (Machlowitz, 1979; Spence & Robbins, 1992), in previous research it was found that workaholism have been mainly adversely related to work and social life related outcomes (Andreassen, Pallesen, & Torsheim, 2018; Andreassen, Ursin, & Eriksen, 2007; Shimazu & Schaufeli, 2009). Recently the amount of research on analyzing the differences in workaholism is increasing, depending on factors such as gender (Bardakçı, & Baloğlu, 2012), personality (Mudrack, 2004), culture (Schaufeli, Shimazu, & Taris, 2009), region, and occupations. However, there are not enough studies to be able to understand deeply which employees tend to be more workaholics, especially in the organizational hierarchy. The studies carried out in the Turkey sample mainly focused on relationships of workaholism with work or organization related attitudes (Bulgurcu Gürel & Altunoğlu, 2016; Naktiyok & Karabey, 2005; Özsoy, Filiz & Semiz, 2013). However, both internationally and nationally, the number of studies examined workaholism in the context of organizational hierarchy, managerial (Bardakçı & Baloğlu, 2012), or leadership positions (Clark et al., 2016) are still limited. With this reason, in the current study, it is aimed to compare the levels of workaholism of employees who have managerial positions and who do not have managerial positions in organizations. Thus, it is aimed to make an indirect inference about the workaholism tendencies of managers.

In the scope of the study, firstly the conceptual framework of workaholism is briefly discussed. Then the research background, theoretical and empirical grounds of hypothesis are discussed. Finally, data collection details, analyses and findings are shared, the findings are discussed and some future research directions are recommended.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Workaholism

Workaholism is a concept that has originated from the concept of alcoholism. In 1971 Oates defined workaholism as "an uncontrollable need for working" Although there has been a large increase in the number of studies on workaholism over the past 50 years, there is no consensus on the definition of workaholism yet (Sussman, 2012). One of the main reasons for

this is the different approaches regarding the concept, because some researchers approach workaholism positively (the numbers are much less) and others approach it negatively (majority). Based on the first inspiration of the concept (i.e., alcoholism), first definitions (emphasis on compulsiveness), direction of present empirical findings (predominantly negative), it can be argued that workaholism is essentially is a negative concept.

Lately, there has been an increasing tendency to explain and understand the concept based on the starting point (i.e., alcoholism) of workaholism. At this point, attempts have been made to explain and measure the concept based mainly on the concept of addiction. This suggests that workaholism shows a large conceptual overlap with addiction to work. However, for better understanding of workaholism, it is necessary to explain it through the basic characteristics of workaholics that are widely emphasized in the literature. According to this, the prominent features of workaholism are as follows (Bakker et al., 2012; Burke, 2000; Machlowitz, 1980; Scott, Moore, & Miceli, 1997; Snir & Zohar, 2008):

Working excessively: Spending a lot of time on work-related activities (not only in terms of weekly average working hours but also including the off-hours) is one of the main characteristics of workaholics (Schaufeli, Taris, & Bakker, 2008). But working hard is already an expectation that is supported by many cultures and organizations. Therefore, at first sight, working hard is not perceived as a negative feature. For instance, engaged employees are also working harder than average employees (Salanova, Agut, & Peiro, 2005). However, there are critical differences between workaholics and engaged employees. One of the most important differences between them is the reason for working excessively. Because workaholics tend to not be comfortable when they cannot work, they can show themselves only by working because they tend to feel they are worthless if they are not working excessively. Therefore, if a person works overtime because of those reasons, it is unexpected that it mainly leads to the desired results in terms of both individuals and organizations. On the other hand, engaged employees also work hard, but the main reason for their hard work stems mostly from internal motivation. That is, they enjoy while working and they have a positive attitude towards the job, working environment and the organization itself. That approach helps them work enthusiastically instead of compulsively. But it is not possible to say the same thing for the workaholics (Gorgievski, Bakker, & Schaufeli, 2010; Schaufeli, Taris, & Bakker, 2006; Schaufeli, Taris, & van Rhenen, 2008; Shimazu et al., 2015).

Working Compulsively: One of the most prominent features of workaholics is the tendency to work obsessively and uncontrollably. These people are constantly thinking about work as if they were born only to work. This partially pathological situation makes it harder for

them to control their energy and time for the other parts of the life (Schaufeli, Taris, & Bakker, 2008).

Making an effort more than expected: Workaholics spend more time and energy than is expected (Andreassen, 2013). For example, even if they don't have extra pay, they tend to stay in the workplace after-hours. Even if it is not necessary to keep working they still tend to work on vocations or in leisure time. However, the effort made is not always linearly related to performance improvement in all conditions.

Enduring work even in low productivity: Even if the health of workaholics is adversely affected, they tend to continue to work compulsively. They tend to not prefer productivity by little but qualified work, instead they tend to be perceived constantly busy even if it is inefficient. As such, although they are inefficient, they still continue to work due to the uncontrollable need for work.

2.2. Antecedents of Workaholism

There are many factors that affect workaholism. These can be categorized into social, organizational, and individual factors (Snir & Harpaz, 2004). Within the context of social factors, factors such as the modern industrial society, and competitive world order created by the current dominant economic system are included. Organizational factors can be listed as factors such as competitive working environment, decreasing number of new positions in organizations, extreme working hours, fast pace working environments, challenging promotion criterias, and increasing fear of losing jobs in organizations. Individual factors include personality (Burke, Matthiesen, & Pallesen, 2006), unsatisfied needs (Andreassen Hetland, & Pallesen 2010), a person's background, age, gender, and all of the other factors that create diversity for an individual (Taris, van Beek, & Schaufeli, 2012). However, the most important issue on individual factors could be considered as personality. It can be claimed that desire to obtain power, the tendency of being a perfectionist and ambitious (Liang & Chu, 2009) are the traits that might effects an individual to be addicted to work. Theoretically these traits are closely related to the Type A behavioral pattern. People with a Type A personality are competitive, punctual, power-driven and desire to achieve success. These traits might also trigger workaholism.

2.3. Consequencies of Workaholism

One of the most important reasons for the positive and negative perception of workaholism in the literature is that the consequences of workaholism are still uncertain. However, when empirical findings regarding workaholism are examined, it can be said that

workaholism is mainly adversely related to many attitudes towards to work, organization and social life in many national and international studies. According to this, workaholism was related adversely with; job satisfaction (Schaufeli et al., 2009; Shimazu & Schaufeli, 2009), burnout (2012; Jenaabadi et al., 2016; Naktiyok & Karabey, 2005; van Beek et al., 2012), life satisfaction (Andreassen et al., 2011; Aziz & Zickar, 2006)², work family-family work conflict (Bakker, Demerouti & Burke, 2009; Clark et al., 2014; Molino, Bakker & Ghislieri, 2015), happiness (del Libano et al., 2010), and stress (Aziz, Wuensch & Brandon, 2010; Bulgurcu Gürel & Altunoğlu, 2016; Kanai, Wakabayashi & Fling, 1996; Özsoy, 2018; Shariat et al., 2012; Srivastava, 2012). One of the other reasons for the uncertainty and inconsistency in the results of workaholism research might depend on the scale that workaholism is measured. Duwas (the Dutch Work Addiction Scale) (Schaufeli, Shimazu, & Taris, 2009) has two dimensions and these are working excessively and working compulsively. When the empirical findings are examined, it shows that these dimensions are usually either adversely related to attitudes towards both work and social life or not significantly related. However when measuring workaholism with for example WorkBat (Spence & Robbins, 1992) which has three dimensions (enjoyment of work, drive, and work involvement). The findings of work enjoyment dimension are not always coherent with the other two dimensions (e.g., Andreassen et al., 2011; Aziz & Zickar, 2006; Burke, 2000).

3. RESEARCH BACKGROUND AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Within the scope of the antecedents of workaholism, various research on individual differences (gender differences; Spence & Robbins, 1992; personality differences; Fayyazi et al., 2013), different cultures (Kanai & Wakabayashi, 2001), and occupational differences (Taris, van Beek, & Schaufeli, 2012) have been carried. However, in particular, there has been limited research on examining the managers' workaholism tendencies (Andreassen et al., 2012; Taris, van Beek, & Schaufeli, 2012). In this respect, it is expected that in order to better understand how workaholism differs within the organizational structure, it is expected that comparing the workaholism levels of employees who do not have a managerial position and who have a managerial position will contribute to workaholism research.

Employees with managerial positions in organizations are expected to have higher workloads, work demands, and responsibilities in many dimensions than those who do not have

² Except for enjoyment of work dimension for both research

managerial positions. Managers have a number of areas of responsibility such as (Cieślińska, 2007; Reh, 2018; Koçel, 2003):

- ✓ Managing employees who are in their span of control,
- ✓ Need for accurate and fast decision making,
- ✓ Keeping the conflicts in the organization at an effective level,
- ✓ Analyzing the environment and the industry in a systematic and continuous manner to ensure competitive advantage,
- ✓ Effective communication among and outside the organization.

Due to do content of their job responsibilities, supervisors, managers, or leaders might have to work longer hours, take work home, spend their leusire time for coordination issues and so on. For both managers and business owners, these possible additional efforts might affect becoming a workaholic. As a matter of fact, this may lead to an increase in the stress level and working hours (in total) and decrease in allocating time work for social life and family of the employees working in a managerial position. In this case, managers might tend to be more inclined to become a workaholic. With this reason, it is expected that the level of workaholism of the employees with managerial positions in the organizations is higher than the employees with non-managerial positions. Supporting this expectation in pervious research managers found to be more workaholics (Taris, van Beek, & Schaufeli, 2012). Therefore depending on the theoretical and amprical background, the hypothesis formed in the light of this expectation is as follows;

Hypothesis: The level of workaholism in managers is higher than non-managers.

4. METHODS

4.1. Procedure and Data Collection

Employees working in both several public and private organizations in Sakarya province (Turkey) were targeted for the research. In this direction, 315 questionnaire forms were distributed to employees (paper-pencil method). 295 questionnaire forms were obtained and among them 12 questionnaire forms were excluded due to the lack of attention and some critical missing parts. Therefore 283 valid questionnaire forms were used for the analysis.

4.2. Measures

4.2.1. Duwas Workaholism Scale

In order to measure workaholism, The Turkish version (Duwas-Tr) (Doğan & Tel, 2010) of the Duwas workaholism scale (the Dutch Work Addiction Scale) developed by Schaufeli, Shimazu, & Taris, (2009) was used. The scale has two dimensions (i.e., working excessively and working compulsively). In the adaptation study Doğan and Tel (2010) omitted 3 items from the scale. Therefore, the Turkish version of Duwas has 14 items with two dimensions [(i.e., working excessively (8 items) and working compulsively (6 items)]. The scale was used on a five point Likert type (i.e., 1-totally disagree, 5-totally agree). Validation findings for Duwas-Tr for this research is shared below (see., Table 1 and Figure 1).

4.3. Findings

CFA (Confirmatory factor Analysis) findings (Fit Indexes; Table 1; Factor Loadings Figure 1), demographic characteristics (Table 2), descriptive statistics (Table 3), internal consistency findings (Cronbach's Alpha) (Table 3), and findings for examining the differences in workaholism between managers and non-managers are presented (Independent Samples T Test and Hedge' g Test; Table 4).

Table 1: Fit Indexes for Duwas-Tr

χ^2/df	GFI	AGFI	TLI	CFI	RMSEA
196.39/76 = 2.58	0.91	0.88	0.84	0.87	0.07

CFA was used to test the factor structure of DUWAS Turkish form (Duwas-Tr). Two-factor model (see Doğan & Tel, 2010) fit the data well for Duwas-Tr; $\chi^2 = 196.39$, $p < .001$, $\chi^2/df = 2.58$, GFI (Goodness of Fit Index) = 0.91, AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) = 0.88, TLI (Tucker–Lewis index) = 0.84, CFI (comparative fit index) = 0.87, RMSEA (root mean square error of approximation) = 0.07 (see Table 1). These findings supported to factorial validity of Duwas-Tr.

Table 2: Demographic Characteristics of the Participants

<i>Variables</i>	<i>Category</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Gender	Male	128	45.2
	Female	153	54.1
	Missing	2	0.7
Marital Status	Married	164	58
	Single	116	41
	Missing	3	1.1
Sector	Public	109	38.5
	Private	171	60.4
	Missing	3	1.1
Education	High School and Less	83	29.4
	Associate's Degree	27	9.5
	Bachelor	134	47.3
	Master and Ph.D	32	11.3
	Missing	7	2.5

As it is seen in Table 1, 54.1 % of the participants are women, 58 % are married, 60.4 % are private sector employees, and the majority of (47.3 %) the participants hold a bachelor's degree. More details are shared in Table 2.

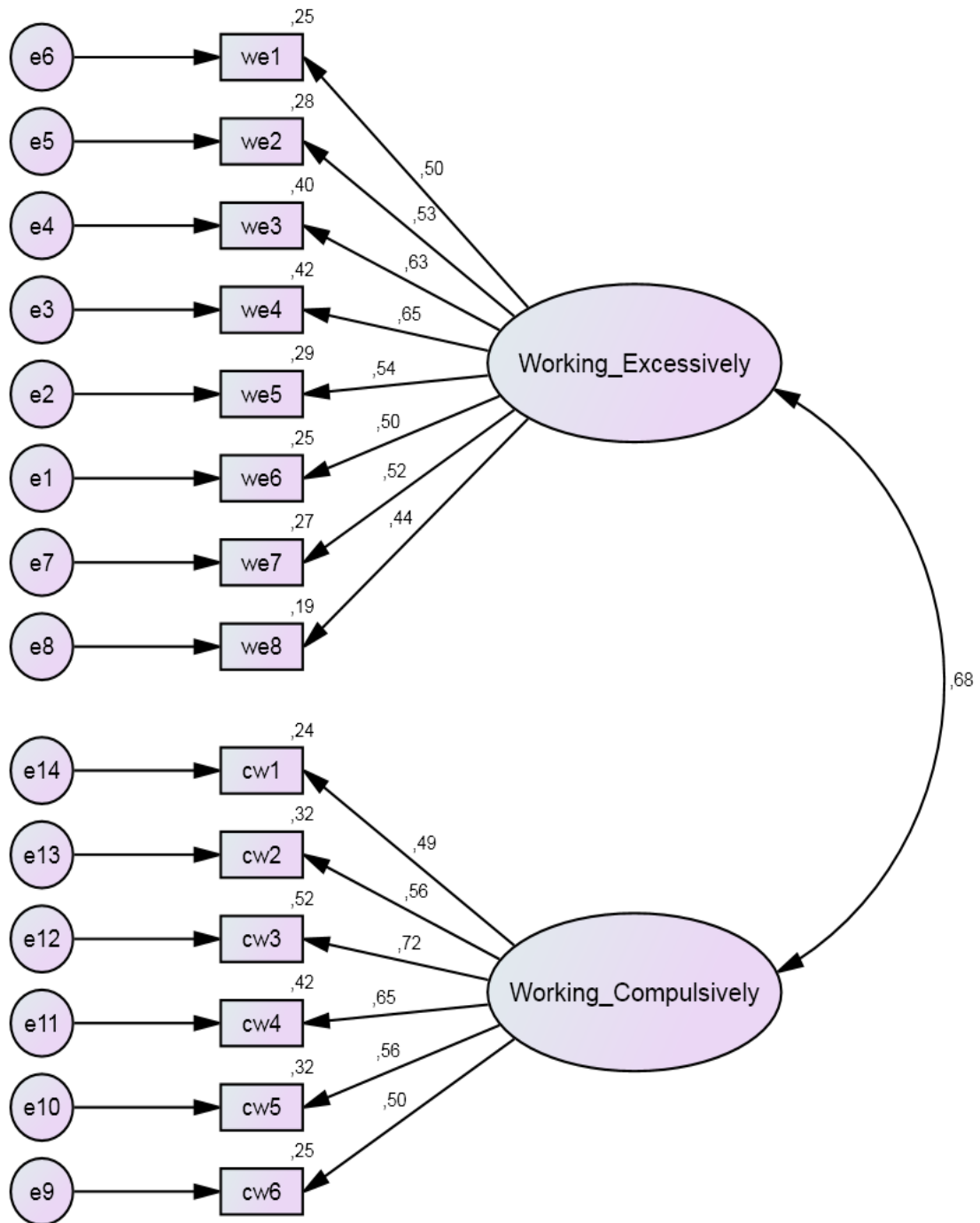


Figure 1: Standardized Regression Weights for Duwas-Tr

Factor loadings (in terms of standardized regression weights) ranged from .44 to .72 for Duwas-Tr. These findings also supported to factorial validity of Duwas-Tr (see Figure 1).

Table 3: Descriptive Statistics, Internal Consistency Scores

Variables	Mean	SD	α
Workaholism Total Score	3.14	0.60	.83
Working Excessively	3.08	0.65	.77
Working Compulsively	3.29	0.74	.76
Age	34.02	9.22	
Working Hours Per Week	43.88	12.62	
Income (monthly as TL)	3695	1665.29	

Note. *SD* = Standard Deviation, α = Cronbach's α ,

As can be seen in Table 3, the workaholism level of the participants is moderate, the average age of participants is 34.02, the average working hours per week is 43.88 and monthly income is 3695 TL [with the current (November, 2018) exchange rate it is approximately 694 USD]. As for the internal consistency score (in terms of Cronbach's Alpha) all the scales achieved an acceptable score with the minimum value of 0.76 for working compulsively dimension. Thus it can be stated that Duwas is a reliable scale.

Table 4: Independent Samples T Test and Hedge' g Test Findings

Variables	Category	n	Mean	SD	t	Hedge' g³
Workaholism Total Score	Manager	85	3.50	0.74	5.46***	.69
	Non-Manager	194	3.06	0.58		
Working Excessively	Manager	85	3.30	0.75	3.27**	.15
	Non-Manager	194	3.02	0.64		
Working Compulsively	Manager	85	3.56	0.72	4.64***	.60
	Non-Manager	194	3.12	0.74		
Average Weekly Working Time	Manager	67	47.16	12.64	2.30*	.33
	Non-Manager	162	43.03	12.28		
Workaholism Total Score	Manager in Public S.	18	3.22	0.72	2.28*	-.23
	Manager in Private S.	64	3.36	0.58		
Working Excessively	Manager in Public S.	18	3.06	0.76	1.93*	-.34
	Manager in Private S.	64	3.29	0.64		
Working Compulsively	Manager in Public S.	18	3.44	0.74	1.61	-.07
	Manager in Private S.	64	3.49	0.64		
Average Weekly Working Time	Manager in Public S.	16	42.19	10.95	-1.77*	-.50
	Manager in Private S.	49	48.57	12.98		
Workaholism Total Score	Male	128	3.17	0.60	0.94	.10
	Female	153	3.11	0.60		
Working Excessively	Male	128	3.11	0.67	0.57	.06
	Female	153	3.07	0.64		
Working Compulsively	Male	128	3.26	0.72	0.80	.09
	Female	153	3.19	0.75		
Workaholism Total Score	Public	109	3.11	0.58	-1.71	-0.21
	Private	171	3.25	0.70		
Working Excessively	Public	109	3.07	0.61	-0.73	.08
	Private	171	3.13	0.73		
Working Compulsively	Public	109	3.16	0.77	-1.48	-.18
	Private	171	3.30	0.76		

Note. *N* = 368. *SD* = Standard Deviation, *S*= Sector, α = Cronbach's α , * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

As explained earlier in the manuscript, workaholism was measured by Duwas which has two dimensions and also it is possible to calculate its total score (i.e., workaholism global).

³ In addition to the independent samples T test which was applied to examine the differences, Hedges' g test was also applied. The main reason for this is, Hedges' g test provides efficient results when there are significant differences in sample sizes in groups that are compared. For example, the Hedges' g test, which compares the difference between the two groups calculates an effect size that shows how strong the difference is. Therefore it is an important alternative because there are significant differences in sample size between the two compared groups (n=95 for managers vs n=194 for non-manager). Because at Hedge's g test, the pooled standard deviation value is considered as standard deviation value and it minimizes the miscalculation of sample size differences.

For this reason, the independent samples T test conducted for a) the total score of the Duwas scale, b) the working excessively dimension c) the working compulsively dimension.

According to the independent samples T test findings, managers were found to have a higher level of workaholism (in terms of both total score and each of the sub-dimensions). This finding supported the research **hypothesis**. Moreover, in the Hedges' *g* test, which comparing to the independent samples T test reduces the deviations due to sample size differences, the effect size (Hedges' $g = 0.69$) on the difference of workaholism levels between the managers and the non-managers was found to be highly strong. This finding also supported the research hypothesis.

In addition, managers are categorized as a) managers working in the public sector, b) managers working in the private sector, and the levels of workaholism in the private sector were found to be higher than in the public sector. Similarly, the Hedges' *g* effect size is calculated as -0.23. In other words, the workaholism level of managers in the public sector was found to be lower than the level of workaholism of managers in the private sector. However, the degree of the effect was weak.

Lastly, analyses to test the differences were conducted for the variables, such as gender and sector. According to the T test findings, no significant findings were obtained in the workaholism scores (without considering any categories in terms of managerial positions) of gender and sector types. However, according to Hedges' *g* score, with a low effect size, workaholism in the private sector was found to be higher than in the public sector.

5. DISCUSSION & CONCLUSION

In this section, firstly the findings of the research are summarized. Findings are interpreted both theoretically and empirically. Then the limitations of the research and future research suggestions are included. Finally, the section is ended with a short conclusion.

Interpretation of findings: Findings yielded that employees working in managerial positions had a higher level of workaholism than those who are not. This finding is expected because, as employees move towards higher organizational levels, the span of control and responsibilities also increase (Koçel, 2003), since the responsibilities of the employees, working in a managerial position are more strategic and complex (Wells, 1996). Managerial positions also require working longer time, more energy, and other sources that an employee who does not hold a managerial position. This potentially increases the propensity of managers to be more stressfull and workaholics than non-managers. Essentially, the factors that increase

the stress level of employees and the individual, organizational, and socio-economic factors that increase the degree of workaholism overlap to some extent. For instance, the individual factors of stress and workaholism are closely related (Srivastava, 2012). As a matter of fact, in previous research workaholism has been connected to occupations which demand more mental energy, more complex processes, and more interpersonal interaction (Burke & Matthiesen, 2004; Fayyazi et al., 2013). When it is taken from an organizational point of view, factors such as competition within the organization, intra-organizational practices, demanding systematic and continuous improvements from employees triggers workaholism. From a sociological point of view, it is necessary for the people in the top management to meet many expectations in the public and private sector and that puts more pressure on managers. Due of these reasons, sometimes from internal dynamics (individual factors, personality traits), sometimes due to external requirements (institutional and sociological expectations), an employee can exhibit behavioral tendencies such as; working more than expected, making work the center of life, ignoring the other aspects of life and being compulsively addicted to work. Thus, all of these factors strengthen the theoretical background of the result of this research.

On the other hand, when it is examined in depth, the compulsive work need that is exhibited mainly by the internal motives of an individual is one of the main reasons to become a workaholic; because although some employees have exactly the same working conditions, in some organizations their workaholism levels differ. Thus factors such as job responsibilities are critical in affecting an employee's attitudes towards the job, which in this study having a managerial position is considered to be a critical factor to have more workaholic tendencies. But there are some other internal issues that affect to become a workaholic. Therefore it should be noted that internal drives (Andreassen, 2014) are also critical to understand the antecedents of workaholism and by only examining the descriptive examination of the concept can't really provide strong conclusion on the role of managerial positions.

Working excessively, workaholism total score and weekly average working hours were all found to be higher for the managers working in private sector than public sector. Therefore it is another important issue that needs to be taken into account in terms of working conditions in public and private sector in Turkey. Under normal conditions the competitive environment and working conditions, working hours and even days vary in private sector organizations in Turkey. This might results less; stress, fear of loosing the job, work-role conflict, competition among employees. In a previous research Özsoy, Uslu and Öztürk (2016) found that employees working in public sector are happier at work (job satisfaction) and in life (life satisfaction). It

might be due to the working conditions mentioned above. This different organizational policies and implementations might also be a reason to explain why managers are more inclined to be workaholic in private sector in Turkey.

Limitations: This study was characterized by a number of limitations. First, the number of participants with managerial positions in the sample was substantially less than the number of participants who did not have managerial positions. Second, the lack of any categorization within the managerial position led to the inability to compare the levels of workaholism of upper, middle and bottom line managers. Furthermore, this study was just descriptive and allowed only a comparison in the levels of workaholism. Finally employees took part in the survey divided only two main sectors (i.e., public and private). But this sampling method hinders to analyze the differences in terms of workaholism on the detailed sector and job differences.

Future research directions: In future research, a similar study can be replicated in a larger sample (preferably in a specific sector), in Turkey and different cultures, and categorizing managers (i.e., top, middle, and bottom). In this way, findings can be obtained about which sector, which cultures, and which managers differ in the tendency to workaholism. Also rather than focusing solely on descriptive findings, managers with very high levels of workaholism can be identified with quantitative methods and their personality, work performance, and social life can be examined in various ways (preferably with qualitative methods to make a deeper examination). Thus some novel empirical findings could be obtained to understand inner or external factors that plays role in workaholism, as there is still a strong need to understand the antecedences of workaholism. In this way, more comprehensive findings can be obtained about both the workaholism levels of managers and its consequences.

As a result, although this research has several limitations, it was one of the first attempts in workaholism literature that directly compares the level of managers and non-managers in a specific country. This study contributes to understanding of the neglected organizational position differences in workaholism. However, there is still much more need to conduct research on workaholism in managerial positions both in the national and international contexts.

REFERENCES

- Andreassen C. S., Hetland J., & Pallesen S. (2010). The relationship between workaholism, basic needs satisfaction at work and personality. *European Journal of Personality, 24*, 3-17.
- Andreassen, C. S. (2013). *Work addiction*. In P. Miller (Ed.). Principles of addiction: Comprehensive addictive behaviors and disorders (pp. 837-845). San Diego, CA: Elsevier.
- Andreassen, C. S. (2014). Workaholism: An overview and current status of the research. *Journal of Behavioral Addictions, 3*, 1-11.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Hetland, J. & Pallesen, S. (2012). Development of a work addiction scale. *Scandinavian Journal of Psychology, 53*, 265-272.
- Andreassen, C. S., Hetland, J., Molde, H., & Pallesen, S. (2011). "Workaholism" and potential outcomes in wellbeing and health in a cross-occupational sample. *Stress and Health, 27*, 209-214.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Torsheim, T. (2018). Workaholism as a Mediator between work-related stressors and health outcomes. *Int. J. Environ. Res. Public Health, 15*, 73.
- Andreassen, C., Ursin, H., & Eriksen, H. (2007). The relationship between strong motivation to work, "workaholism", and health. *Psychology & Health, 22*, 615-629.
- Aziz, S., & Zickar, M. J. (2006). A cluster analysis investigation of workaholism as a syndrome. *Journal of Occupational Health Psychology, 11*, 52-62.
- Aziz, S., Adkins, C. T., Walker, A. G., & Wuensch, K. L. (2010). Workaholism and work-life imbalance: Does cultural origin influence the relationship? *International Journal of Psychology, 41*, 72-79.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Burke, R. (2009). Workaholism and relationship quality: A spillover-crossover perspective. *Journal of Occupational Health Psychology, 14*, 23-33.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., Oerlemans, W., & Sonnentag, S. (2012). Workaholism and daily recovery: A day reconstruction study of leisure activities. *Journal of Organizational Behavior, 34*, 87-107.
- Bardakçı, S., & Baloğlu, M. (2012). İlköğretim ve ortaöğretim kurumlarında görev yapan okul yöneticilerinin işkoliklik eğilimleri (Workaholic tendencies among school administrators employed in primary and secondary schools). *Eğitim ve Bilim, 37*, 45-56.
- Bulgurcu Gürel, E. B., & Altunoğlu, A. E. (2016). İşkoliklik, iş stresi ve yaşam doyumu arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Muğla İlinde Bir Araştırma. *Journal of International Social Research, 9*, 1431-1438.
- Burke R. J., Matthiesen S. B., & Pallesen S. (2006). Personality correlates of workaholism. *Personality and Individual Differences, 40*, 1223-1233.
- Burke, R. J., & Matthiesen, S. (2004). Workaholism among Norwegian journalists: Antecedents and consequences. *Stress & Health, 20*, 301-308.
- Burke, R., J. (2000). Workaholism in organizations: concepts, results and future research directions, *International Journal of Management Reviews, 2*, 1-16.
- Cieślińska, K. (2007). The basic roles of manager in business organization. Poznan University of Life Sciences.
- Clark, M. A., Michel, J. S., Stevens, G. W., Howell, J. W., & Scruggs, R. S. (2014). Workaholism, work engagement, and work-family outcomes: Exploring the mediating role of positive and negative emotion traits. *Stress and Health, 30*, 287-300.
- Clark, M. A., Stevens, G., Michel, J., & Zimmerman, L. (2016). Workaholism among Leaders: Implications for their own and their followers' well-being. In *The Role of Leadership in Occupational Stress*. Gentry, W.A., Clerkin, C., Perrewé, P.L., Halbesleben, J.R.B., Rosen, C.C., Eds.; Emerald Group Publishing Limited: Bingley, UK, Volume 14, pp. 1-31. ISBN 978-1-78635-062-6.
- del Libano, M., Llorens, S., Salanova, M., & Schaufeli, W. B. (2010). Validity of a brief workaholism scale. *Psicothema, 22*, 143-150.
- Doğan, T., & Tel, F. D. (2011). Duvas İşkoliklik Ölçeği Türkçe Formunun (Duwastr) Geçerlik ve Güvenirliğinin İncelenmesi. *AİBÜ, Eğitim Fakültesi Dergisi, 11*, 61-69.

- Fayyazi, M., Eslami, G., Kermanshahian, Y., & Mazloomhoseini, N. (2013). Exploring the relationship between workaholism and personality traits among public organization managers. *Management Science Letters*, 3, 243-250.
- Gorgievski, M. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2010). Work engagement and workaholism: Comparing the self-employed and salaried employees. *The Journal of Positive Psychology*, 5, 83-96.
- Jenaabadi, H., Nejad, B. A., Abadi, F. S. M., Haghi, R., & Hojatinasab, M. (2016). Relationship of workaholism with stress and job burnout of elementary school teachers. *Health*, 8, 1-8.
- Kanai, A., & Wakabayashi, M. (2001). Workaholism among Japanese blue-collar employees. *International Journal of Stress Management*, 8, 129-145.
- Kanai, A., Wakabayashi, M., & Fling, S. (1996). Workaholism among employees in Japanese corporations: An examination based on the Japanese version of the workaholism scales. *Japanese Psychological Research*, 38, 192-203.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. 9. Basım. Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Liang, Y-W., & Chu, C-M. (2009). Personality traits and personal and organizational inducements: Antecedents of workaholism. *Social Behavior and Personality*. 37, 645-660.
- Machlowitz, M. (1979). *Determining the effects of workaholism*. Dissertation Abstracts International, 40, 480-481.
- Molino, M., Bakker, A.B., & Ghislieri, C. (2015). The role of workaholism in the job demands-resources model. *Anxiety, Stress & Coping*, 29, 400-414.
- Mudrack, P. E. (2004). Job involvement, obsessive-compulsive personality traits, and workaholic behavioral tendencies. *Journal of Organizational Change Management*, 17, 490-508.
- Naktiyok, A., & Karabey, C. N. (2005). İşkoliklik ve tükenmişlik sendromu. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19, 179-198.
- Oates, W, E. (1971). *Confessions of a workaholic: The facts about work addiction*. New York, New York: World Publishing.
- Özsoy, E., Filiz, B., & Semiz, T. (2013). İşkoliklik ve çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik sağlık sektöründe bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5, 59-68.
- Özsoy, E., Uslu, O., & Öztürk, O. (2014). Who are happier at work and in life? Public sector versus private sector: A research on Turkish employees? *International Journal of Recent Advances in Organizational Behaviour and Decision Sciences*, 1, 148-160.
- Özsoy, T. (2018). İşkoliklik ve iş stresi arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü. Sakarya, Turkey.
- Reh, J. F. (2018). The Role and Responsibilities of a Manager. (Retrieved from <https://www.thebalancecareers.com/what-is-a-manager-2276096>)
- Salanova, M., Agut, S., & Peiro, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1217-1227.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., van der Heijden, F. M. M. A., & Prins, J. T. (2009). Workaholism, burnout, and well-being among junior doctors: The mediating role of role conflict. *Work and Stress*, 23, 155-172.
- Schaufeli, W. B., Shimazu, A., & Taris, T. W. (2009). Being driven to work excessively hard. The evaluation of a two-factor measure of workaholism in the Netherlands and Japan. *Cross-Cultural Research*, 433, 20-348.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Bakker, A. B. (2008). It takes two to tango: Workaholism is working excessively and working compulsively. In R. J. Burke & C. L. Cooper, *The long work hours culture: Causes, consequences and choices* (pp. 203-226). Bingley, UK: Emerald.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Bakker, A. B. (2006). Dr. Jekyll and Mr. Hyde: On the differences between work engagement and workaholism. In R.J. Burke (Ed.), *Research companion to working time and work addiction* (pp. 193-217). Northampton: Edward Elgar.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout, and engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well-being? *Applied Psychology: An International Review*, 57, 173-203.

- Scott, K. S., Moore, K. S., & Miceli, M. P. (1997). An exploration of the meaning and consequences of workaholism. *Human Relations, 50*, 287-314.
- Shariat, H., Taboli, H., & Shokuh Saljooghi, Z. (2012). The Relation between “Workaholism” & “Occupational Stress”: A Case Study about “Welfare Organization Personnel” of Kerman, Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 4*, 151-168.
- Shimazu, A., & Schaufeli, W.B. (2009). Is workaholism good or bad for employee well-being? The distinctiveness of workaholism and work engagement among Japanese employees. *Industrial Health, 47*, 495–502.
- Shimazu, A., Schaufeli, W. B., Kamiyama, K., & Kawakami, N. (2015). Workaholism vs. work engagement: the two different predictors of future well-being and performance. *Int J Behav Med, 22*, 18-23.
- Snir, R., & Harpaz, I. (2004). Attitudinal and demographic antecedents of workaholism. *Journal of Organizational Change Management, 17*, 520-536.
- Snir, R., & Zohar, D. (2008). Workaholism as discretionary time investment at work: an experience-sampling study. *Applied Psychology: An International Review, 57*, 109-127.
- Spence, J. T., & Robbins, A. S. (1992). Workaholism: Definition, measurement, and preliminary results. *Journal of Personality Assessment, 58*, 160-178.
- Shrivastava, M. (2012). Stress, workaholism and job demands: a study of executives in Mumbai. *NMIMS Management Review, 22*, 94-116.
- Sussman, S. (2012). Workaholism: A Review. *J Addict Res Ther S6:001*. doi:10.4172/2155-6105.S6-001.
- Taris T. W., van Beek I., & Schaufeli, W. B. (2012). Demographic and occupational correlates of workaholism. *Psychological Reports, 110*, 7-554.
- Van Beek, I, Hu, Q., Schaufeli, W.B., Taris T.W., & Schreurs, B. H. (2012). For fun, love or money. What drives workaholic, engaged and burned-out employees at work? *Applied Psychology: An International Review, 61*, 30-55.
- Wells, D. L. (1996). *Strategic Management for Senior Leaders: A Handbook for Implementation*, Department of the Navy Total Quality Leadership Office, Publication Number 96-03.

Citation: Dilek S. & Kesgingöz, H (2018), Paylaşmak Güzeldir: Bir Ültimatom Oyunu Uygulaması, BMIJ, (2018), 6(4): 822-834 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.334>

PAYLAŞMAK GÜZELDİR: BİR ÜLTİMATOM OYUNU UYGULAMASI

Serkan DİLEK¹

Hayrettin KESGİNGÖZ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 13/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 27/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Ekonomi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için verdikleri kararlara dayalı bir bilim dalıdır. Batı kökenli gelişen ekonomi teorisi ise insanların rasyonel ve bencil karar verdiklerini varsayarak gelişmiştir. Homo economicus insan paylaşmaz, sadece kendi, menfaatini düşünür. İnsanların karar verme mekanizmalarının incelenmesinde ultiमतom oyununa sık biçimde başvurulmaktadır. Ültimatom oyunu bireyin bencil paylaşımı mı yoksa adil paylaşımı mı tercih ettiğini göstermektedir. Yapılan çalışmalar insanların paylaşımcı davranmayı tercih ettiklerini göstermektedir. Bu çalışmanın amacı Türk toplumunda insanların ultiमतom oyununda bulunacakları tercihlerin belirlenmesidir. Bu amaçla Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerinde çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda insanların paylaşmaya daha istekli olduğu ve adil olmadığını düşündükleri durumlarda rasyonel davranmadıklarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Ültimatom oyunu, Bencillik, Rasyonellik, Paylaşım

JEL Kodları: C72, C91, D31

SHARING IS BEAUTIFUL: AN APPLICATION OF ULTIMATUM GAME

ABSTRACT

Economics is a science which is based on decisions of individuals who aims to satisfy their needs. Economic theory which is originated from west is developed by assuming that human makes rational and selfish decisions. Homo economicus individual does not share and interest in only his/her benefits. Ultimatum game is usually used in analysing decision mechanisms of human. This game shows that individual whether prefers selfish choices or fair choices. Researches show that individuals prefer fair alternatives. The aim of this research is to determine preferences of individuals in Turkish society. To this aim we conducted an experiment in students of Kastamonu University Economics and Administrative Sciences. As a result of this research, it is found that individuals are more willing to share and do not act rationally when they think that distribution is not fair.

Keywords: Economic Education, Selfishness, Fairness, Sharing

JEL Codes: C72, C91, D31

¹ Doç.Dr., Kastamonu Üniversitesi, serkan.dilek@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0393-4509>

² Doç.Dr., Karabük Üniversitesi, hayrettinkesgingoz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5143-4891>

1. GİRİŞ

Klasik iktisada hâkim olan insanların rasyonelliği kavramı genellikle gerçek dünyadaki durumu tam olarak açıklayamamaktadır. Rasyonelite kavramı insanın ne istediğini bilmesi ve ona ulaşmak için akıllıca çalıştıklarını, muhtemel sonuçlara göre davranışlarını biçimlendirdiklerini ifade etmektedir (Kitapçı, 2017:86). Yerleşik iktisat teorisine göre insanlar karlılarını ve faydalarını maksimize eden birer makine gibi davranmaktadır. İktisada hâkim olan Becker anlayışına göre; insan davranışları sürekli bir tercihler kümesi içerisinde çıkarını en fazlaştırmasını farklı pazarlar ile ilgili diğer girdileri en uygun miktarda toplamasını sağlayacak davranışlar toplamıdır (Kurtulmuş, 1989:169). Davranışları rahatlıkla tahmin edilebilen rasyonel insan varsayımı sayesinde iktisat teorisinde modeller rahatlıkla kurulabilmiş ve gelişmiştir (Yavuzaslan, 2018a:2153-2154).

Ancak insanlar gerçek hayatta duygularının, hislerinin etkisiyle karar vermekte ve iktisat teorisinde varsayıldığı gibi rasyonel davranmamaktadır. İnsanlar tam bilgiye sahip olamamakta, risk ve belirsizlik ortamlarında hatalar yapabilmekte (Akalin ve Dilek, 2007a; Akalin ve Dilek, 2007b), bazen de duygusal davranabilmektedir. Kahneman (2003:162)'ün ifadesiyle tüm bireylerin rasyonel inançlara sahip olup rasyonel kararlar vermeleri hiç de inandırıcı değildir. Neo klasik iktisadın insan davranışlarını açıklamada yetersizlikleri davranışsal iktisat kavramının gelişmesine vesile olmuştur (Küçüksucu vd. 2018). Din, kültür, gelenek, görenek gibi konular da insanların davranışlarını etkilemektedir. Örneğin; İslam toplumlarında insanların daha paylaşımcı bencillikten uzak davrandıkları düşünülmektedir (Dilek vd. 2017). Kısaca insanlar kararlarını verirken kar veya faydalarını maksimize etmeyi düşünmeyebilirler hatta bazen ellerindeki başkaları ile paylaşmayı düşünebilirler (Güth vd. 1982).

Ültimat oyununu insanların paylaşımcı davranıp davranmadıklarını ortaya koyma açısından faydalı bir oyundur ve akademik çalışmalarda sıkça kullanılmıştır. Bu oyun gerçek Dünyadaki karmaşık pazarlık süreçlerini izah etmede yetersiz kalsa bile insanlar arasındaki kaynak paylaşımında etkin olan psikolojik etmenlerin ortaya çıkarılmasına ortam sağlamaktadır (Yavuzaslan, 2018a:2155).

Çalışmanın amacı insanların iktisadi konularda verecekleri kararların bencilce olup olmadığına dair veri elde etmektir. Bu amaçla Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerinde ültimat oyununu kullanılarak bir deney yapılmıştır. Çalışmanın

ilk kısmında ultiatom oyunu, iktisatta rasyonellik kavramı hakkında literatür çalışması yapılmıştır. Sonraki bölümde ise yapılan deney sonuçları ele alınmıştır.

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT

İktisat ile matematik arası ilişkinin kuvvetlenirken bazı diğer bilim dalları (psikoloji, sosyoloji vb) ile ilişkisinin zayıflaması, insanın rasyonellik kavramı içerisine oturtulması başta Solow, Hicks, Leontief, Samuelson olmak üzere çeşitli iktisatçılar tarafından eleştirilmiştir (Yiğit, 2018:162). İktisat biliminde matematiksel yöntemlerin kullanılmasının yoğunlaşmasının neden olduğu temel sorun insanın sürekli değişen yapısı, psikolojisi ve ruh hali nedeniyle teorik modellerin gerçeklerden uzak kalmasıdır. Örneğin; yatırım kararı alırken insanların sevinçli, kızgın ve üzgün olduklarında farklı kararlar aldıkları gözlenmektedir (Kurtoğlu, 2017:95).

Bu nedenlerden ötürü iktisat teorilerinin izah edilmesinde psikoloji, sosyoloji, fizyoloji gibi bilim dallarının kullanılması üzerine davranışsal iktisat gelişmiştir (Yavuzaslan, 2018a:2153). Davranışsal iktisadın Herbert Simon (1955) çalışması ile başladığı kabul edilmekle beraber insanların iktisadi kararlarının psikoloji yardımıyla açıklanmasının Adam Smith'e kadar dayandığı düşünülmektedir (Yiğit, 2018:163). Simon (1955:117), belirsizlik ve risk durumları mevcut iken insanların rasyonel davrandığı ilkesinin doğruluğunu sorgulamıştır. Örneğin; karar vermek için bilgiye ihtiyaç duyan satıcı sınırlı rasyonellikle idare edebilmelidir. Simon'un *Doyurucu Davranış Yaklaşımına* göre insanlar sorun ve riski minimize edecek doyum noktasına varmayı amaçlamaktadırlar (Yiğit, 2018:172).

Herbert Simon (1955) çalışmasından dört sene önce George Katona (1951) tarafından yazılan "Ekonomik Davranışların Psikolojik Analizi" isimli eser de davranışsal iktisat açısından önem taşıyan bir eser olarak değerlendirilmektedir. Katona (1951)'e göre iktisat ve psikoloji ayrı olarak değerlendirilemeyecek iki bilim dalıdır ve insanların iktisadi kararları ile tercihleri, psikoloji bilim dalı kullanılarak açıklanmalıdır.

Davranışsal iktisat ile beraber sınırlı rasyonellik kavramı gelişmiş ve iktisat literatürüne kazandırılmıştır. Sınırlı rasyonelliğe göre davranışlarının büyük bölümü duygular tarafından şekillendirilen insanın rasyonelliğinin sınırı vardır. İnsan beyninin hesaplama yeteneği sonsuz olmadığı gibi insanın tam bilgiye ulaşabilmesi de mümkün değildir (Yiğit, 2018:173; Yavuzaslan, 2018a:2154). Bu nedenle karar aşamasında insanlar işe yarayabilecek (işlem görebilecek) bilgileri seçerek toplamaktadırlar. Ayrıca insanlar olayları tam olarak algılayamayabilirler, buldukları sosyal ortamlardan etkilenebilirler, kişisel çıkar dışındaki

güdülere sahip olabilirler (Kitapçı, 2017:91). Davranışsal iktisat yöntem olarak da iktisat bilimine farklı bir perspektif kazandırmıştır (Yavuzaslan, 2018a:2153). Davranışsal iktisada *Bilişsel İktisat* adı da verilebilmektedir (Küçüksucu vd. 2018:267). Davranışsal iktisat alanında bir teori ileri sürebilmek için insanların psikolojik ve sosyal unsurlarını da göz önüne almak gereklidir (Küçüksucu vd. 2017:260).

Leibenstein (1966) tarafından X etkinsizliği teoremi geliştirilmiştir. Firma için minimum maliyet ile gerçekleşen maliyet arasındaki fark firma için bir etkinsizlik unsurudur. Firma içindeki bireylerin çıkarları farklıdır ve aralarında çıkar çatışmaları yaşanmaktadır. Bu nedenle yeterli miktarda çalışmamakta, çaba harcamamaktadırlar ve yeterli performansa ulaşamamaktadırlar (Leibenstein, 1966). X etkinsizliğinin nedeni olarak çalışanlar ve yöneticilerin yeterli seviyede güdülenememesi düşünülmektedir (Küçüksucu, 2018:268).

Easterlin (1974) çalışması da davranışsal iktisat açısından önemli kabul edilen çalışmalardan biri olarak değerlendirilmektedir. İnsanlar zorunlu ihtiyaçlarını karşılayabilene kadar ekonomik büyüme, insan mutluluğunu artırabilmektedir (Easterlin, 1974). Ancak belli seviyeden sonra insan mutluluğu ile ekonomik büyüme arası ilişki ortadan kalkmakta ve bu vaka literatürde *Easterlin Paradoksu* olarak bilinmektedir.

Akerlof ve Kranton (2001) bireylerin kimliğini ekonomi teorilerine uyarlayarak çalışmışlardır. Kişinin kimliği ve psikolojisi, bireyler arası etkileşim yoluyla ekonomik sonuçları değiştirmektedir. Kişinin kimliği ise cinsiyet, toplumsal nedenler gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Akerlof ve Kranton, 2001; Oosterberg vd. 2004; Yavuzaslan, 2018b).

Son yıllarda Kahneman, Tversky, Vernon Smith gibi bilim adamlarının çalışmaları sayesinde ekonomideki rasyonel insan varsayımı sorgulanmaya başlamış, irrasyonelite daha önemli hale gelmiş, iktisat ve psikoloji bilimleri arasındaki ilişki kuvvetlenmiştir. Davranışsal iktisada katkılarından dolayı 1978 yılında Herbert Simon; 2002 yılında Daniel Kahneman ve Vernon Smith; 2017 yılında Richard Thaler Nobel ekonomi ödülü almışlardır. 1971 yılından itibaren Davranışsal iktisat hakkında yayınlar yapan akademik dergiler yayına başlamış, bilimsel konferanslar düzenlenmeye başlamıştır (Küçüksucu vd. 2018:271).

Kahneman ve Tversky, iktisada çerçeveleme ve beklenti isimli iki önemli teori kazandırmışlardır. Çerçeveleme teorisine göre insanlar enformasyonun sunuş şekline göre farklı tercihlerde bulunabilmektedir. Beklenti teorisine göre ise insanların zevk ve seçimleri risk altında şekillenmektedir. Sorunların sunum şekilleri, karşılaştırma noktaları, kayıp veya

kazanç vurguları da çok önemlidir (Kahneman ve Tversky, 1979). Thaler (1988) ise insanların iktisadi kararlarını alırken anlık durumlardan, sezgilerinden, kazanç ve kayıplarından etkilendiğini ileri sürmüştür. Thaler'e göre insanlar karar alırken sadece sınırlı bir çevreyi dikkate alarak iktisadi kararlarını vermektedirler (Küçüksucu vd. 2018:270).

Davranışsal iktisat, insanların rasyonel ve sadece kendi çıkarını düşünen bencil davranışları sergileyememesini çevre faktörleri, duygular, düşünceler ve bilişsel sapmalar aracılığıyla açıklamaktadır (Kitapçı, 2017:86). Eğitim bile insan davranışlarını etkileyebilmektedir. Örneğin; ekonomi eğitimi alanlar daha bencil davranış sergileyebilirken ilahiyat eğitimi alanlar daha insafli kararlar alabilmektedirler (Şen, 2016; Dilek vd. 2017). Davranışsal iktisadın önemli isimlerinden kabul edilen Kahneman'a göre insanlar belirsizlik ve risk ortamlarında rasyonel olmayan kararlar verebilmektedirler (Kitapçı, 2017:90; Dilek, 2007). Günümüzde meydana gelen ekonomik krizlerin en önemli nedenlerinden biri olarak insan davranışları kabul edilmektedir (Kurtoğlu, 2017:107).

3. PAYLAŞMAK VE ULTIMATOM OYUNU

Neo klasik iktisatta rasyonel insan sadece kendi çıkarını maksimize etmeyi düşünen, karmaşık matematiksel hesapları yapan bencil bireydir. Sahip olduklarını diğer insanlar ile paylaşmayı kabullenmez. Oysa İslam ekonomisi (Dilek vd. 2017) ve davranışsal iktisat alanında yapılan bazı çalışmalar insanların paylaşmak konusundaki kararlarına farklı gözle bakmaktadır. Ayrıca zenginin elindekileri fakirler ile paylaşması barışçıl toplum ve gelecek nesillerin varlığını sürdürebilmesi için önemlidir (Keskin ve Gülsen, 2015).

Son dönemlerde oyun teorisinin iktisat alanında kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır (Dilek, 2017; Karabacak, 2018). Davranışsal iktisatçılar, geleneksel ekoldeki iktisatçıların aksine deneysel yöntemleri yoğun olarak kullanmışlardır (Küçüksucu, 2018:273). İnsanların sahip olduklarını diğerleri ile paylaşmaları konusunda yapılan çalışmalardan bazılarında Ültimatom Oyunu kullanılmaktadır. Ültimatom oyununda birbirini tanımayan iki oyuncu bulunmaktadır. Birinci oyuncuya belli miktarda para verilmekte ve kendisinden ikinci oyuncuya bu paranın bir kısmını teklif etmesi istenmektedir. İkinci oyuncu ise teklif edilen bu parayı kabul edecek veya reddedecektir. Kabul ederse ikinci oyuncu kendisine teklif edilen parayı birinci oyuncu ise geri kalan parayı alarak oyundan ayrılır. Eğer reddederse her iki oyuncu da oyundan para almadan ayrılırlar. Eğer birinci oyuncu, neo klasik iktisadın öngördüğü gibi rasyonel insan ise mümkün olan en düşük parayı ikinci oyuncuya teklif edecektir. İkinci oyuncu da sıfır parayla dönmek yerine kendisine ne teklif edilirse kabullenecektir (Charness ve

Gneezy, 2008:31; Koenigs and Tranel, 2007:951; Yavuzaslan, 2018a:2155; Yalçıntaş, 2015:248).

Ültilmatom oyunlari üzerine yapilan ilk çalışma olan Güth vd. (1982)'de ilk oyuncuların ellerine verilen paranın ortalama üçte birinden fazlasını (%36,7) ikinci oyuncuya teklif ettiği yani rasyonel insan varsayımına uygun hareket etmediği ortaya çıkmıştır. Ültilmatom oyunu ile ilgili olarak yapılan diğer çalışmalarda da ilk oyuncuların genellikle kendilerine verilen paranın %31 ile %50 arasındaki kısmını karşı taraf ile paylaşmaya hazır olduklarını ortaya koymuştur. İkinci oyuncular ise birinci oyuncunun elindeki paranın %20'si veya altını teklif etmesi durumunda genellikle teklifi reddetmektedirler (Yalçıntaş, 2015:259). İlk oyuncunun davranışının iki gerekçesi olabilir. Birincisi; vicdanı nedeniyle ikinci oyuncuya çok az para teklif etmeyi düşünmez. İkincisi ise karşı tarafın çok düşük teklifleri kabul etmeyebileceğini ve böylece kendisinin de para kazanmadan oyundan ayrılma ihtimalini düşünmesidir.

4. YÖNTEM

Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünde eğitim gören öğrenciler üzerinde Ültilmatom oyunu uygulaması yapılmıştır. İktisat öğrencilerinin toplam sayısı 2018 yılı Kasım ayı itibariyle 728'dir. Kolayda örnekleme ile teklif yapacak ve teklifi değerlendirecek grup olmak üzere öğrenciler iki gruba ayrılmış ve her bir grup için 100 öğrenci seçilmiştir.

Birinci grupta yer alan öğrencilere hayali olarak 100 TL verildi. Bunu ikinci grupta rastgele tanımadığı biriyle ne kadarını paylaşmak istediği soruldu. Paylaşma seçenekleri 1 TL, 10 TL, 20 TL, 30 TL, 40 TL, 50 TL, 60 TL, 70 TL, 80 TL, 90 TL ve 100 TL olarak verildi. İkinci gruptaki arkadaşına bu paylaşma teklifini kabul edip etmeyeceğinin sorulacağını ve kabul etmesi durumunda her ikisinin de bu paraları alacağı söylendi. İkinci gruptaki arkadaşı teklifi reddederse her ikisinin de para almadan oyundan ayrılacağı söylendi. Birinci gruptaki tüm katılımcılardan teklifler alındıktan sonra ikinci gruptaki öğrencilere teklifi kabul edip etmedikleri soruldu.

5. BULGULAR

Katılımcılar hakkında demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Katılımcılar teklif veren ve bu teklifi kabul veya reddeden olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır. Tablo 1'in solunda teklif miktarını belirleyen, teklif veren gruba ait veriler bulunmakta iken tablonun sağında bu teklife cevap veren grubun bilgileri bulunmaktadır.

Tablo 1. Demografik Sonuçlar

Teklif Veren Grup (Birinci Grup)			Teklife Cevap Veren Grup (İkinci Grup)		
Yaş	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
18	5	5	18	6	6
19	20	20	19	22	22
20	26	26	20	23	23
21	30	30	21	29	29
22	14	14	22	15	15
23+	5	5	23+	5	5
Toplam	100	100	Toplam	100	100
Bölge	Frekans	%	Bölge	Frekans	%
Karadeniz	36	36	Karadeniz	33	33
İç Anadolu	20	20	İç Anadolu	19	19
Marmara	16	16	Marmara	15	15
Ege	6	6	Ege	7	7
Akdeniz	4	4	Akdeniz	5	5
Doğu ve Güneydoğu	4	4	Doğu ve Güneydoğu	5	5
Yabancı	14	14	Yabancı	16	16
Toplam	100	100	Toplam	100	100
Cinsiyet	Frekans	%	Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	48	48	Erkek	51	51
Kadın	52	52	Kadın	49	49
Toplam	100	100	Toplam	100	100

Lisans bölümü öğrencileri olmasından dolayı 19, 20, 21 ve 22 yaş grubunda yoğunlaşmıştır. Teklif veren grubun %86'sı teklife cevap veren grubun ise %89'u bu dört yaş grubunda bulunmaktadır. Kastamonu'nun Karadeniz bölgesinde bulunması ve genelde yakın çevreden öğrencilerin Kastamonu Üniversitesi'ni tercih etmesi nedeniyle her iki grupta da katılımcıların üçte birinden fazlası Karadeniz bölgesinden gelmektedir. Ankara'ya yakınlığı nedeniyle İç Anadolu Bölgesi'nden gelenler onu takip etmektedir. Yabancı uyruklu öğrenciler ile Marmara bölgesinden gelen katılımcıların da oranı düşük değildir. Cinsiyet bakımından kadınlar ile erkeklerin oranı birbirine oldukça yakındır, hatta hemen hemen eşittir.

Birinci Grup katılımcıların paylaşım tercihlerinin frekansları ve yüzdeleri ise Tablo 2'de verilmiştir. Tekliflerin ortalaması 33,06'dır. Katılımcıların çoğunluğu 40 TL (%40) ve 30 TL (%22) paylaşmayı teklif etmişlerdir. Bu sonuç karşı tarafa çok az veya hiç para vermemek eğiliminin yüksek olmadığını göstermekte ve önceki çalışmalarla uyumlu sonuçlar ortaya çıkmıştır (Yalçıntaş, 2015:259).

Tablo 2. Birinci Grup Teklifleri

Teklif Tutarı	Frekans	%
1	6	6
10	4	4
20	13	13
30	23	23
40	40	40
50	13	13
60	1	1

Katılımcıların teklif ortalamalarının demografik verilere göre istatistiksel anlamda farklılık arz edip etmediği de parametrik testler yardımıyla araştırıldı. Parametrik testlerin tercih edilmesinin nedeni Skewness ve Kurtosis değerlerinin (-1, +1) aralığında olmasıdır (Morgan et.al. 2004:49). Skewness değeri -0,818 ve Kurtosis değeri 0,335 olarak bulunmuştur. Independent Sample T test sonucuna göre erkekler ile kadınların teklif ortalamaları %5 seviyesinde farklılık göstermemektedir (Sig:0,875). Erkeklerin teklif ortalaması 33,15 iken kadınların ortalaması 32,98'dir. Yaş gruplarına göre farklılık olup olmadığını ise Anova testi yardımıyla araştırdığımızda da %5 seviyesinde ortalamalar arasında farklılık olmadığı görülmüştür (Sig:0,279).

Tablo 3. Teklifler Ve Kabul Oranları

Birinci Grup Katılımcılar			İkinci Grup Katılımcılar		
Teklif	Frekans	%	Kabul	Red	Kabul %
1 TL	6	6	0	6	0
10 TL	4	4	1	3	25
20 TL	13	13	6	7	46,2
30 TL	23	23	16	7	69,6
40 TL	40	40	37	3	92,5
50 TL	13	13	13	0	100
60 TL	1	1	1	0	100

İkinci Gruptaki katılımcıların tekliflere verdikleri cevapları ve kabul oranlarını ise Tablo 3'de görmek mümkündür.

Tablo 4. İkinci Grubun Demografik Verileri Ve Kabul Red Oranları

Yaş	Frekans	%	Kabul	Red	Kabul Yüzdesi
18	6	6	4	2	66,6
19	22	22	16	6	72,7
20	23	23	17	6	73,9
21	29	29	23	6	79,3
22	15	15	10	5	66,6
23+	5	5	4	1	80
Toplam	100	100	74	26	74
Bölge	Frekans	%	Kabul	Red	Kabul Yüzdesi
Karadeniz	33	33	24	9	72,7
İç Anadolu	19	19	14	5	73,7
Marmara	15	15	10	5	66,6
Ege	7	7	4	3	57,1
Akdeniz	5	5	4	1	80
Doğu ve Güneydoğu	5	5	4	1	80
Yabancı	16	16	14	2	87,5
Toplam	100	100	74	26	74
Cinsiyet	Frekans	%	Kabul	Red	Kabul Yüzdesi
Erkek	51	51	41	10	80,4
Kadın	49	49	33	16	67,3
Toplam	100	100	74	26	74

İkinci grup oyuncular toplamda karşılaştıkları 100 teklifin 74'ünü kabul etmişlerdir. Teklif edilen miktar azaldıkça kabul oranı da azalmaktadır. 20 TL ve altındaki 23 teklifin sadece 7 tanesi yani yaklaşık %30'u kabul edilmiştir. Buna karşılık 30 TL ve üstündeki 77 teklifin 67'si yani %87'si kabul edilmiştir. Bu sonuçlar, ikinci grup oyuncuların adil paylaşım teklifi yapıldığında kabul etmeye eğilimli olduklarını göstermektedir. Buna karşılık adil olmadığını düşündükleri bir teklifin yapılması durumunda ise reddetme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Oysa rasyonel insan kendisine adil bir teklif yapılsa bile sıfır kazançla dönmektense teklifi kabul etme eğiliminde olması gereklidir.

Kabul veya red oranlarının demografik verilere göre kıyaslamasını Tablo 4 aracılığıyla görmek mümkündür. Yaş gruplarına göre kabul yüzdesi %66,6 ile %80 arasında değişmektedir ve yaş gruplarından birinin diğerlerinden kabul yüzdesi olarak önemli bir farklılığı bulunmamaktadır.

Geldikleri bölgeye göre yapılan değerlendirmede ise yabancı uyruklu öğrencilerin %87,5 gibi yüksek oranda teklifi kabul ettikleri görülmektedir. Buna karşılık Ege bölgesinden gelen öğrencilerin ise %57,1 oranında yapılan teklifi reddettikleri görülmüştür. Ancak teklifin kabul veya reddedilmesinde teklif tutarının çok önemli rolü bulunmaktadır. Ege bölgesinden

gelen öğrencilerin reddettiği üç teklifin tutarları sırasıyla 1 TL, 10 TL ve 30 TL'dir. Yani Ege bölgesinden gelen öğrencilerin reddettikleri teklifler arasında yüksek oranlı bir teklif bulunmamaktadır. Yabancı uyruklu öğrenciler 1 TL'lık bir adet teklif ile karşılaşmış ve bu teklifi reddetmiş, 10 TL'lık iki teklifin birini kabul diğerini reddetmişlerdir. 20 TL ve yukarıdaki tekliflerin tamamını ise kabul etmişlerdir. Öğrencilerin geldikleri bölgeye göre teklifi red veya kabul etmeleri konusunda yargıya varmak için daha büyük bir örneklem ile çalışmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

Cinsiyet açısından da erkeklerin %80,4 oranında yapılan teklifi kabul ettiği, kadınların ise sadece %67,3 oranında kabul ettiği görülmüştür. Kendilerine yapılan 40 TL'lık tekliflerden üçünü kadınlar reddetmişler, fakat erkeklerden hiçbiri 40 TL'lık teklifi reddetmemiştir. Ancak cinsiyet açısından kabul veya red oranlarının incelemesinin yapılması için daha büyük ve farklı bir örneklem üzerinde çalışılması gerektiği düşünülmektedir.

6. SONUÇ

Neo klasik iktisat teorilerinde rasyonel insan varsayımı kullanılarak analiz yapılmaktadır. Rasyonel insan ise sadece kendi çıkarını maksimize etmeye yoğunlaştığı için toplumu düşünmemekte ve elindekileri başkaları ile paylaşmaya eğilimli olmamaktadır. İnsanların psikolojilerinin kararlarını etkilediğini ve bu açıdan yerleşik iktisattaki rasyonel insan varsayımının sorunlara yol açtığını söyleyen davranışsal iktisat çalışmaları giderek gelişmektedir. Bu çalışmada Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümü öğrencilerinin katılımıyla ultimatòm oyunu oynanmış ve sonuçları paylaşılmıştır. Katılımcılar ellerindeki %33,06'sını diğerleriyle paylaşmaya razı olduklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuç ultimatòm oyunu kullanılarak yapılan benzer çalışmaların sonuçları ile uyumludur. Rasyonel insan elindekilerin minimumunu diğerleri ile paylaşmaya razı iken bu çalışmada katılımcıların paylaşmaya razı oldukları miktarın düşük olmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcılar kendilerine adil olduğunu düşündükleri bir paylaşım teklifi geldiğinde kabul etme eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Kendilerine gelen toplam paranın %30 ve üstü paylaşım tekliflerinin %87'si kabul edilmiştir. Buna karşılık katılımcılar adil olmadığını düşündükleri teklifleri ise büyük çoğunlukla reddetmiştir. Toplam paranın %20'sinin teklif edilmesi durumunda gelen tekliflerin %70'i reddedilmiştir. Katılımcılar paylaşım adil değilse sıfır kazançla dönmek pahasına gelen teklifleri reddetmişlerdir. Bu sonuçta gelir dağılımında adaletin toplumsal barış ve huzur ortamının sağlanması açısından ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışma iktisat derslerinde rasyonel insan kavramının anlatıldığı bir lisans programı öğrencilerine uygulanmıştır. Daha farklı ve kalabalık bir örneklem üzerinde

alışılmasının gelir dağılımlında adalet hakkında literatüre katkı sağlayacağı ve paylaşımın önemi düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

- Akalin, G. and Dilek, S. (2007a), “Belirsizlik Altında Tüketicilerin Kararları”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 3,6, s:33-48.
- Akalin, G. and Dilek, S. (2007b), “Belirsizlik Altında Firma Kararlarının İncelenmesi”, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, XXIII, 2, s: 45-61
- Akerlof, G. and Kranton R. (2000), “Economics and Identity” The Quarterly Journal of Economics, 115(3), 717-749
- Charness, G. and Gneezy, U. (2008),” What’s In A Name? Anonymity and Social Distance In Dictator and Ultimatum Games”, Journal of Economic Behavior and Organization, 68, 29-35
- Dilek, S; Küçük, O. and Özdirek, R. (2017), “Homo Economicus mu? İslami İnsan mı?”, Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 3(4), 635-641.
- Dilek, S. (2017). Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi. Seçkin Yayınları
- Dilek, S. (2007). İktisadi Ajanların Belirsizlik Altında Karar Verme Mekanizmaları. Marmara Üniversitesi SBE doktora tezi. Danışman: Prof.Dr. Gülsüm Akalin
- Easterlin, R. (1974), “Does Economic Growth Improve the Human Lot?”, Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz, Ed: Paul A. David and Melvin W. Reder, New York: Academic Press, Inc., pp.89-125. <http://graphics8.nytimes.com/images/2008/04/16/business/Easterlin1974.pdf>
- Güth, W., Schmittberger, R. and Schwarze, B. (1982), “An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining”. Journal of Economic Behaviour and Organization, 3, 367-388.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979), “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”, Econometrica, 47(2), 263-292.
- Kahneman, D. (2003), “A Psychological Perspective on Economics”, The American Economic Review; 93(2), 162-168
- Karabacak, H. (2018), Yeni Başlayanlar İçin Oyun Teorisi. Seçkin Yayınları.
- Katona, G. (1951), Psychological Analysis of Economic Behavior, New York: McGraw-Hill.
- Keskin, A. and Gülsen, A. (2015), “The Power of Sharing and Increasing Social Marginal Utility”. Sakarya İktisat Dergisi. 4(2). 94-108.
- Kitapçı, İ. (2017), “Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar”, Maliye Araştırmaları Dergisi, 3(1), 85-102.
- Koenigs, M. and Tranel, D. (2007), “Irrational Decision-Making After Ventromedial Prefrontal Damage: Evidence From The Ultimatum Game”. The Journal of Neuroscience. 27(4).
- Kurtoğlu, R. (2017), NöroFinans Küresel Para Savaşları ve Davranış Ekonomisi. Destek Yayınları.
- Kurtulmuş, N. (1989), “İki Farklı İnsan Modelinin Analizi: Ekonomik İnsan- Davranışçı İnsan”, İktisat Fakültesi Mecmuası, 47(1-4).
- Küçükücü, M., Konya, Sevilay and Karaçor, Z. (2017), “Davranışsal İktisat Ekseninde İktisatta Psikolojik Arka Plan”. 2nd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), 19-22 May 2017.
- Leibenstein, H. (1966), “Allocative efficiency vs. 'x-efficiency’”. American Economic Review, 56, 392-415
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. and Barrett, K. C. (2004), SPSS for Introductory statistics: Use and interpretation. Psychology Press.
- Oosterbeek, H., Sloof, R. and van de Kuilen, G. (2004), “Cultural Differences in Ultimatum Game Experiments: Evidence From A Meta-Analysis”, Experimental Economics, 7, 171-188
- Simon, H. (1955), “A Behavioral Model of Rational Choice”, The Quarterly Journal of Economics, 69(1): pp 99-118.
- Şen, A. (2016). “Eğitim ile Bencillik Arasındaki İlişki: Dumlupınar Üniversitesi Örneği”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi. 5(7), 1892-1904.
- Thaler, R. (1988), “Anomalies The Ultimatum Game”, The Journal of Economic Perspectives, 2.

- Yalçıntaş, M. (2015), "Ekonomik Karar Almada Adalet ve Oyun Teorisi". Maliye Finans Yazıları, 103, 2472-74
- Yavuzaslan, K. (2018a), "Ekonomideki Tercihlerde, Demografik Farklılıkların Önemi: Davranışsal ve Deneysel İktisat Çalışmaları". Social Sciences Studies Journal. 4(19). 2152-2158
- Yavuzaslan, K. (2018b), "Deneysel İktisat ve Kültürel Farklılıkların Deneysel İktisatla İfadesi", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 33, Denizli, s. 217-231
- Yiğit, A. G. (2018), "Davranışsal İktisadın Anlaşılmasına Yönelik Bir Literatür Taraması", MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 16(2). 161

Citation: Yılmaz, S. & Akyüz, K. (2018), Türkiye’de Sosyal Koruma Yardımları: Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarının İşlevselliği, BMIJ, (2018), 6(4): 835-861 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.400>

TÜRKİYE’DE SOSYAL KORUMA YARDIMLARI: SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKIFLARININ İŞLEVSELLİĞİ

Selman YILMAZ¹

Kasım AKYÜZ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 07/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 17/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Tarih boyunca her devlet az ya da çok vatandaşlarının refahını artırmayı istemiştir. Sanayi devrimi ve onun bir parçası olarak kentleşmenin hızla artmasıyla devletlerin sosyal refahı sağlamak için aldıkları önlemler de artmıştır. Modern zamanlarda birçok devlet “sosyal devlet” olma yolunda sosyal sınıf farklılıklarını en aza indirmeyi ve alt sosyal tabakaların sosyo-ekonomik düzeyini iyileştirmeyi hedeflemektedir. Bu çaba içerisinde devletler tarafından sağlanan sosyal koruma yardımları önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmamızda sosyal koruma yardımları bağlamında Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarının işlevselliği incelenecektir. Günümüzde Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’na bağlı olarak çalışan bu vakıflar bir devlet politikası olarak vatandaşların refahını artırmayı hedeflemektedir. Araştırmamız sosyal koruma yardımlarının birçok alanda verildiğini ve bu konuda devletin alicenap davranarak yardım miktarlarını son yıllarda önemli ölçüde artırarak birçok yeni kaleme yardım faaliyetinde bulunduğunu göstermektedir. Bununla birlikte AB ve OECD üyesi ülkelerle karşılaştırdığımızda, sosyal koruma yardımları konusunda hala atmamız gereken birçok adımı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Devlet, Sosyal Yardım, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı

Jel kodu: H1, H5, I3

SOCIAL EXPENDITURE IN TURKEY: FUNCTIONALITY OF THE SOCIAL ASSISTANCE AND SOLIDARITY FOUNDATIONS

ABSTRACT

Throughout history, each state has sought to increase the welfare of its citizens more or less. With the industrial revolution and the rapid growth of urbanization as a part of it, the measures taken by states to achieve social welfare have also increased. In modern times, many states aim to minimize social class differences and to improve the socio-economic level of the lower social strata. Accordingly, states expand social expenditure spending. This study examines the Social Assistance and Solidarity Foundations’ functionality regarding social expenditure in Turkey. The study reveals that social protection benefits cover many socio-economic areas and the Turkish state, by being generous, has improved its efficiency by covering new circumstances in recent years. On the other hand, when compared to EU and OECD countries, there are still many steps that we need to take regarding social expenditure.

Keywords: Social Assistance and Solidarity Foundations, Social State, Social Expenditure

Jel code: H1, H5, I3

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Üniversitesi, selyilmaz@ankara.edu.tr

² Sosyal Yardım ve İnceleme Görevlisi, OfSYDV, kasimakyuz@hotmail.com.tr

<http://orcid.org/0000-0003-1700-6313>

<https://orcid.org/0000-0003-1041-8083>

1. GİRİŞ

Ülkemizde devlet tarafından sağlanan sosyal yardım faaliyetleri 1986 yılında çıkarılan 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu ile tek bir düzen altına alınmıştır (14.06.1986 tarih ve 19134 sayılı Resmi Gazete). Bu kanunla beraber Başbakanlığa bağlı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu (SYDTF) kurulmuştur. Ülke sınırları içerisinde faaliyet göstermek için kurulan bu fon, muhtaç durumda olan herkesi koruma altına almayı hedeflemiştir. Başbakanlığa bağlı olarak oluşturulan bu teşkilat ileriki yıllarda Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na bağlanmıştır. 2018 yılı itibari ile de faaliyetlerini Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı çatısı altında sürdürmektedir.

Bu çalışmada öncelikle sosyal yardımlaşmanın temelleri hakkında genel bir bilgi verilerek, Türkiye'de Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları bünyesi altında yürütülen yardım faaliyetleri incelenecektir. Bu faaliyetlerin genel olarak düzenli merkezi yardımlar, amaca yönelik yardımlar ve istihdama yönelik yardımlar kapsamında yürütüldüğü anlaşılmaktadır. Devletin yardım konusundaki iyi niyetine rağmen yine de aksaklık ve memnuniyetsizliklerin yaşandığı görülmektedir. Çalışmamız bu konulara da değinerek çözüm önerileri sunacaktır.

2. SOSYAL YARDIMLAŞMANIN TEMELLERİ

Toplumsal yardımlaşmanın daha ilk insandan günümüze kadar var olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Tarih boyunca bütün toplum yapıları tabakalı bir görünüm arz etmiş, bu durum kimi zaman ekonomik ve çevresel etkenlere bağlı sosyal bir gerçeklik olarak ortaya çıkmış, kimi zaman da belli ideolojiler tarafından yerleştirilmeye çalışılmıştır. Alt toplumsal sınıfta bulunan insanlarla, orta ve üst tabakada yer alan insanlar arasındaki ekonomik fark yıllar içerisinde derinleşmekte ve toplumsal çatışmalara yol açabilmektedir. Bu tür çatışmaların oluşmasını engellemek için hem devlet hem de din otoriteleri alt toplumsal sınıflara yönelik ekonomik destek faaliyetleri içerisinde bulunmuştur (Skocpol & Amenta, 1986, ss.131-139; Esping-Andersen, 2003, ss.33-34; Starke, 2006, s.110).

2.1. Devlet Açısından Sosyal Yardımlaşmanın Önemi

Devletlerin tarihi gelişimi dikkate alındığında, hepsinin vatandaşlarının refah seviyelerini artırmayı hedeflediği görülmektedir. Bu hedef doğrultusunda devletler kendi bünyeleri altında sosyal yardımlaşma faaliyetleri yürüttükleri gibi vatandaşları tarafından sosyal yardımlaşma için dernek ve vakıf kurulmasını da teşvik etmiştir. Bu teşvikler kimi zaman vergi indirimi gibi maddi unsurlar içerirken, kimi zaman da vakıf ve dernek sahibi

hayırseverlere devlet beratı verilmesi gibi teşvik ve onore edici manevi unsurlar içermektedir. Devletler arasında bu konuda farklılıklar olduğu göze çarpmaktadır. Kimi devletlerde sosyal yardımlaşma faaliyetlerine verilen önemin güçlü olduğu, kimisinde ise zayıf kaldığı görülmektedir. Bu farkı anlatmak için genel olarak “sosyal devlet” tanımı kullanılmaktadır. Sosyal devlet toplumsal refahı amaçlayan, bu amaç uğrunda da sosyal sınıf farklılıklarını en aza indirmeyi hedefleyen ve bu amaç için gerekli müdahaleleri yapan devlet şekli olarak tarif edilebilir (Yanık & Kara, 2014; Yay, 2014; Tümerkan Albayrak & Birinci, 2017).

Her ne kadar sosyal yardımlaşma olgusu tarih boyunca her devletin ilgilendiği bir konu olsa da, bu konunun sistematik olarak devletler tarafından ele alınması Sanayi Devrimi sonrası toplumlara rastlamaktadır. 18. ve 19. yüzyıllarda sanayileşmenin yaygınlaşması, kentleşmenin yoğunlaşması ve kapitalist gelişmeyle burjuvazinin güçlenmesi sonrasında sosyal güvence konuları daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Bunun sonucu olarak 19. yüzyılın son çeyreğinden itibaren kaza, sağlık ve emeklilik sigortası sistemlerinin ilk uygulamaları gün yüzüne çıkmaya başlamıştır (Yanık & Kara, 2014).

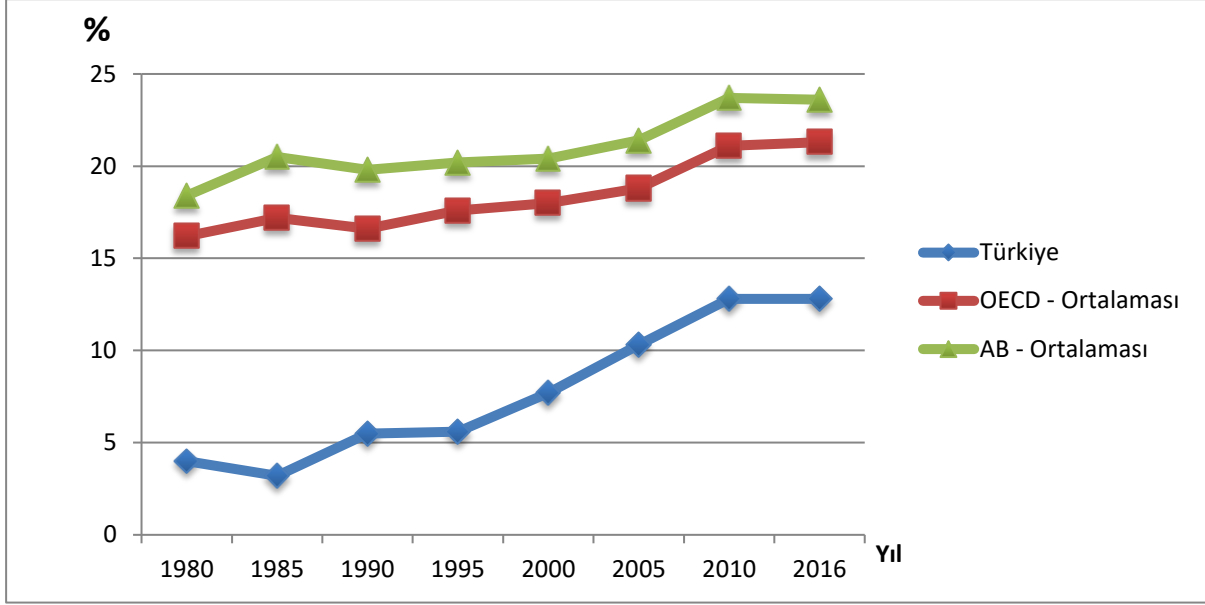
20. yüzyıl boyunca sosyal devlet düşüncesinin yaygınlaşmasının sonuçlarının akademiye de yansıdığı görülmektedir. Sosyoloji ilminin bir parçası olarak sosyal politikalar ile ilgili yazılar ve bu yazılarla devlet yönetimine yön verme isteği 1950’lerden sonra ivme kazanmıştır. Bu alandaki ilk çalışmalar arasında Richard Titmuss’un 1950’lerde yazdığı eserleri ön plana çıkmaktadır (bkz. Titmuss, 2018). Sosyal devlet düşüncesinin henüz gelişim aşamasında olduğu bu yıllarda Titmuss, üç boyutlu (toplumsal, mali, mesleki) bir sosyal devlet tipolojisi ortaya koymuştur. Ona göre sosyal refaha ulaşmanın yolu, ekonomik gelişimden tüm vatandaşların faydalanmasından geçmektedir. Bu bağlamda kadınların ülke ekonomisindeki rolü güçlendirilmeli ve erkek egemen ekonomi anlayış ve politikaları terk edilmelidir (Titmuss, 2018, ss.54-64). İlerleyen yıllarda sosyal devlet ile ilgili literatürdeki çalışmaların artmasıyla konu hakkındaki tasniflerin de çoğaldığı görülmektedir. Her ülke kendi kültürel özellikleri, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik dengelerine göre farklı sosyal devlet anlayışları benimsemekte ve ilgili politikaları uygulamaktadır.

Türkiye’de sosyal devlet anlayışının dünyadaki gelişmelere paralel olarak değişim gösterdiği görülmekle birlikte ülkede yaşanan sosyal, ekonomik ve siyasi krizlerin de sosyal politikalara etki ettiği anlaşılmaktadır. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin daha çok savaşların yıkıcı etkilerini gidermeye yönelik politikalar sergilediği, bu sebeple Türkiye’de sosyal devlete ilişkin önemli adımların çok uzun bir süre atılamadığı söylenebilir. Kurtuluş Savaşı’nın hasarlarının atlatılması, İkinci Dünya Savaşı’nın en az etki ile geçirilmesi gibi sosyo-

politik ve konjonktürel tehlikelerin azalmasıyla sosyal devlet anlayışı yavaş da olsa bir gelişim göstermeye başlamıştır (Yay, 2014). Bu gelişimde yine çok partili hayata geçişin de etkisi yadsınamaz. Çok partili hayata geçişle birlikte hükümet ve siyasi partiler daha çok oy alabilmek için sosyal politikalara daha fazla önem vermek zorunda kalmışlardır (Yılmaz, 2013). Devlet anlayışındaki bu gelişmelere paralel olarak “sosyal devlet” olma prensibi 1961 Anayasası ile kanuni güvence altına alınmıştır. 1982 Anayasası ile bu konu da devletin değiştirilemez prensipleri arasına eklenmiştir.

Tüm bu gelişmelere ve hukuki düzenlemelere rağmen Türkiye’de sosyal devlet anlayışının önemli bir gelişme göstermesi ancak 1990’lardan sonra mümkün olabirmiştir. Yine de ülke olarak sosyal devlet olma konusunda AB (Avrupa Birliği) üyesi ülkelerin çok gerisinde, OECD (İktisadi İşbirliği ve Geliştirme Teşkilatı) üyesi ülkelerin de ortalamasının çok altında yer almaktayız. Özellikle sosyal koruma yardımları konusunda AB ve OECD üyesi ülkelerin 1980’lerdeki ortalamaları bile günümüz Türkiye’sinin ortalamalarının üzerinde yer almaktadır (Şekil 1, 2) (OECD, 2018). Bu durumda özellikle Avrupa’nın 40 yıl gerisinden gittiğimizi acı da olsa ifade etmek gerekir.

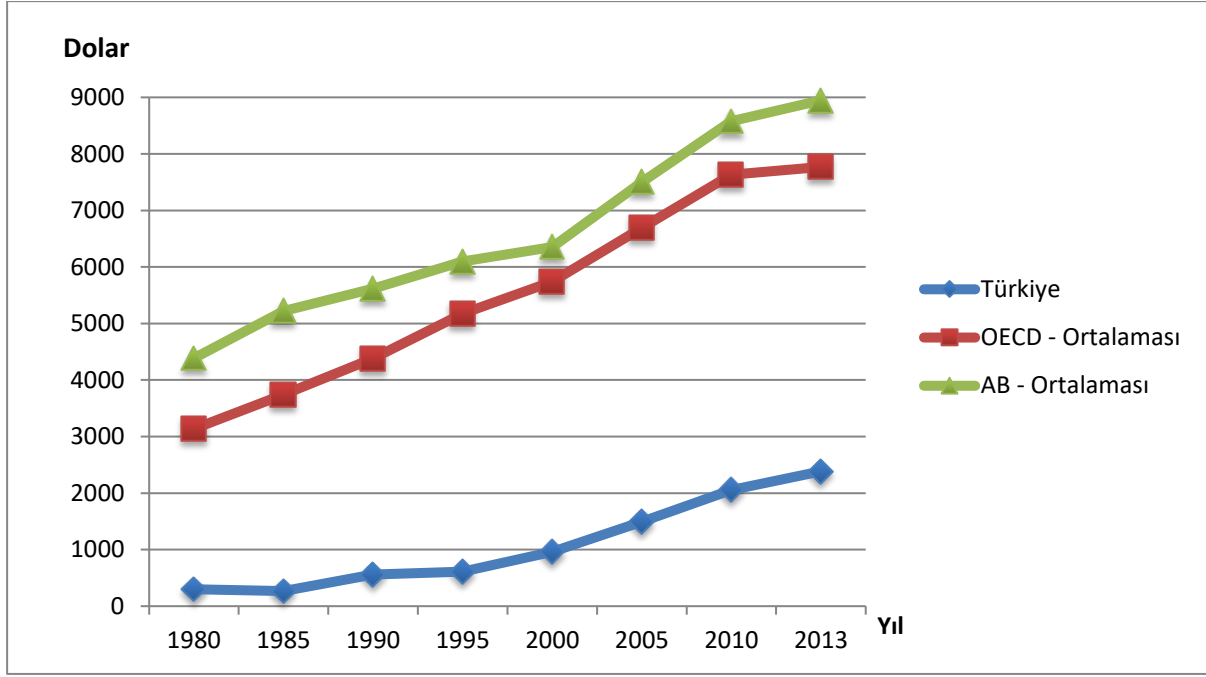
OECD’ye (2018) göre sosyal yardım ve harcamalar doğrudan nakdi yardımları, mal ve hizmet tedariklerini ve bu amaçla sağlanan vergi indirimlerini kapsar. Bu yararlar düşük gelirli hane halkları, yaşlılar, engelliler, hastalar, işsizler ve gençleri hedeflemektedir. Yapılan yardımların bu program kapsamında değerlendirilebilmesi için ya kaynaklar yeniden dağıtılıyor olmalı (*redistribution of resources across households*) ya da zorunlu katılım (*compulsory participation*) sağlanıyor olmalıdır. Sosyal yardımların kamu tarafından sağlandığının kabul edilebilmesi için devlet organlarının (merkezi hükümet, devlet ve yerel yönetimler) ilgili mali kaynakların akışını sağlaması gerekir. Bu organlar vasıtası ile sağlanmayan tüm sosyal yardımlar kamunun dışında yer alan özel yardımlar olarak değerlendirilir. Hane halkları arasındaki özel transferler sosyal yardım olarak adlandırılmaz. Bu tanım ışığında Türkiye’de yapılan sosyal koruma yardımları ile OECD ve AB üyesi ülkelerin yardımları aşağıda karşılaştırılmaktadır (Şekil 1, 2).



Şekil 1. Kamu Sosyal Koruma Yardımlarının GSYH'ye Oranı, 1980-2016

Kaynak: OECD (2018); TÜİK, Sosyal Koruma İstatistikleri (2017)

Ülkelerin gayri safi yurtiçi hasıllarının (GSYH) yüzdeler olarak ne kadarını vatandaşlarının refahını artırmak için kullandıkları, kendilerinin ne ölçüde sosyal bir devlet olduğu hakkında önemli bir göstergedir. Türkiye bu konuda hem AB ülkelerinin hem de üyesi bulunduğu OECD ülkelerinin çok gerisinde yer almaktadır. 1995 sonrası önemli bir ivme yakalanmış görünse de ideal oranların çok gerisinde kaldığımız aşikardır. Son verilerin olduğu 2016 yılı istatistiklerini baz alırsak, ilgili yıldaki kamu sosyal koruma yardımlarının GSYH'ye oranını gösteren sonuçlara göre AB üyesi ülkelerin hepsinin gerisinde yer almaktayız. Verisi bulunan OECD üyesi 35 ülke arasında ise kendimize ancak sondan dördüncü sırada yer bulmaktayız (Şekil 1). Kişi başı harcanan sosyal yardım miktarında da benzer bir durum karşımıza çıkmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2. Kişi Başına Düşen Kamu Sosyal Koruma Yardımı Tutarı (Dolar Cinsinden), 1980-2013

Kaynak: OECD (2018)

Kişi başına yapılan sosyal koruma yardımları konusunda Türkiye yine AB ve OECD üyesi ülkelerin ortalamalarının çok altında kalmaktadır. Türkiye, AB üyesi ülkelerin hepsinin gerisinde kalırken, 2013 yılı itibari ile verisi bulunan OECD üyesi 32 ülke arasında da sondan ikinci sırada yer almaktadır. 1980 yılı itibari ile kişi başı 300 Dolar olan yardım miktarı 1990'larda 600, 2000'lerin başında 1000 Dolar seviyelerine ulaşmıştır. Sonraki yıllarda daha hızlı bir artış göstererek 2013 itibari ile 2385 Dolar seviyesine çıkmıştır. 2014 ve sonrasında TL bazındaki artış devam etse de döviz kurundaki hızlı yükselişin bu rakamları bir miktar aşağıya çektiği anlaşılmaktadır.

Tüm bu göstergeler, Türkiye'nin sosyal devlet olma yolunda Cumhuriyet'in kuruluşundan günümüze güçlü adımlar attığını göstermektedir. Özellikle son 15 yılda yapılan düzenlemeler dikkat çekicidir. Bunlara bakacak olursak; 2005 yılında 2022 Sayılı Kanun ile engelli aylıkları önemli ölçüde artırılmıştır. 2006 yılında barınma yardımları ve 2009'da sosyal konut yardımları devreye girmiştir. 2012'de eşi vefat etmiş kadınlara yönelik yardımlar başlamış, 2013'te de zorunlu askerlik hizmetini yerine getiren muhtaç asker ailelerine nakdi yardımda bulunulmaya başlanmıştır (ASPB, 2017, s.12).

Yine yapılan kanuni düzenlemelerle 2012 yılına kadar çalışan kişiler sosyal yardımlardan yararlanamazken, yapılan değişiklikle kişi çalışsa dahi hane içinde kişi başı net gelir asgari ücretin 1/3'ünden az olması halinde sosyal koruma yardımlarından

yararlanılabilmenin yolu açılmıştır (6353 Sayılı Kanun, 17. Md., 2012). Yine aynı kanun kapsamında devlet tarafından sağlanan sosyal yardım ve desteklerin haczedilemeyeceği hüküm altına alınmıştır. 2016 yılında yapılan son düzenlemeyle (6704 Sayılı Kanun) nakdi düzenli yardım alanların istihdamı işverenler açısından özendirilmiştir. Buna göre “işe başladığı tarihten önceki son bir yıl içerisinde Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu Kurulu tarafından belirlenen nakdî düzenli sosyal yardımlardan en az bir defa yararlanmış olanların ... Türkiye İş Kurumuna kayıtlı işsizler arasında olması kaydıyla ... özel sektör işverenlerince istihdam edilen sigortalı için ... sigorta primlerinin işveren hisselerine ait tutarın tamamı işe başladığı tarihten itibaren bir yıl süreyle Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından karşılanır” hükmü kanun kapsamına alınmıştır (6704 Sayılı Kanun, 11. Md., 14/04/2016).

Tüm bu düzenlemeler sosyal koruma yardımı alan kişi sayısını yıllar içinde artırmıştır. TÜİK tarafından yayınlanan en son istatistiklere göre 2008 yılında sosyal koruma kapsamında 9 milyon 693 bin kişi maaş alırken, 2016 yılında bu sayı 12 milyon 829 bin kişiye yükselmiştir (TÜİK, Sosyal Koruma İstatistikleri, 2017). Bütün bunlarla birlikte AB ve OECD ülkesi üyelerin kendi vatandaşları için yaptıkları düzenlemelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin bu konuda önemli ölçüde geri kaldığı ve daha çok adım atması gerektiği anlaşılmaktadır. Özellikle Türk toplum yapısındaki değişimler ve ekonomik nedenlere dayalı aile içi problemlerdeki artış sosyal koruma yardımlarının önemini her geçen gün artırmaktadır.

2.1.1. Toplumsal Bağlardaki Çözülme

Sosyal koruma yardımları modern toplum tipinin yaygınlaşmasıyla daha da önem kazanmaktadır. Her toplum kendi kültürel özellikleriyle örülü bir toplum yapısı oluşturmaktadır. Türk toplum yapısına bakacak olursak geleneksel izlerin ağırlığını görebiliriz. Bu yapıda aile üyeleri ve akrabalara olan duygusal bağlılık üst düzeydedir. Buna bağlı olarak aile bireylerine ve akrabalara karşı sosyal ve ekonomik anlamda koruma ve yardım etme isteği oldukça güçlüdür. Yukarıda belirttiğimiz üzere Türkiye’de devletin sağladığı sosyal koruma yardımları AB ve OECD üyesi ülkelere göre daha düşük olsa da güçlü aile ve akrabalık bağları sosyal korumaya muhtaç bireylere önemli ölçüde sosyal koruma sağlayabilmiştir. Bu durum sosyal kırılmaların ve çatışmaların önüne geçmiştir. Fakat Türk aile yapısı, aile ve akraba ilişkileri anlamında, erozyona uğramaktadır. Akrabalık ilişkilerinin zayıfladığı, aile bağlarının azaldığı ve her geçen gün bireyselliğin arttığı günümüzde (Yılmaz, 2012, s.203) devlet tarafından sağlanan sosyal koruma yardımlarının da önemi artmaktadır. Özellikle kentleşmeyle birlikte komşuluk ve akrabalık ilişkileri zayıflamış ve her geçen gün de zayıflamaya devam etmektedir. Bunun da ötesinde birinci derece akraba olan anne-baba ve çocuklar arasındaki

ilişkiler de her geçen gün zayıflamaktadır. Son yıllarda ülkemizdeki huzurevi sayısı hızla artmaktadır. Türk Aile Yapısı (TAYA) araştırmasında 18-60 yaş arası bireylerin yarısından fazlası yaşlılığında çocukları ile kalmayı istemediğini belirtmiştir. Bu grubu oluşturan %17'lik kesim huzurevine gideceğini, %32'lik grup evde bakım hizmeti almayı tercih edeceğini belirtmiştir (ASPB, 2013, s.104). 2016 yılındaki Türk Aile Yapısı Araştırması'nın sonuçlarına göre de huzurevinde kalmak istediğini belirtenlerin %11'i "çocuklarının kendileriyle birlikte yaşamak istemediğini", yaklaşık %10'luk kesim de "kendilerine bakacak kimselerinin olmayacağını düşündüklerini" ifade etmiştir (TÜİK, Aile Yapısı Araştırması, İstatistiklerle Yaşlılar 2016, 2017). Türk aile yapısında meydana gelen bütün bu değişimler, yaşlı nüfusun hızla arttığı da göz önünde bulundurunca, devlet tarafından sağlanan sosyal koruma yardımlarının önemini artırmaktadır.

2.1.2. Ekonomik Zorlukların Toplumsal Bağlara Etkisi

Türkiye'de yaşanan birçok toplumsal problemin temelinde ekonomik sıkıntılar yatmaktadır. Örneğin, işçiler üzerine yapılan bir araştırmada araştırmaya katılanların ¾'ünden fazlası ailenin en önemli problemi olarak ekonomik sorunları dile getirmiştir. Yine bu kişilerin yarısından fazlası eşleriyle kavga nedeni olarak ekonomik sorunları öne sürmüştür (Can, 2008, s.36). Kadına yönelik aile içi şiddetin en önemli nedenleri arasında %22 oranıyla ailelerin yaşadığı ekonomik zorluklar gelmektedir. Bu oran düşük gelirli ailelerde %26'ya kadar çıkmaktadır (TÜİK, Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet İstatistikleri, 2008). Ekonomik zorluklar aile yapısını zorlamakta ve birçok aile için boşanmaya sebep olmaktadır. Boşanan bireyler üzerinde yapılan araştırmalarda "evin ekonomik olarak geçimini sağlayamama" sebebi boşanan kadınların %8.3'ü, boşanan erkeklerin %6.1'i tarafından zikredilmiştir (ASPB, 2013, s.204). Yine aynı araştırmada katılımcıların %43.2'sinin "erkeğin evin ekonomik olarak geçimini sağlayamaması"nın "tek başına boşanma nedenleri" arasında saydığı görülmüştür (age., s.206). Diğer bir toplumsal problem olan intihar konusunda da ekonomik problemler önemli bir yer tutmaktadır. Son 15 yılın intihar istatistiklerine göre ekonomik sebeplerle intihar edenlerin oranı toplam intiharların yaklaşık %10'una ulaşmaktadır (TÜİK, İntihar İstatistikleri 2002-2017, 2018).

2.2. Din Açısından Sosyal Yardımlaşmanın Önemi

Din açısından bakacak olursak, örneğin İslam dininde malların sadece zenginler arasında dolaşan bir servet ve güç haline gelmesi istenmemiştir (Haşr, 59: 7). Birçok alanda zenginlerin fakirlere yardım etmesi hem teşvik edilmiş, hem de kimi zaman İslam dininin gereği

olarak zorunlu tutulmuştur. Bu çerçevede zenginlerden yılda bir defa yaklaşık % 2.5 civarında mallarının zekatını vermeleri istenmiştir. Zekat verilebilecek gruplar ayette şu şekilde zikredilmektedir: “*Sadakalar (zekatlar), Allah’tan bir farz olarak ancak fakirler, düşkünler, zekât toplayan memurlar, kalpleri İslam’a ısındırılacak olanlarla (özgürlüğüne kavuşturulacak) köleler, borçlular, Allah yolunda cihad edenler ve yolda kalmış yolcular içindir. Allah hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir*” (Tevbe, 9: 60).

Zorunlu olan zekatın yanında bir çok ayet ve hadiste sadaka verilmesi de teşvik edilmiştir. Sadaka vermenin malları bereketlendireceği ayetle sabittir (Bakara, 2: 276). Ayrıca, borçlulara yardım edilmesi için Müslümanlar yönlendirilmiştir: “*Eğer borçlu darlık içindeyse ona eli genişleyinceye kadar mühlet verin. Eğer bilerseniz, (borcu) sadaka olarak bağışlamanız, sizin için daha hayırlıdır*” (Bakara, 2: 280).

Sosyal yardımlaşmanın temellerinden bir tanesi de ihtiyaç sahiplerinin aranarak bulunmasıdır. Birçok ihtiyaç sahibi ihtiyacını başkalarına açma konusunda kişisel hassasiyet göstermektedir. Bu durum sebebi ile bu kişilerin muhtaç durumda olduğu komşuları ve devlet organları tarafından fark edilememektedir. Bu sebeple İslam dini, muhtaç durumda olduğunu belirtmeyen ihtiyaç sahiplerinin de aranıp bulunmasını istemektedir: “*(Sadakalar) kendilerini Allah yoluna adayan, yeryüzünde dolaşmaya güç yetiremeyen fakirler içindir. İffetlerinden dolayı (dilenmedikleri için), bilmeyen onları zengin sanır. Sen onları yüzlerinden tanırsın. İnsanlardan arsızca (bir şey) istemezler. Siz hayır olarak ne verirsiniz, şüphesiz Allah onu bilir*” (Bakara, 2: 273).

Yapılan yardımlarda muhtaç durumdaki kişilerin kalplerinin kırılmaması, gururlarının incitilmemesi de İslam’ın temel prensipleri arasında yer almaktadır: “*Güzel bir söz ve bağışlama, peşinden gönül kırma gelen bir sadakadan daha hayırlıdır*” (Bakara, 2: 263). Bu prensip gözetilmediğinde yapılan yardımların dini anlamda bir değerinin olmadığı ayette belirtilmektedir: “*...sadakalarınızı başa kakmak ve gönül kırmak suretiyle boşa çıkarmayın*” (Bakara, 2: 264). Bu hassasiyet için yardımların gizli olarak yürütülmesi teşvik edilmektedir: “*Sadakaları açıktan verirsiniz ne güzel! Fakat onları gizleyerek fakirlere verirsiniz, bu sizin için daha hayırlıdır ve günahlarınızdan bir kısmına da kefarete olur. Allah yaptıklarınızdan hakkıyla haberdardır*” (Bakara, 2: 271).

Birçok alanda dini cezaların kefareti olarak fakirlere yardım edilmesi emredilmektedir. Örneğin yemin bozma kefareti olarak kişinin günlük ortalama harcaması dikkate alınarak on yoksulu doyurması, yahut giyim ihtiyacını karşılaması ya da bir köle azat etmesi istenmektedir

(Maide, 5: 89). Ayrıca yerine getirilemeyen bazı ibadetlerin karşılığı olarak fakirlere yardım yapılması emredilmektedir. Örneğin Ramazan ayında oruç tutamayan Müslümanlar, oruç tutamadıkları her gün için bir fakiri doyurmakla yükümlüdürler.

İslam dininde sadaka sadece maddi bir yardım olarak değerlendirilmemiş, insanların, toplumun ve doğanın yararına yapılan her davranış sadaka olarak ifade edilmiştir. Örneğin Hz. Muhammed kendisine sadaka konusunda soru yönelten sahabelerine güzel ve iyi sözden tutun, yoldaki zararlı maddelerin kaldırılmasına kadar her türlü iyiliği sadaka kapsamında anlatmıştır (Riyazü's Salihin, I.cilt, 150-153).

Bütün bu yardımlarla İslam dini fakir ve zengin arasındaki uçurumu azaltmayı hedeflemiştir. Bu sayede sosyal tabakalar arası olası sınıf çatışmaları önlenmeye çalışılarak sosyal düzenin tesisi ve devamı mümkün hale getirilmek istenmiştir.

3. VAKIF BÜNYESİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN UYGULAMALAR

Çalışma konumuzu oluşturan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV) illerde valilik, ilçelerde kaymakamlıklar altında yaklaşık bin şubeyle il/ilçe sınırları içerisindeki muhtaç ailelere yardım etmek amacıyla birçok alanda faaliyet göstermektedir (ASPB, 2017, s.10).

Vakıfların yönetim ve temsile yetkili organı Mütevelli Heyeti'dir. Heyet atanmış ve seçilmiş üyelerden oluşur. Mülki idare amirleri (illerde vali, ilçelerde kaymakam) vakfın tabii başkanı olurlar. İllerde belediye başkanı, defterdar, il milli eğitim müdürü, il sağlık müdürü, il gıda, tarım ve hayvancılık müdürü, aile, çalışma ve sosyal hizmetler il müdürü, il müftüsü; ilçelerde belediye başkanı, mal müdürü, ilçe milli eğitim müdürü, sağlık grup başkanı, ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürü ve ilçe müftüsü vakfın atanmış Mütevelli Heyeti üyeleridir. Bunların yanından her yıl seçimle belirlenen iki muhtar, bir sivil toplum kuruluşu üyesi ve iki hayırsever vatandaş da heyete dahil edilir (3294 Sayılı Kanun, 7 Md.). Kimlere yardım yapılacağı ve yapılacak yardımın nitelik ve miktarı konusunda Mütevelli Heyeti yetkili mercidir. Mütevelli Heyeti'nin düzenli merkezi yardımlarda miktar ve nitelik değiştirme yetkisi bulunmamaktadır.

Vakıflar muhtaç ailelerin tespitinde beyan, tanık beyanı, yerinde inceleme, hane ziyareti ve resmi malvarlıkların incelenmesi gibi hususlardan yararlanmaktadır. 2012 yılına kadar SYDV tarafından e-devlet ile entegre ortak bir muhasebe sistemi tutulmadığından özellikle malvarlığı araştırmalarında kişi beyanı esas alınmak zorunda kalınmıştır. Her vakıf farklı muhasebe programları kullanarak kayıt oluşturduğundan, yeni bir programa geçilmesi ile eski

kayıtlara ulaşmak zorlaşmıştır. 2012 yılında tüm SYDV'lerin ortak kullanabileceği Bütünleşik Sistem oluşturulmuştur. Bu sistem sayesinde vakfa başvuru yapan vatandaşların tüm menkul, gayrimenkul ve kayıt içi maaş ve benzeri bilgilerine tek bir T.C. kimlik numarası ile ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Kurulan bu Bütünleşik Sistem tüm SYDV'lerin muhasebe kayıtlarını ortak olarak tutmaktadır. Vakıf personeli tarafından oluşturulan notlar sistemde kayıtlı kalmakta, yapılan tüm başvurular ve sonuçları sistem üzerinden bakanlıkça anlık izlenebilmektedir.

Bu bölümde Türkiye genelinde Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı aracılığı ile gerçekleştirilen devlet yardımları incelenecektir. Bu yardımlar, düzenli merkezi yardımlar ve amaca yönelik yardımlar ile gelir getirici (istihdama yönelik) proje destekleri başlıkları altında incelenebilir.

3.1. Düzenli Merkezi Yardımlar

Kısa vadede gelir seviyesinde ve durumunda bir değişim ve yükselme beklenmeyen muhtaç kişilere yönelik yapılan bazı yardımlar düzenli ve kurallı hale getirilmiştir. Engelli, yaşlı, dul, muhtaç asker aileleri, öksüz ve yetimler ile sosyal uyum çerçevesinde yabancılar için düzenli olarak bu yardımlar yapılmaktadır. Ayrıca şartlı eğitim, sağlık ve gebelik yardımları da mevcuttur. Bu yardımlar şartları taşıyan her birey ve aileye şartları taşıdığı süre boyunca maaş şeklinde verilmektedir. Makalenin yazıldığı 2018 yılı sonu itibarıyla yapılan yardımlar, yardım için istenen şartlar ve yardım miktarları şu şekildedir;

3.1.1. Engelli Aylığı

Engelli aylıkları iki kategoride değerlendirilmektedir. Birinci kısımda %40-69 arası engeli bulunanlar, ikinci kısımda %70 ve üzeri engeli bulunanlar dikkate alınmaktadır. Birinci kısım için aylık yaklaşık 430 TL, ikinci kısımda bulunan engellilere de aylık yaklaşık 650 TL ödeme yapılmaktadır. Her iki grup için de aylık alma şartları şu şekildedir:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Birinci kısım için %40-69 arası, ikinci kısım içinse %70 ve üzeri engeli bulunmak;
- c. Birinci kısım için 18-65 yaş arasında bulunmak zorunlu iken, ikinci kısım için 18 yaş üzerinde bulunmak;
- d. Birinci kısım için İŞKUR'dan talebi olduğu halde işe alınmamış olmak;
- e. Nafaka almıyor olmak veya nafaka alması mümkün olmamak;

- f. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- g. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- h. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.2. 18 Yaş Altı Engelli Yakını Aylığı

18 yaş altı engelli yakını aylığı aşağıdaki durumların varlığı halinde aylık yaklaşık 430 TL olacak şekilde ilgili kişiye ödenir:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. 18 yaşından küçük olmak;
- c. Nafaka almıyor olmak veya nafaka alması mümkün olmamak;
- d. %40 ve üzeri engeli bulunmak;
- e. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- f. İsteğe bağlı sigortası olmamak;
- g. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- h. Aynı hanede ikamet ediyor olmak;
- i. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.3. Yaşlı Aylığı

Yaşlı aylığı aşağıdaki durumların varlığı halinde aylık yaklaşık 540 TL olarak ilgili kişiye ödenir:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. 65 yaşını doldurmuş olmak;
- c. Nafaka almıyor olmak veya nafaka alması mümkün olmamak;
- d. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- e. İsteğe bağlı sigortası olmamak;
- f. Hane içi kişi gelirine bakılmadan sadece karı koca gelirinin asgari ücretin 1/3'ünden az olması;

g. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.4. Eşi Vefat Etmiş Kadınlara Yönelik Düzenli Nakit Yardım Programı

Eşi Vefat Etmiş Kadınlara (EVEK) Yönelik Düzenli Nakit Yardım Programı 01 Nisan 2012 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Sağlanan Yardımlar: EVEK yardım programı kapsamında dul kadınlara 2018 yılı itibari ile aylık 275 TL olmak üzere her iki ayda bir tek seferde 550 TL ödeme yapılmaktadır. Bu yardım miktarı ve ödeme aralıkları Fon Kurulu tarafından belirlenmektedir.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- c. Boşanan kadınlar bu yardım programından faydalanamazlar. Boşanma davası gibi bir durum olsa bile boşanma resmi olarak gerçekleşmediği durumlarda vefat halinde de bu yardıma başvuru hakkı saklı kalmaktadır;
- d. Başvuruda bulunan kadın için herhangi bir yaş şartı aranmaz;
- e. Huzurevinde kalan kişilerin temel ihtiyaçları huzurevi tarafından karşılandığından, bu kişiler bu programdan faydalanamazlar;
- f. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.5. Muhtaç Asker Ailelerine Yönelik Düzenli Nakit Yardım Programı (MAAY)

Muhtaç Asker Ailelerine Yönelik Düzenli Nakit Yardım Programı (MAAY) 25 Temmuz 2013 tarihinde yürürlüğe girmiştir. MAAY yardım programından faydalanmak için kişilerin resmi olarak ikamet ettikleri adresteki SYDV'lere başvurması gerekmektedir. Askere giden şahıs evli ise başvuruyu eşi yapabilir. Bekar ise başvuruyu sırasıyla önce annesi, sonra babası ve diğer akrabası yapabilir. Asker olan kişinin kendisi başvuru yapamamaktadır. Yardım başvurusu sırasında kimlik ibraz edilmek zorundadır.

Sağlanan Yardımlar: Müracaatları kabul edilen asker ailesine aylık 275 TL olmak üzere iki ayda bir 550 TL yardım yapılır. Ailede iki ya da daha fazla asker bulunması durumunda, her bir asker için ayrı ayrı yardımdan faydalanılabilir. Yapılan yardım miktarı Fon Kurulunca değiştirilebilir.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Zorunlu askerlik görevini yapıyor olmak;
- c. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- d. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- e. İsteğe bağlı sigortası olmamak;
- f. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.6. Asker Çocuğu Yardım Programı

Muhtaç asker çocuğu yardımına başvuru, MAAY programından faydalanan asker eşi tarafından yapılabilir. Anne yada baba tarafından başvuru yapılamaz. Asker çocuğu yardım programından faydalanmak için kişilerin resmi olarak ikamet ettikleri adresteki SYDV'lere başvurması gerekmektedir. Asker olan kişinin kendisi başvuru yapamamaktadır. Yardım başvurusu sırasında kimlik ibraz edilmek zorunludur.

Sağlanan Yardımlar: Müracaatları kabul edilen asker çocukları için aylık 100 TL olmak üzere iki ayda bir 200 TL yardım yapılır. Ailede iki ya da daha fazla çocuk bulunması durumunda, onlarında müracaat etmesi halinde aynı yardımdan faydalanabilirler. Böylelikle her bir asker çocuğu için ayrı ayrı ödeme yapılır. Yapılan yardım miktarı Fon Kurulunca değiştirilebilir. Aylıklar hak sahibinin PTT hesabına ödenir.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- c. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- d. Asker çocuğunun 18 yaşını doldurmamış olması;
- e. Çocuğun babasının askere gitmiş olması;
- f. Bekar olmak;
- g. Diğer yardım kuruluşlarından aynı sebeple yardım almamak;
- h. Engelli aylığı almamak;

i. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından verilen sosyal ve ekonomik destekten (SED) ve evde bakım yardımından faydalanmamak;

j. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.7. Öksüz ve Yetim Aylığı

Öksüz ve yetim aylığı yardım programından faydalanmak için kişilerin resmi olarak ikamet ettikleri adresteki SYDV'lere başvurması gerekmektedir. Yardım başvurusu sırasında kimlik ibraz edilmesi zorunludur. Bu aylık başvurusu öncelikle çocuğun sağ olan annesi ya da babası tarafından yapılabilir. Eğer anne ve babanın her ikisi de ölmüş ise, çocuğun yasal vasisi tarafından başvuru yapılması gerekir.

Sağlanan Yardımlar: Müracaatları kabul edilen öksüz ve/veya yetim çocuklar için aylık 100 TL olmak üzere iki ayda bir 200 TL yardım yapılır. Ailede iki ya da daha fazla öksüz/yetim çocuk bulunması durumunda, müracaat halinde aynı yardımdan faydalanabilirler. Böylelikle her bir çocuk için ayrı ayrı ödeme yapılır. Yapılan yardım miktarı Fon Kurulunca değiştirilebilir. Aylıklar hak sahibinin PTT hesabına ödenir.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- c. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- d. Çocuğun annesinin, babasının ya da her ikisinin vefat etmiş olması;
- e. Bekar olmak;
- f. Diğer yardım kuruluşlarından aynı sebeple yardım almamak;
- g. Engelli aylığı almamak;
- h. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından verilen sosyal ve ekonomik destekten (SED) ve evde bakım yardımından faydalanmamak;
- i. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.8. Yabancılara Yönelik Sosyal Uyum Yardımı

Yabancılara Yönelik Sosyal Uyum Yardım Programı, yardım alma şartlarını sağlaması halinde ailedeki kişi sayısına göre ayda bir olarak yapılmaktadır. Sosyal Uyum Yardımı Avrupa Birliği (AB) tarafından finanse edilen ve Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı (WFP), Türk Kızılay'ı ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı arasında oluşturulan ortaklıkla uygulanan bir yardım programıdır. Bu programın yürütülmesini Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı (AFAD) sağlamaktadır.

Yabancı uyruklular, Göç İdaresi'nden oturma izni almış olma şartıyla, bu yardım programı dışında düzenli merkezi yardımlardan sadece Şartlı Eğitim Yardımı'ndan faydalanabilmektedirler. Bunların yanı sıra, amaca yönelik yardımlardan oturma izni bulunan yabancı uyruklular da yararlanabilmektedir.

Yabancılara yönelik sosyal uyum yardımı (SUY) programından faydalanmak için kişilerin resmi olarak ikamet ettikleri adresteki SYDV'lere ya da il veya ilçede kurulu olan Kızılay hizmet merkezlerine başvurması gerekmektedir. Başvuru sonrasında 1 ay içerisinde yabancıların yardım alıp alamayacağı tespit edilir. Sonuç başvuru sahibinin sisteme kayıtlı cep telefonuna gönderilir.

Sağlanan Yardımlar: Yabancılara Yönelik Sosyal Uyum Yardım Programı kapsamında müracaat eden yabancı uyrukluların şartları tutması halinde, aile reisine aylık kişi başı 120 TL ödeme yapılır. Ödeme ile alakalı sorumluluk Kızılay'a aittir. Hak edilen yardımlar ise Kızılay kart ile beraber Halk Bankası'ndan her ay çekilebilir.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye sınırları içerisinde ikamet etmek;
- b. 99 ile başlayan kimlik kartına sahip olmak;
- c. Geçici barınma merkezleri dışında ikamet etmek;
- d. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- e. 18-59 yaş arası kimsenin bulunmadığı ve 60 yaş üzeri en az 1 kişinin olduğu haneler, hanede en az 1 engelli (sağlık raporunda engellilik oranı 40% ve üzeri) bulunan haneler, sadece kadından oluşan ve başka üyesi olmayan haneler, 18 yaşından küçük en az 4 kişinin olduğu haneler, 18-59 yaş arası sadece 1 bireyin olduğu ve 18 yaşından küçük en az 1 bireyin olduğu haneler (60 yaş ve üzeri birey varsa dahil edilecektir);

f. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.9. Şartlı Eğitim ve Şartlı Sağlık Yardım Programı

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları tarafından uygulanan bir diğer düzenli yardım ise Şartlı Sağlık ve Şartlı Eğitim Yardımıdır. Bu yardımın hak edilebilmesi için bir takım şartların daha önce yerine getirilmiş olması gerekmektedir. Bu yardımların amacı diğer yardımlardan farklı olarak çocukların eğitime katılmalarını ve sağlık hizmetlerinden faydalanmalarını teşvik ederek, yoksullukla mücadele etmelerini daha güçlü hale getirmeyi sağlamaktır.

Ülkemizde şartlı sağlık ve şartlı eğitim yardımları Dünya Bankası ile Türkiye arasında 2001 yılında imzalanan ikraz anlaşması ile birlikte 2003 yılında başlamıştır. 2006 yılından itibaren ise yardımların tümü Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı kaynakları kullanılarak yapılmaktadır (Dama & Toklucu – Sundaram, 2018, s.7).

3.1.9.1. Şartlı Eğitim Yardımı (ŞEY)

Şartlı Eğitim Yardımı, maddi imkansızlık nedeni ile eğitim hizmetlerinden faydalanamayan, sosyal güvenlik kurumuna bağlı olarak çalışmayan, muhtaçlığı Mütevelli Heyeti tarafından onaylanan hanelere uygulanan bir yardımdır. Bu yardım çocukların ilköğretim eğitimi ile başlayıp, liseyi bitirmesine kadar devam ettirilmektedir. Yardım öncelikli olarak çocuğun annesine, ikinci olarak babasına ya da çocukların bakımını yapan 18 yaşını doldurmuş kişilere verilir.

Sağlanan Yardımlar: Şartlı Eğitim Yardımı için istenilen şartlar sağlanmış ise her ay için ilköğretimde okumakta olan erkek çocuklarına ortalama aylık 35 TL, ilköğretimde okuyan kız çocuklarına ortalama aylık 40 TL, ortaöğretimde okuyan erkek çocuklarına ortalama aylık 50 TL, ortaöğretimde okuyan kız çocuklarına ortalama aylık 60 TL şeklinde ödeme yapılır. Ödemeler, okulların açık olduğu aylarda yılda en fazla 10 ay olarak yapılır.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak (bu yardımdan Göç İdaresi'nden oturma izni alan yabancı vatandaşlar da yararlanabilir);
- b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- c. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;

d. Örgün okulda okumak ve yatılı kalmamak;

e. Müteveli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.9.2. Şartlı Sağlık Yardımı (ŞSY)

Şartlı Sağlık Yardımı, maddi imkansızlık nedeni ile sağlık hizmetlerinden faydalanamayan, sosyal güvenlik kurumuna bağlı olarak çalışmayan, muhtaçlığı Müteveli Heyeti tarafından onaylanan hanelere uygulanan bir yardımdır. Bu yardım çocukların doğumundan 6 yaşına kadar devam etmektedir. Yardım öncelikli olarak çocuğun annesine, ikinci olarak babasına ya da çocukların bakımını yapan 18 yaşını doldurmuş kişilere verilir.

Sağlanan Yardımlar: Şartlı Sağlık Yardımı kapsamında, çocuğun sağlık takiplerini düzenli bir şekilde yaptırılması şartı ile çocuk başına aylık 35 TL yardım yapılır. Çocuğun kız ya da erkek olması yardım miktarını değiştirmemektedir.

Yararlanma Şartları:

a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;

b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;

c. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;

d. Sağlık takibini aksatmadan yapmak;

e. Müteveli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak.

3.1.10. Şartlı Gebelik Yardımı

Şartlı Gebelik Yardımı, gebe kalan kadınlara gebeliğin başladığı aydan itibaren başlayıp, çocuğun doğumu sonrası lohusalık halinin sonra ermesine kadar yapılan düzenli bir yardımdır. Bu yardımın yapılabilmesi için hamile kadınların Sağlık Bakanlığı'nın belirlediği sağlık kontrollerini düzenli bir şekilde yaptırması gerekmektedir.

Sağlanan Yardımlar: Şartlı Gebelik Yardımı Sağlık Bakanlığı'nın belirlediği sağlık kontrollerini düzenli bir şekilde yaptıran hamile kadınlara ortalama aylık 35 TL olarak yapılır. Yapılan yardım 9 ay ile sınırlıdır. Ayrıca 2 aylık lohusalık dönemi için de ortalama aylık 35 TL ödeme yapılır. Çocuğun sağ ya da ölü olarak doğması fark etmemekte, doğumun hastanede gerçekleşmesi halinde doğum yapan kadına bir defaya mahsus yaklaşık 75 TL ödenmektedir.

Hamile kadının gebeliğinin 9 aydan kısa sürmesi ya da düşük yapması halinde bu durumların biri meydana gelene kadar ödeme yapılır.

Yararlanma Şartları:

- a. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- b. Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- c. Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- d. Sağlık takibini aksatmadan yapmak;
- e. Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak (ASPB, 2016).

3.2. Amaca Yönelik Yardımlar

Düzenli yardımların dışında belli şartları taşıyan birey ve aileler için çeşitli kalemlerde tek seferlik yardımlar da mevcuttur. Düzenli merkezi yardım alan vatandaşların da çoğu aldıkları yardımlar yeterli olmadığı için bu yardım türlerine başvurmaktadır. Düzenli yardımdan farklı olarak her seferinde yeniden dilekçe ve belgelerle başvurulması gerekmektedir. Bu başvurular merkezi değil SYD vakıfları nezdindeki bütçeden karşılandıkları için her başvuruya olumlu cevap verilememekte veya talep edilen yardım miktarından daha az yardım yapılabilmektedir. Bazı SYD vakıfları inisiyatif kullanarak muhtaç durumdaki kişileri yormamak adına vakfa ödenek geldikçe önceki başvurular üzerinden yardımlara devam etmektedirler. Amaca yönelik yardımlardan Göç İdaresi'nden oturma izni almış olan yabancı vatandaşlar da yararlanabilmektedir. Yapılan yardımların 100 TL ile 5.000 TL arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Makalenin yazıldığı 2018 yılı sonu itibarıyla yapılan yardımlar, yardım için istenen şartlar ve yardım miktarları şu şekildedir;

3.2.1. Aile Yardımları

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelere, nakdi yardım, giyim yardımı, gıda yardımı ve diğer aile yardımı gibi yardımlar yapılmaktadır. Yardımlar genel olarak 100 - 1.000 TL arasında yoğunlaşmaktadır.

3.2.2. Afet Yardımları (Aşırı Yağış, Sel, Yangın, Deprem Yardımı)

Aşırı yağış, sel, su baskını, yangın ve deprem gibi afetlerden etkilenip zarar gören, hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç

olduğu tespit edilen ailelere, ev onarımı yardımı, ev eşyası yardımı, betonarme ev yapım yardımı ve kira yardımı yapılabilmektedir. 7.500 TL'yi aşan yardımlar için tapu şartı aranır. Çok acil ihtiyaçlar ile ilgili ilk bir ay boyunca muhtaçlığa bakılmamaktadır. Yardımların vakfın bütçesine göre 5.000 - 7.500 TL arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

3.2.3. Barınma Yardımları

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelere, kira yardımı, eşya yardımı ve ev yapım yardımı yapılmaktadır. Söz konusu aileler için Mütevelli Heyeti'nce Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü'nden betonarme ev yapımı için 25.000 TL, onarım için ise kiracı olunup son 5 yıldır aynı adreste ikamet edilmesi durumunda 7.500 TL, ev sahibi olunması durumunda 15.000 TL'ye kadar yardım talep edilebilmektedir. Bu gibi yardım talepleri Genel Müdürlükçe değerlendirilmekte ve uygun görülen yardımlar vakfın bütçesine ek olarak ilgili kişiler adına tahsisli olarak fatura karşılığı gönderilmektedir.

3.2.4. Sağlık Yardımları

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelere, acil hastane gideri yardımı, katılım payı yardımı ve özel sağlık kurumları tedavi yardımı yapılmaktadır. Mütevelli Heyeti tarafından ihtiyaçlı olduğuna karar verilen hastanın ihtiyacına göre 100 - 5.000 TL arasında yardım yapıldığı görülmektedir. Yardım isteyen kişilerden hastalık ispatlayıcı rapor ya da belgeler talep edilmektedir.

3.2.5. Eğitim Yardımları

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelerin çocuklarına eğitim yardımı yapılmaktadır. Eğitim yardımları genel olarak 300 - 1.000 TL arasında yapılmaktadır.

3.2.6. Engelli Araç Yardımları

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen engelli kişilere tekerlekli engelli aracı, akülü engelli aracı, cihaz ve protez gibi yardımlar yapılmaktadır. Bu yardım talepleri için 500 - 3.000 TL arasında destek olunduğu görülmektedir.

3.2.7. Hazırlık Kurslarına Yönelik Yardımlar

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelerin çocukları için ortaöğretime hazırlık ve üniversiteye

hazırlık yardımı yapılmaktadır. Bu yardım talepleri için yapılan ödemeler 500 - 1.000 TL arasında değişim göstermektedir.

3.2.8. İlaç Yardımı

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelere ilaç yardımı yapılmaktadır. İlaç yardımlarının genel olarak devlet tarafından karşılanmayan ilaçlar için 100 - 500 TL arasında yapıldığı görülmektedir.

3.2.9. İstihdam Yardımı

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ailelere “işe yönlendirme” ve “işe başlama yardımı” yapılmaktadır. Bu kapsamda, işe başvuru masrafları (yol, sağlık raporu, fotoğraf vb.) için ortalama 100 TL “işe yönlendirme yardımı” yapılmaktadır. Yardım sayısı aynı kişi için yılda üç defa ile sınırlıdır. Bu çerçevede kayıtlı olarak işe başlayanlar için aynı yıl içinde bir defaya mahsus olmak üzere aylık brüt asgari ücretin 1/3'ü kadar tutar, “işe başlama yardımı” olarak verilmektedir.

3.2.10. Öğrenci Barınma Yardımı

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen öğrencilere yemek yardımı, barınma yardımı gibi yardımlar yapılmaktadır. Öğrenci barınma yardımlarının genel olarak 500 - 1.000 TL arasında yapıldığı görülmektedir.

3.2.11. Özel Amaçlı Yardımlar

Özel amaçlı yardım kapsamında Mütevelli Heyeti tarafından gerekli görülen durumlarda aşevi yardımı ve terör zararı gibi yardımlar yapılmaktadır.

3.2.12. Sosyal Güvenlik Kurumu Prim Borcu Yardımı

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ve yardım yapılması halinde emekli olma imkanına sahip olan kişilere yardım yapılmaktadır. Bu kişilere 1.000 - 5.000 TL arasında yardım yapıldığı görülmektedir.

3.2.13. Tek Seferlik Yardım

Küçük çapta maddi yardım yapılması halinde topluma fayda sağlayacak hale gelebilecek ve yapılan yardımla çalışıp üretebilecek duruma gelebilecek kişilere Mütevelli

Heyeti tarafından ihtiyaçlı olduğu tespit edildikten sonra bir defaya mahsus yardım yapılmaktadır. Tek seferlik yardımlar genel olarak 100 - 1.000 TL arasında olmaktadır.

3.2.14. Yakacak Yardımı

Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olan ve Mütevelli Heyeti tarafından muhtaç olduğu tespit edilen ihtiyaçlı ailelere kömür ve odun yardımı yapılmaktadır. Kömür yardımları genel olarak bir ton olarak vatandaşa teslim edilmekte, kömür yakma imkanı olmayan kişilere ise iki ton odun karşılığı fatura ibraz edilmek kaydıyla ortalama 800 TL ödenmektedir.

3.3. Gelir Getirici (İstihdama Yönelik) Proje Destekleri

Sağlanan Yardımlar: Yoksul hanelerin ya da bireylerin başkasına ihtiyaç duymadan geçimlerini sağlayabilecek işler kurarak gelir elde etmeleri ve işlerinin devamlılığını sağlamak amacı ile vakıflar tarafından ilk iki yıl geri ödemesiz, sonraki altı yıl altı eşit taksitle toplam sekiz yılda geri ödemeli, kişi başına 15.000 TL olarak verilen faizsiz proje desteğidir.

Yararlanma Şartları:

- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak;
- Hane içi kişi başı geliri asgari ücretin 1/3'ünden az olmak;
- Sosyal güvenlik aylıklarından yararlanmamak;
- Yapılacak olan projenin bilgi ve becerisine sahip olmak;
- Mütevelli Heyeti tarafından ailenin ya da başvuru sahibinin ihtiyaçlı olduğuna karar verilmiş olmak;

Şartları uygun olan proje, vakıf tarafından Genel Müdürlüğe gönderilir ve onayı verilen projeler genel müdürlük ya da vakıf öz bütçesinden karşılanır. Vakıf tarafından yapılan gelir getirici projeler 2017 yılı itibari ile geçici olarak durdurulmuştur.

4. DEĞERLENDİRME

Bu çalışmamızda Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (SYDV) aracılığı ile devlet tarafından ihtiyaç sahibi kişilere yaşam seviyelerini yükseltmek için yapılan düzenli merkezi yardımlar, aynı ve nakdi yardımlar ile istihdama yönelik proje destekleri incelenmektedir. Devletin yapılan yardımlar konusunda sosyal bir devlet düşüncesi çerçevesinde cömert davranmaya çalıştığı ve muhtaç durumda olduğunu düşündüğü her kesimi güvence altına almaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte bazı aksaklıkların ve eksikliklerin olduğu da

yadsınamaz bir gerçektir. Bu bölümde bu yardımların uygulanışı sırasında karşılaşılan sorunlardan bahsedilecektir.

Hane halkı gelir hesaplanmasındaki sorunlar:

Yapılan yardımlar konusunda tekrar gözden geçirilmesi gereken hususların başında kişi başına düşen hane halkı gelirinin hesaplanması konusu gelmektedir. Hane halkı geliri aynı adreste ikamet eden kişilerin toplam geliri üzerinden hesaplanmaktadır. Bu durum bir takım aksaklıklar meydana getirmektedir.

Türkiye’de yapılan açlık ve yoksulluk sınırı ile ilgili çalışmalarda birçok araştırma 2018 yılı itibari ile dört kişilik bir aile için açlık sınırını yaklaşık 2.000 TL olarak, yoksulluk sınırını da yaklaşık 6.000 TL olarak belirlemektedir (CNN TÜRK, 2018). SYDV tarafından yapılan yardımlar incelendiğinde, 4 kişilik bir ailede yardım yapılacak kişilerin gelirinin yaklaşık 2.000 TL altında olması gerekmektedir. Bu durumda devletin yoksulluktan ziyade sadece açlık sınırında olan kişilere yardım elini uzattığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yapılacak yardımlar için kişi başı gelir hesaplaması yapılırken alt sınırın artırılması gerekmektedir.

Hane halkı hesaplanırken hanedeki bütün kişilerin gelirinin ortak bir havuzda toplandığı ve harcılandığı düşüncesi ile hareket etmenin yanlış olduğu değerlendirilebilir. Bireyselliğin arttığı günümüzde alt soy, üst soy ve kardeşler arasındaki nafaka yükümlülüğü şartlarının toplumsal gerçekliklerle örtüşmediği durumlar karşımıza çıkmaktadır. Örneğin anne, baba ve dört kardeşten oluşan bir ailede babanın ve bir çocuğun asgari ücretle çalıştığı durumda bu aile yardım sınırının üzerinde görülmekte ve kendilerine SYDV tarafından yardım yapılamamaktadır. Halbuki günümüz toplum şartlarında henüz 20’li yaşlarda abinin kazandığı parayı diğer çalışmayan üç kardeşi için harcayacağını varsayarak yapılan hane halkı gelir tespit sisteminin hakkaniyete uymadığı iddia edilebilir. Bu gibi durumlarda büyük kardeşlerin kişisel gelirleri aile için harcanmakta ve bu da aile içi kavgalara sebebiyet verebilmektedir. Yine aynı örnek üzerinden devam edecek olursak, bu aileden bir kişi SYDV’ye başvurarak yardım talebinde bulunduğu durumda çalışan büyük kardeş sebebi ile hanenin toplam geliri yardım sınırı üzerinde olduğu için kendilerine yardım verilememektedir. Aile SYDV’den yardım alamadığı bu gibi durumlarda hanedeki çalışan büyük kardeşin eve daha fazla maddi katkı sağlamasını istemektedir. Büyük kardeş ise bütün parasını geleceği için yatırım yapamayacak şekilde ailesine ve küçük kardeşlerine harcamak zorunda bırakılmaktadır. Hatta aile büyük kardeşin eve yeterince destek olmaması halinde bu kişinin evden ayrılmasını isteyerek SYDV yardımına

hak kazanmaya çalışmaktadır. Bütün bunlar aile bütünlüğünü zedeleyen ve pratikte örnekleri ile karşılaştığımız durumlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hane halkı geliri hesaplamasında hanede resmi olarak ikamet edenlerin toplam gelirinin esas alınması sebebi ile kimi haneler ikamet adreslerini değiştirme eğilimine gitmektedir. Örneğin, aslında aynı adreste yaşamayan ve çalışmayan akrabalar resmi olarak nüfus kayıt sistemi üzerinden o adreste yaşıyor gösterilerek aile kişi sayısı artırılmakta ve kişi başı gelir düşürülerek yardıma hak kazanmaya çalışılmaktadır. Bazen de tam tersine ailenin bir bireyi olduğu halde okul gibi mücbir sebeplerle ikametgahını farklı bir adrese almak zorunda kalan aile bireyleri sebebi ile aynı hanede resmi olarak ikamet eden kişi sayısı azaldığından ikamet edenler arasındaki kişi başı gelir yükselmiş görünmekte ve bu aile SYDV yardımlarından faydalanamamaktadır. Kısaca, SYDV tarafından yapılan gelir değerlendirmelerinin hanedeki toplam gelirden daha ziyade kişisel gelirler üzerinden hesaplanmasının daha isabetli olacağı anlaşılmaktadır.

Yardım miktarlarının düşüklüğü ile ilgili sorunlar:

SYDV tarafından birçok kalemdede yardımlar yapılmakla birlikte bu yardımların miktarının yardımcı alan kişilerin muhtaçlık seviyelerini tamamen izale ettiği söylenemez. Yapılan yardımların amacı günü kurtarma şeklinde değil, uzun soluklu olarak aileyi refaha kavuşturucu bir hedef içermelidir. Fakat burada karşımıza ödenek yetersizliği gibi kısa vadede aşılması mümkün olmayan problemler çıkmaktadır. Yukarıda değindiğimiz hane halkı gelir hesaplanmasında karşılaşılan aksaklıkların düzeltilebilmesi de ancak daha fazla ödenekle mümkün olabilecektir. Türkiye'nin ekonomik şartları düşünüldüğünde kısa vadede bu konunun çözüme kavuşması zor gibi görünse de bu talebin sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından canlı tutulması önem arz etmektedir. Sosyal koruma yardımları hükümetler tarafından her yıl artırılmakla ve son yıllarda önemli gelişim göstermekle birlikte GSYH oranları üzerinden AB üyesi ülkeler ve OECD üyesi ülkeler ile karşılaştığımızda (Grafik 1, 2) Türkiye'nin sosyal koruma yardımlarında çok geride kaldığı anlaşılmaktadır.

5. SONUÇ

Değişen toplum yapısı ve artan bireysellelikle birlikte sosyal koruma yardımlarının önemi her geçen gün artmaktadır. Geleneksel aile tipinin değiştiği günümüzde bireyler, aile üyeleri ve akrabalarına muhtaç kalmak istememekte ve devlet tarafından sağlanan sosyal bir güvence ile korunmak istemektedirler. Yine araştırmamız göstermektedir ki Türkiye'de aile içi problemlerin önemli bir kısmını ekonomik zorluklar oluşturmaktadır. Bütün bu problemler

uzun vadede Türk toplum ve aile yapısına zarar vermektedir. Bu anlamda Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV) aracılığı ile sağlanan yardım, hibe, proje ve faaliyetlere önem verilmelidir. Bunun yanında yardım alan kişilerin bilinç düzeyleri artırılmaya çalışılmalıdır. Yardım alan kişilerin sadece yardımlara bağlı kalmamayı öğrenmesi ve kişiler için uzun zamanlı bir ekonomik bağımlılık yaratmaması, dolayısıyla kişilerin mesleki olarak tekrar istihdamının sağlanması amaçlanmalıdır. Bu anlamda gelir getirici ve istihdama yönelik projelere ağırlık verilmelidir. Bireylerin yaşam standartları en kısa sürede muhtaçlık seviyesinin üzerine çıkarılmaya çalışılmalıdır. Bu şekilde yardımların amacı dışında kullanılmasını ve bağımlılık oluşturmalarını önlemek, aynı zamanda kötü niyetli kişilerin önüne geçmek mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB) (2013). Türkiye Aile Yapısı Araştırması: Tespitler, Öneriler. Ankara. URL: <https://ailetoplum.aile.gov.tr/uploads/pages/turkiye-aile-yapisi-arastirmasi-2013/taya2013trk.pdf>
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB) (2016). Düzenli Merkezi Yardımlara İlişkin Uygulama Kılavuzu. Ankara: Sağlık ve Düzenli Yardımlar Daire Başkanlığı.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB) (2017). Türkiye'nin Bütünleşik Sosyal Yardım Sistemi. Ankara. URL: <https://sosyalyardimlar.aile.gov.tr/uploads/pages/bütünleşik-sosyal-yardim-bilgi-sistemi/turkce-versiyon.pdf>
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (AÇSHB) (2018). 2022 Sayılı Kanun Kapsamındaki Aylıklar Hakkında Kılavuz. Ankara: Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü.
- Can, Y. (2008). Düşük Ücret ve Çalışma Koşullarının İşçilerin Aileleri ve Sosyal Çevreyle Olan İlişkilerine Etkisi. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 15(15), 29-42. URL: <http://dergipark.gov.tr/spcd/issue/21115/227430>
- CNN TÜRK (2018). Ağustos Ayı Açlık ve Yoksulluk Sınırı Belli Oldu. 27.08.2018. URL: <https://www.cnnturk.com/ekonomi/turkiye/iste-yeni-aclik-ve-yoksulluk-siniri>
- Dama, N., & Toklucu - Sundaram, D. (2018). Yoksulluk Döngüsünden Çıkış: Şartlı Eğitim Yardımı. İstanbul: SETA. URL: https://setav.org/assets/uploads/2018/11/R123_S%CC%A7EY.pdf
- Esping-Andersen, G. (2003). Social Foundations of Postindustrial Economies. Oxford University Press.
- Kuran-ı Kerim Meali (2018). Diyanet İşleri Başkanlığı. Ankara. URL: <https://kuran.diyaret.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/fatiha-suresi-1/ayet-1/diyaret-isleri-baskanligi-meali-1>
- OECD (2018). Social Spending Indicator. DOI: 10.1787/7497563b-en
- Riyazü's Salihin (2018). Diyanet İşleri Başkanlığı. Ankara. URL: https://dibwebfiles1we1.blob.core.windows.net/webfiles/hadis.diyaret.gov.tr/UserFiles/Document/riyaz_ussalihin_cild_1.pdf
- Skocpol, T., & Amenta, E. (1986). States and Social Policies. Annual Review of Sociology, 12, 131-157. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.so.12.080186.001023>
- Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu (1986). 3294 Sayılı Kanun. URL: <https://eyh.aile.gov.tr/sosyal-yardimlasma-ve-dayanismayi-tesvik-kanunu>
- Starke, P. (2006). The Politics of Welfare State Retrenchment: A Literature Review. Social Policy & Administration, 40(1), 104-120. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9515.2006.00479.x>
- Titmuss, R. (2018). Essays on 'the Welfare State'. Bristol: Policy Press.
- TÜİK, Aile Yapısı Araştırması (2017). İstatistiklerle Yaşlılar, 2016. URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24644>
- TÜİK, Sosyal Koruma İstatistikleri (2017). URL: <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24575>
- TÜİK, Sosyal Koruma İstatistikleri (2017). Sosyal Koruma Kapsamında Yardım ve Maaş Alan Kişi Sayısı, 2008-2016. URL: http://tuik.gov.tr/PreIstatistikMeta.do?istab_id=2429
- TÜİK, Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Analizleri (2008). URL: <https://biruni.tuik.gov.tr/kadinasiddetdagitim/kadin.zul>
- Tümerkan Albayrak, E., & Birinci, M. (2017). Sosyal Devlet Modelleri: Sosyal Demokrat Model, İsveç-Norveç Örneği. Sosyal Çalışma Dergisi, 1(1), 64-100. URL: <http://dergipark.gov.tr/scd/issue/29973/323073>

- Yanık, C., & Kara, M. (2015). Küreselleşmenin Sosyal Devlet Anlayışındaki Dönüşüme Etkisi: Genel Bir Değerlendirme. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6), 8-25. URL: <http://dergipark.gov.tr/hakisderg/issue/7580/99508>
- Yay, S. (2014). Tarihsel Süreçte Türkiye’de Sosyal Devlet. 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(9), 147-162. URL: <http://dergipark.gov.tr/egitimvetoplum/issue/5129/69937>
- Yılmaz, S. (2012). Türkiye’de Ailenin Dönüşümü. İstanbul: Divan Kitap.
- Yılmaz, S. (2013). State, Politics, and Religion: Effects of Political and Social Change on the Relationship between State and Religion in Turkey, 2002-2012. Dissertation. University of Pittsburgh.

Citation: Güllü K.(2018), Bir Turizm Destinasyonu Olarak Develi'nin Turizm Potansiyelini Belirlemeye Yönelik Bir Swot Analizi, BMIJ, (2018), 6(4): 862-877 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.402>

BİR TURİZM DESTİNASYONU OLARAK DEVELİ'NİN TURİZM POTANSİYELİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ¹

Kenan GÜLLÜ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 11/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 17/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışma geliştirmekte olan bir turizm destinasyonu olarak Develi ilçesinin turizm potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Develi, tarihi, tabii ve kültürel olmak üzere pek çok turizm potansiyeline sahip bir destinasyondur. Destinasyon, üstünlükleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri itibarı ile değerlendirilmiştir. Bu kapsamda destinasyona ilişkin bir SWOT matrisi oluşturulmuş, Develi'nin sahip olduğu üstünlükler ve fırsatlar aynı zamanda karşı karşıya kaldığı zayıflıklar ve tehditler ile birlikte ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular, Develi'nin turizm potansiyelinin etkin bir şekilde kullanılmasını ve içsel çekicilik unsurlarının ve üstünlüklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasını işaret etmiştir. Bulgular ışığında Develi'nin sahip olduğu turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması ve buna dayalı olarak alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi ve turizm altyapı yatırımlarının teşvik edilmesi olmak üzere çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Pazarlaması, SWOT Analizi, Develi

JELKodları: M21, M31

A SWOT ANALYSIS TO DETERMINE THE TOURISM POTENTIAL OF THE DEVELI AS A TOURISM DESTINATION

ABSTRACT

This study aims to reveal the tourism potential of Develi district as an emerging tourism destination. Develi is a destination with a lot of tourism potentials, natural and cultural. The advantages, weaknesses, opportunities and threats of the destination have been evaluated with prestige. Within this scope, a SWOT matrix for the destination has been created, and the advantages and opportunities that Develi possesses have been revealed together with the weaknesses and threats they face at the same time. The findings have pointed out that Develi's tourism potential is being used effectively and that as a result the attractiveness and sustainability of its superiority are ensured. Various suggestions have been developed, including the promotion of tourism potential that Develi has in the light of the bulgum and the development of alternative tourism types based on this, and the promotion of tourism infrastructure investments.

Keywords: Destination Marketing, SWOT Analysis, Develi

JEL Codes: M21, M31

¹ Bu çalışma, 04-06 Ekim 2018 tarihlerinde I. Uluslararası Develi-Aşık Seyrani ve II. Türk Kültürü Kongresinde sunulan tebliğden geliştirilmiştir.

² Doç.Dr., Erciyes Üniversitesi, kgullu@erciyes.edu.tr <http://orcid.org/0000-0002-8604-8798>

1. GİRİŞ

Tüketicilerin yaşam biçimlerinde meydana gelen değişimler, her geçen gün yeni ihtiyaçların belirmesi ve işletmelerin de tüketicilerin beğenilerine yönelik yeni ürünler sunması sonucunu doğurmakta ve bir üretim ve tüketim döngüsü oluşmaktadır. Bu döngü içerisinde turistik ürünlere olan talep her geçen gün çeşitlenerek artmaktadır. Klasik turistik ürün bütünlüğü içerisinde yer alan deniz-kum-güneş yerine alternatif turizm alanlarına olan ilgi de yeni talepleri beraberinde getirmektedir. Söz konusu yeni talepler destinasyonların sahip olduğu tarihi, tabii, kültürel varlıkların ortaya çıkarılması, korunması ve ziyaretçilerin ilgisine sunulmasını gerekli kılmaktadır.

Aynı coğrafi ve kültürel koşullara sahip, kültürel ve tabii varlıkları olan, ziyaretçilere yönelik bölgesel aktivitelerin olduğu bölgelere destinasyon denmektedir (Bahar ve Kozak, 2005; Ersun ve Arslan, 2011:232). Turizm destinasyonu, belirli bir imaja sahip markalaşmış, ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dâhili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgelerarası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge olarak tanımlanmaktadır (Tosun ve Jenkins, 1996; Sarı ve Kozak, 2005: 254; Hosany vd., 2006: 638; Ersun ve Arslan, 2011: 231). Yani turizm hareketine katılan tüketicilerin konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence gibi çoğu ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerekli imkanlara sahip olan yerleri turizm destinasyonu olarak ifade edebiliriz (Kozak, 2010: 137).

Destinasyonun sahip olduğu üstünlükleri ve fırsatları belirleyerek ziyaretçileri için birer çekim unsuru haline dönüştürmek rekabet açısından ayrı bir önem arz etmektedir. Destinasyonların, rekabet avantajı elde edebilmeleri için bazı stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Turizmde çeşitlendirmeye giderek doğal ve sosyo-kültürel özelliklerin ön plana çıkarılarak pazarlama faaliyetlerine yer verilmesi gerekmektedir. Turizmin gelişmesinde etkili olan doğal ve sosyo-kültürel özellikler, bölgeden bölgeye farklılık gösteren temel unsurlardır. Destinasyonlar, bu kaynakları tüketici odaklı bir yaklaşımla değerlendirmelidir (Acar vd., 2014: 624).

Destinasyonların çekiciliğini sağlamak üzere öncelikle farkındalık oluşturmak bunu gerçekleştirmek üzere de etkili bir tanıtım yapmak sonra da bunun sürdürülebilirliğini sağlamak gereklidir. Sürdürülebilirliği sağlamak, destinasyon yönetim örgütlerinin de yönetsel görevleri arasında yer almaktadır (Özdemir, 2014: 34). Bu durumda yerel yönetimler ve yerel halk olmak

üzere tüm paydaşlara önemli görevler düşmektedir. Destinasyon ile ilgili tüm paydaşların çabaları, sahip oldukları üstünlükleri ve fırsatları geliştirmek ve rekabet avantajına dönüştürmek, karşı karşıya kaldıkları zayıflıkları ve tehditleri de olumlu yönde etkileyebilmek şeklinde olmalıdır. Bu doğrultuda, Develi'nin bir destinasyon olarak SWOT matrisini oluşturmak önem arz etmektedir.

2. DEVELİ'NİN GENEL ÖZELLİKLERİ VE TURİZM POTANSİYELİ

Develi, tarihi, coğrafi ve kültürel özellikleriyle incelendiğinde turizm açısından derin potansiyele ve zenginliklere sahip gelişmeye dönük önemli bir destinasyon olduğu görülmektedir.

Eski adı Everek olan ve Kayseri ilinin en büyük yerleşim yeri olan Develi, İç Anadolu Bölgesi'nin Orta Kızılırmak bölümünde yer almaktadır. Erciyes Dağı'nın 6 km güneyinde, bugünkü sınırları; doğusunda Tomarza İlçesi ve Adana ilinin Tufanbeyli İlçesi, güneyinde Yahyalı İlçesi ile Adana ilinin Saimbeyli ve Feke İlçeleri, batısında Yeşilhisar İlçesi, kuzeybatısında İncesu İlçesi ile çevrilidir. İlçe, Tekir Yaylası güzergâhından Kayseri'ye 45 km. İncesu güzergâhından 86 km. uzaklıkta olup, Kayseri'nin en büyük ilçesidir. Yüzölçümü 1887 km² olup, deniz seviyesinden yüksekliği 1150 metredir. En büyük dağı Kayseri'nin sembolü durumundaki Erciyes Dağı, Karasivri Dağı, Büyük Kartın (Peri Kartın), Göktepe (Yeşil Tepe), Sümengen (Süvegen) ve Bakır Dağı'dır. En önemli akarsuları Seyhan Nehri'nin en büyük kolu olan Zamantı Irmağı, Develi Çayı (Fenese Suyu), Elbiz ve Köşkpınarı'dır. En önemli gölleri Kurbağa Gölü ile Sultan Sazlığı'dır (www.develi.bel.tr).

Tarihi M.Ö. 3000'e kadar dayanan Develi Çukurova'ya ve güneydoğuya yakın olması sebebiyle birçok yolun güzergâhı içinde yer almaktadır. Bölgede bulunan höyükler, yer altı şehirleri, kaya mağaraları, yazılı kitabeler, kiliseler, kaleler ve anıt mezarlar geçmiş dönemlerin kültür özelliklerini yansıtmaktadır (Gürlek, 1975: 14).

İlçede yazları sıcak ve kurak kışları soğuk ve kar yağışlı geçen kırsal iklim hüküm sürmektedir. Yağışlar daha çok ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde görülür. Kapalı havza durumunda olduğu için Develi, İç Anadolu'nun çukur sahaları arasında en çok yağış alan yerlerden biridir.

Develi ulaşımı Kayseri'ye, Erciyes dağı eteklerinden dolaşarak ulaşan 86 km'lik, diğeri Erciyes dağını aşarak ulaşan 45 km'lik dağ yolu ve diğeri de pek kullanılmamakla birlikte Tomarza ilçesi üzerinden olmak üzere üç yol ile bağlıdır. Develi ana karayolları üzerinde yer almamakla birlikte bunların yakınındadır (Tunçel, 1996: 354).

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, önemli bir turizm destinasyonu olan Develi'nin turizm potansiyelinin SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Yapılan değerlendirme ile Develi ile ilgili güçlü yönlerin ve fırsatların değerlendirilmesi ve zayıf yönlerden ve tehditlerden sakınılması hususunda tedbirler alınmasına yönelik öneriler geliştirilmesi ve sunulması hedeflenmiştir. SWOT analizi yöntemi ile üstünlükler ve zayıflıklar ile fırsat ve tehditler liste halinde belirtilebilmekte ve yöntem her alanda kullanılabilmektedir (Emir, 2011: 7).

İlk olarak, Heinz Weilrich tarafından ortaya atılmış olan SWOT Üstünlükler (Strenghts), Zayıflıklar (Weaknesses), Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditler (Threats) kelimelerinin İngilizce baş harflerinden meydana gelmektedir (Kotler et all, 1999:94; Aktan, 2008:7; Cebecioglu, 2006:79). SWOT kelimesinin Türkçe literatürde karşılığı; Fırsatlar (Opportunities), Üstünlükler (Strenghts), Tehditler (Threats), Zayıflıklar (Weaknesses) kelimelerinin baş harflerinden meydana gelmek suretiyle FÜTZ Analizi olarak yer almaktadır (Gökçe, 2006:10). Yöntem bir işletmenin, bir sektörün, bir bölgenin ve bir ülkenin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlemek üzere kullanılabilmektedir. SWOT analizi iki bölümde (işletme içi faktörler ve işletme dışı faktörler) dört alandan (zayıflıklar, üstünlükler, fırsatlar ve tehditler) oluşan bir süreçte yapılmaktadır. Zayıflıklar ve üstünlükler işletmenin içsel faktörleri ve kurumsal özellikleri, fırsatlar ve tehditler ise işletmenin dışsal faktörleri ve çevresel özellikleri olarak ifade edilmektedir (Gürel ve Tat, 2017: 995). SWOT analizi, zayıflıkların etkilerini en aza indirmeye, üstünlükleri en üste çıkarmaya yönelik öneriler sunmayı sağlamakta (Turner and Shah, 2010: 167) ve geniş bir pazarla ilgili eleme kriterlerini geliştirmeye ve bilgileri organize etmeye yardımcı olmaktadır.

SWOT analizi turizm alanında birçok araştırma kullanılmıştır. Literatür incelendiğinde çalışmaların kırsal turizm çalışmaları, ekoturizm, alternatif turizm çeşitlerinin ve olanaklarının ortaya konulması, turizm sektörünün yapısal analizi, turizm yatırımlarının değerlendirilmesi, bölgelerin, şehirlerin turizm potansiyelinin belirlenmesi, verilerin sayısallaştırılmasına yönelik yapıldığı görülmektedir (Akbulak, 2016; Kızılaslan ve Ünal, 2014; Noori ve Zand, 2013; Bernroider, 2002; Birdir ve Karakan, 2015; Emir, 2012; Okan vd., 2016; Ongun vd., 2016; Orhan ve Karahan, 2010; Ören ve Şahin, 2014; Özgen, 2010; Saruışık vd., 2011; Soyak, 2016; Surat vd., 2011; Karadeniz vd., 2007; Yeşiltaş vd., 2009; Acar vd., 2017).

Çalışmanın uygulama sahası, Develi ilçesi ile sınırlı tutulmuştur. Araştırmada Develi'de yaşayan ve Develi ile ilgili bilgi sahibi olan yerel yöneticilerin ve yerel halkın görüşlerini

yansıtan veriler kullanılmış ve Develi'nin tanıtılması ve pazarlanmasına yönelik potansiyeli ortaya koyacak değerlendirme amaçlanmıştır. Verilerin elde edilmesinde nitel araştırma tekniği olarak mülakat yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada örneklemin daha küçük seçilmesinde, durumun daha bütünsel ve derinlemesine ele alınabilmesine imkan vermesi bakımından görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Mülakatlar, Develi'de çeşitli kurumlarda görevli yöneticiler ve memurlar, çoğunluğu turizme yönelik olmak üzere esnaflar, öğrenciler ve yerel halktan kişiler olmak üzere toplam 60 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Mülakatlarda önceden belirlenmiş olan ve Develi'nin turizm potansiyelini ortaya koymaya yönelik açık uçlu sorular sorulmuştur. Görüşme yapılan kişilerden Develi'nin sahip olduğu üstünlükleri, fırsatları ve karşı karşıya kaldığı zayıflıkları ve tehditleri ifade etmeleri istenmiştir. Mülakatlar ile elde edilen birincil veriler ışığında Develi'nin bir turizm destinasyonu olarak SWOT (FÜTZ) Analizi tablosu meydana getirilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmadan elde edilen bulgular Develi'nin bir turizm destinasyonu olarak önemli içsel ve dışsal faktörlere, bunlar içerisinde de üstünlüklere, zayıflıklara, fırsatlara ve tehditlere sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Develi Destinasyonu için SWOT (FÜTZ) Matrisi

Üstünlükler	Zayıflıklar
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yerel halkın misafirperverliği, ▪ Zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması, ▪ Sosyal aktiviteler için dinlenme ve eğlenme mekanlarının varlığı, ▪ Erciyes kış merkezine, Yahyalı ve Kapadokya destinasyonlarına yakınlığı, ▪ Kayseri şehir merkezine coğrafi yakınlık ve havalimanına ulaşım kolaylığı, ▪ Aşık Seyrani'nin Develi kimliğine katkısı, ▪ Geleneksel Aşık Seyrani Şenliklerinin düzenleniyor olması, ▪ Yaylacılık ve yörük kültürünün olması, ▪ Yöresel el sanatlarının olması (Halı, kilim, hasır, sele, sepet vb.), ▪ Develi cıvıklısı gibi yöresel yemeklere sahip olması, ▪ Zile şifalı acı suyun olması, ▪ Kolay ulaşılabilir bir yer olması, ▪ Turistik faaliyetler için güvenli bir yer olması ▪ Kırsal ve kentsel görünüme birlikte sahip olması, ▪ Bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması, ▪ Sultan Sazlığı ve sahip olduğu doğal kaynak değerleri ile bölgeye gelen ziyaretçilere alternatif turizm fırsatları sunması, ▪ Yerel yönetimin turizmin gelişimi konusunda istekliliği. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turizm alt yapısının eksikliği, ▪ Yerel halkın turizm bilincinin zayıf olması, ▪ İlçe esnafının turizm konusundaki eğitim eksikliği, ▪ Tanıtım eksikliği, ▪ İlçenin turistik imajının güçlü olmaması, ▪ Bölge hakkında bilgi sahibi olan eğitilmiş turist rehberi ve alan kılavuzu eksikliği ▪ Tarihi, kültürel ve doğal dokuya gerekli özenin gösterilmemesi, ▪ Tarihi yapılarda yeterli restorasyon yapılamaması, ▪ Şehir planlamasından ve ulaşımından kaynaklı engeller, ▪ Sosyal hayatın canlı olmaması, sosyal aktivitelerin eksikliği, ▪ Kamu ve özel sektör birimleri arasında koordinasyon yeterince yapılamaması, ▪ Özel ve kamu sektörün turizmle ilgili çalışmaların yeterli olmaması, ▪ İlçede bir turizm danışma bürosu olmaması.
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turizm bilincinin artmaya başlaması, ▪ Hükümetlerin ve merkezi yönetimlerin turizme verdiği önemin artması, ▪ Erciyes Master Planının uygulanması, ▪ Kayseri Üniversitesi'nin eğitim ve araştırma birimleri ile yerleşkesinin olması, ▪ Erciyes kış turizmi için doğu ve güney illerinden gelen turların ilçe güzergahından geçiyor olması, ▪ Entegre bir turizm için turizm bölgelerine yakınlığı, ▪ İlçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması, ▪ Yurt dışında yaşayan, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarihi ve tabii dokunun zarar görmesi, ▪ Sultan Sazlığı bölgesinde tarımın yaygınlaşması, ▪ Sultan Sazlığı bölgesinde yerleşimin ve yapılaşmanın engellenememesi, ▪ İlçeye yakın turizm destinasyonlarının çekicilikleri, ▪ Turizm işletmecilerinin bölgedeki turizm potansiyelini yeterince algılamamaları ve yatırım yapmadaki isteksizlikleri, ▪ İklimde yaşanan değişiklikler (sıcaklıkların artması, yağışların azalması), ▪ Develi'nin ana ulaşım güzergahı üzerinde olmaması, ▪ Yatırım ve teşvikler ile ilgili kısıtlar.

4.1. Üstünlükler

Develi, zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olan bir bölge olarak önemli bir turizm potansiyeline sahiptir (Tablo 2).

Tablo 2: Develi Destinasyonunun Sahip Olduğu Üstünlükler

Üstünlükler
▪ Yerel halkın misafirperverliği,
▪ Zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması,
▪ Sosyal aktiviteler için dinlenme ve eğlenme mekanlarının varlığı,
▪ Erciyes kış merkezine, Yahyalı ve Kapadokya destinasyonlarına yakınlığı,
▪ Kayseri şehir merkezine coğrafi yakınlık ve havalimanına ulaşım kolaylığı,
▪ Aşık Seyrani'nin Develi kimliğine katkısı,
▪ Geleneksel Aşık Seyrani Şenliklerinin düzenleniyor olması,
▪ Yaylacılık ve yörük kültürünün olması,
▪ Yöresel el sanatlarının olması (Halı, kilim, hasır, sele, sepet vb.),
▪ Develi cıvıklısı gibi yöresel yemeklere sahip olması,
▪ Zile şifalı acı suyun olması,
▪ Kolay ulaşılabilir bir yer olması,
▪ Turistik faaliyetler için güvenli bir yer olması
▪ Kırsal ve kentsel görünümüne birlikte sahip olması,
▪ Bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması,
▪ Sultan Sazlığı ve sahip olduğu doğal kaynak değerleri ile bölgeye gelen ziyaretçilere alternatif turizm fırsatları sunması,
▪ Yerel yönetimin turizmin gelişimi konusunda istekliliği.

Tarihi evler, camiler, okullar, medrese, türbe vb. yapılar özellikle Selçuklu dönemini yansıtan dokuyu oluşturmaktadır. Özellikle tarihi evlerin onarılması ve korunması, ziyarete açılması, turistik işletmelerin de kullanımına sunulması bakımından kayda değer bir üstünlük arz etmektedir. Bilhassa ev pansiyonculuğu kafeterya, restoran ve gençlik merkezleri gibi sosyal faaliyet alanlarının gelişiminde önemlidir. Bununla birlikte ortaya çıkarılmayı, korunmayı ve ziyarete açılmayı bekleyen pek çok tarihi yapı ve mekanlar da değerlendirilmelidir. Gereme harabelerinin ortaya çıkarılması ve turistik ürüne dönüştürülmesi, Develi'ye ziyaretçi çekmede etkili olacaktır. Öte yandan, rekabet avantajı sağlamak isteyen destinasyonlar için marka olmalarını sağlayacak özelliklerin belirlenip, bu özelliklerden yararlanma yoluna gitmeleri önemli bir pazarlama stratejisi olarak görülebilir (Özdemir ve Karaca, 2009:114). Kültürel değerler açısından bakıldığında Develi'de Aşık Seyrani'nin memleketi olarak aşıklık geleneği, ekonomik olmakla birlikte aynı zamanda bir yaşam biçimi olarak yaylacılık ve yörük kültürü, Develi Cıvıklısı örneğinde önemli bir yemek kültürü ve el sanatları olmak üzere çok sayıda kültürel zenginliği barındırmaktadır. Tabiat varlıkları olarak da Sultan Sazlığı, Zamantı Irmağı, Erciyes Dağı Develi'nin başlıca tabii varlıklarını teşkil etmektedir. Özellikle Erciyes dağında tracking, Zamantı ırmağında rafting, Sultan Sazlığı Milli parkında foto safari vb. birçok alternatif turizm türleri geliştirilebilir.

Develi'nin üstün yönlerinin geliştirilmesine ilişkin getirilen öneriler Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Develi'nin Üstün Yönlerinin Geliştirilmesine İlişkin Getirilen Öneriler

Öneriler
▪ Tarih, kültür ve tabiat varlıklarının korunması (Yeni varlıkların ortaya çıkarılması, tanıtımı ve korunması)
▪ Gereme harabelerinin turistik ürüne dönüştürülmesi ve tanıtılması
▪ Tarihi Develi evlerinin onarılması, işletmelerin kullanımına ve ziyarete açılması (Müze evler ve otantik mekanlarda işletmeler oluşturulması)
▪ Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi (Tarihi evlerin konaklama amaçlı kullanılması)
▪ Sosyal aktiviteler için dinlenme ve eğlenme mekanlarının hizmete açılması
▪ Develi kimliğinin Aşık Seyrani ile konumlandırılması (Şarkışla-Aşık Veysel, Akşehir-Nasreddin Hoca, Mevlana-Konya vb. konumlandırma için çaba sarf edilmesi)
▪ Geleneksel Aşık Seyrani Şenliklerinin katılımın artırılarak devam ettirilmesi
▪ Geleneksel oyunların ve spor dallarının organize olarak korunması ve tanıtılması (Sindelhöyük'te yapılan cirit oyunları ve güreş müsabakalarının canlandırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması)
▪ Yaylacılık ve yörük kültürünün turistik ürüne dönüştürülmesi (Ziyaretçilere yayla ve yörük yaşamının sunulması ve tecrübe ettirilmesi)
▪ Yöresel el sanatlarının (Halı, kilim, hasır, sele, sepet vb.) çanak-çömlek atölyelerinde olduğu üzere tanıtımının, teşhirinin, satışının ve deneyiminin entegre biçimde sağlanması
▪ Develi civırlısının gastronomi mutfağına dayalı geliştirilmesi ve tanıtılması (Karışık ızgara türü menülerde lahmacunda olduğu gibi bir parça eklenmesi)
▪ Zile'deki şifalı acı suyun bir sağlık turizmi ve rekreasyon bölgesi olarak geliştirilmesi
▪ Kırsal ve kentsel görünümünün birlikte korunması
▪ Bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının katkısının sağlanması üzere örgütlenilmesi
▪ Sultan Sazlığı ve sahip olduğu doğal kaynak değerlerine dayalı alternatif turizm alanlarının geliştirilmesi (Kuş gözlemciliği, at çiftlikleri, at ve fayton turları, foto safari, tracking)

4.2. Zayıflıklar

Turizm alt yapısının eksikliği, Türkiye'nin birçok turizm bölgesinde olduğu gibi Develi'de de söz konusudur. Gelecek ziyaretçilerin konaklama, yeme-içme, eğlenme, sosyal ve yaşamsal faaliyetlerini sürdürme bakımından karşılaşılabilecekleri zorluklar bir destinasyon olarak Develi'nin zayıflıklarını oluşturmaktadır (Tablo 4).

Turistik ürünü oluşturan unsurlar; çekicilik, ulaşılabilirlik ve turizm işletmeleridir (Kozak vd., 1994: 41; Arpacı ve Orta, 2013: 14). Çekicilik, turistlerin seyahat etmek istediği bir yeri, başka bir yere tercih etmesini etkileyen unsurlardır. Ulaşılabilirlik, yüksek bir çekicilik özelliğine sahip destinasyonların, pazardaki hedef kitleye olan yakınlığı ve onlara düşük maliyetle ulaşılabilir olanağını ifade eder. Turizm işletmeleri ise turistler gittikleri bölgelerde ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri konaklama, yeme içme, ulaştırma, rekreasyon ve hediyelik eşya satan işletmelere gereksinim duyacaklardır.

Tablo 4: Develi Destinasyonunun Zayıflıkları

Zayıflıklar
▪ Turizm alt yapısının eksikliği,
▪ Yerel halkın turizm bilincinin zayıf olması,
▪ İlçe esnafının turizm konusundaki eğitim eksikliği,
▪ Tanıtım eksikliği,
▪ İlçenin turistik imajının güçlü olmaması,
▪ Bölge hakkında bilgi sahibi olan eğitilmiş turist rehberi ve alan kılavuzu eksikliği
▪ Tarihi, kültürel ve doğal dokuya gerekli özenin gösterilmemesi,
▪ Tarihi yapılarda yeterli restorasyon yapılamaması,
▪ Şehir planlamasından ve ulaşımından kaynaklı engeller,
▪ Sosyal hayatın canlı olmaması, sosyal aktivitelerin eksikliği,
▪ Kamu ve özel sektör birimleri arasında koordinasyon yeterince yapılamaması,
▪ Özel ve kamu sektörün turizmle ilgili çalışmaların yeterli olmaması,
▪ İlçede bir turizm danışma bürosu olmaması.

İlçede yeterli sayıda ve standartlara sahip otel, restoran ve dinlenme tesisleri gibi işletmeler henüz mevcut değildir. Bu çerçevede ilçede faaliyet gösteren esnaflara da turizm konusunda eğitimler verilmeli ve turizm bilinci oluşturulmalıdır. Söz konusu durum yerel halkın bilinçlendirilmesi için de geçerlidir. Bu amaçla yerel yönetimler, tüm çalışanlarını ve yerel halkı turizm konusunda, beldenin turizm imkânları konusunda ve çevre konusunda bilgilendirmeli ve bilinçlendirmelidirler (Keskin, 2016: 150). Sahip olduğu tarihi ve tabii varlıkları yeterince sahiplenememesi ve koruyamaması bunları geleceğe taşıyabilme bakımından önemli bir zayıflık teşkil etmektedir. Bu konuda hem bireylere hem de yerel ve merkezi idarelere önemli sorumluluklar düşmektedir. İlçenin tanıtımı ziyaretçileri bölgeye çekme bakımından önemli bir araçtır. Develi'nin tanıtım konusunda yeterli çabayı gösterdiği söylenemez. Tanıtımda ve imaj oluşturmada öne çıkabilecek unsurları belirleyip çabaları orta ve uzun vadede planlamak gereklidir. Özellikle imaj oluşturmada bütünsel bir yaklaşım belirlenmelidir. Öte yandan önemli bir zayıflık da şehir planlaması ve şehir içi ulaşımında görülmektedir. Gerek şehir planlamaları yapılırken gerekse şehir içi ulaşım düzenlemeleri yapılırken turizm odaklı bakmak önem arz etmektedir.

Develi'nin zayıf yönlerinin düzeltilmesine ilişkin getirilen öneriler Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5: Develi'nin Zayıf Yönlerinin Düzeltilmesi ve Geliştirilmesine İlişkin Getirilen Öneriler

Öneriler
▪ Turizm alt yapısının eksikliğinin giderilmesi (otel, restoran, dinlenme tesisleri, ulaşım hizmetleri vb.)
▪ Yerel halkın turizm bilincinin artırılması üzerine eğitim ve etkinlik programlarının düzenlenmesi (Sempozyum, panel, TV ve radyo programları, yerel etkinlikler)
▪ İlçe esnafına turizm konusunda eğitimler verilmesi (Meslek kuruluşları, STK'lar, ilgili kamu kurumları ve üniversiteler ile koordineli sertifika programları)
▪ Yerel halkın, yerel yöneticilerin ve diğer paydaşların turizm (özellikle ev pansiyonculuğu, turizm varlıklarını sahiplenme ve koruma) konusunda bilinçlendirilmesi (Meslek kuruluşları, STK'lar, ilgili kamu kurumları ve üniversiteler ile koordineli sertifika programları)
▪ Tanıtım çabalarının artırılması (broşür, afiş, resim, sosyal medya vb. tanıtım araçlarının etkin kullanımı, fuar, festival ve şenlikler düzenlenmesi, ulusal ve uluslararası alanda önde gelen basın kuruluşlarını ve temsilcilerinin, dizi ve sinema filmi oyuncularının, ünlü bloggerların ve fenomenlerin, ünlü şeflerin ve Develi ile ilgili tanınmış ve önde gelen kişilerin ilçeye davet edilmesi, ziyaretlerinin sağlanması)
▪ İlçenin turistik imajının geliştirilmesi ve güçlendirilmesi (Öne çıkarılabilecek imaj unsurların belirlenmesi)
▪ Bölge hakkında bilgi sahibi olan turist rehberi ve alan kılavuzu talep edilmesi (alan kılavuzluğu eğitimlerinin yapılmasını sağlamak)
▪ Tarihi, kültürel ve doğal dokuya gerekli özenin gösterilmesi
▪ Tarihi yapılarda restorasyonların yapılması
▪ Şehir planlamasının ve ulaşımının ziyaretçilerin hareketlerini kolaylaştırıcı şekilde düzenlenmesi (Ziyaretçi yürüyüş ve kültür gezi yollarının oluşturulması, tur araçları için uygun park yerlerinin belirlenmesi, taşıma kapasitelerinin göz önünde bulundurulması, yönlendirici levhaların artırılması)
▪ Sosyal hayatın canlılığının sağlanması (sosyal aktivitelerin artırılması)
▪ Özel ve kamu sektörün turizmle ilgili çalışmalarının teşvik edilmesi (Develi konulu projeler, yarışmalar, sempozyumlar gibi etkinliklerin ve çalışmaların yerel yönetimlerce desteklenmesi)
▪ İlçede bir turizm danışma bürosunun açılması ve kalifiye personelin istihdam edilmesi

4.3. Fırsatlar

İlçenin karşı karşıya kaldığı fırsatlara bakıldığında Develi'nin önemli bir turizm potansiyeli taşıdığı ve bunun değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir (Tablo 6).

Tablo 6: Develi Destinasyonunun Karşı Karşıya Olduğu Fırsatlar

Fırsatlar
▪ Turizm bilincinin artmaya başlaması,
▪ Hükümetlerin ve merkezi yönetimlerin turizme verdiği önemin artması,
▪ Erciyes Master Planının uygulanması,
▪ Kayseri Üniversitesi'nin eğitim ve araştırma birimleri ile yerleşkesinin olması,
▪ Erciyes kış turizmi için doğu ve güney illerinden gelen turların ilçe güzergahından geçiyor olması,
▪ Entegre bir turizm için turizm bölgelerine yakınlığı,
▪ İlçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması,
▪ Yurt dışında yaşayan, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması.

Hükümetlerin ve merkezi yönetimlerin turizme verdiği önemin artması, Erciyes Master Planının uygulanması, Kayseri Üniversitesi'nin eğitim ve araştırma birimleri ile yerleşke kurması, Erciyes kış turizmi için doğu ve güney illerinden gelen turların ilçe güzergahından geçiyor olması, entegre bir turizm için turizm bölgelerine yakınlığı bunlardan bazıları olarak sayılabilir. Özellikle Erciye Kış Merkezinin hizmete başlaması, ilgili kurumların ulusal ve

uluslararası alanlarda tanıtım ve reklam çabalarını yüklenmeleri ve bunun sonucunda ilçenin de tanıtımının sağlanmasına imkan sunacaktır. Öte yanda ilçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması, aynı zamanda yurt dışında yaşayan, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması söz konusu çabaları destekleyecektir. Bunlara ilave olarak her geçen gün artan turizm bilincinin ortaya çıkması da fırsat olarak değerlendirilebilir.

Develi'nin karşı karşıya kaldığı fırsatları değerlendirmesine ilişkin getirilen öneriler Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Develi'nin Fırsatları Değerlendirmesine İlişkin Getirilen Öneriler

Öneriler
▪ Turizm bilincini artmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak üzere ulusal ve uluslararası alanlardaki çabaların yerel halkın dikkatine sunulması (Bilgilendirici toplantıların ve görsel sunuların yapılması).
▪ Hükümetlerin ve merkezi yönetimlerin turizme verdiği önemin artması ile bölgede turizmin geliştirilmesine yönelik teşviklerin artırılması ve kullanılması için çabaların sarf edilmesi
▪ Erciyes Master Planının uygulanması ile Develi'nin de Erciyes Kış Turizminin bir paydaşı olarak tanımlanması, Erciyes A.Ş.'nin tanıtım ve reklam çabalarından yararlanılması
▪ Erciyes Kış Turizmi merkezinde Develi'nin turistik olarak tanıtılmasına yönelik standın ve yöresel ürünlerin ve yemeklerin sunulduğu yeme-içme işletmesinin açılması
▪ Kayseri Üniversitesi'nin eğitim ve araştırma birimlerinin bölge turizmini geliştirmeye yönelik teknik desteğin sağlanması, ilgili birimlerin bilimsel araştırmalar ve sosyal-kültürel etkinlikler yapmasının teşvik edilmesi
▪ Erciyes kış turizmi için doğu ve güney illerinden gelen turların ilçe güzergahından geçişini kolaylaştırmak ve duraklama (duraklama yapılabilecek yöresel ürünler pazarı gibi çekicilik unsurlarının yapılması) yapmalarını teşvik etmek üzere altyapı eksikliklerinin giderilmesi
▪ Entegre bir turizm bakışıyla, diğer turizm bölgelerinin yakınlığından faydalanarak, ortak ürün tasarlayarak sunmak ve ilgili bölgelere gelen turların Develi'ye çekilmesi
▪ İlçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığını paydaş olmak üzere harekete geçirilmesi ve örgütlenmesi
▪ Yurt dışında yaşayan insan varlığının tanıtım ve lobicilik yapmak üzere harekete geçirilmesi, örgütlenmesi, ilgili ülkelerdeki STK'lar ile iyi ilişkilerin geliştirilmesi, işbirliğinin artırılması ve kardeş şehir anlaşmalarının yapılması

4.4. Tehditler

Develi İçsel bir faktör olarak birtakım zayıflıklara sahip olmakla birlikte dışsal faktör olarak birtakım tehditlerle de karşı karşıya kalmaktadır. Bunların başında ilçedeki tarihi ve tabii dokunun tahrip olması gelmektedir. Bu durum turistik ürünlerin ortadan kalkması turistik ürünlerin tümü bakımından olumsuz etkidir (Tablo 8).

Tablo 8: Develi Destinasyonunun Karşı Karşıya Olduğu Tehditler

Tehditler
▪ Tarihi ve tabii dokunun zarar görmesi,
▪ Sultan Sazlığı bölgesinde tarımın yaygınlaşması,
▪ Sultan Sazlığı bölgesinde yerleşimin ve yapılaşmanın engellenmemesi,
▪ İlçeye yakın turizm destinasyonlarının çekicilikleri,
▪ Turizm işletmecilerinin bölgedeki turizm potansiyelini yeterince algılamamaları ve yatırım yapmadaki isteksizlikleri,
▪ İklimde yaşanan değişiklikler (sıcaklıkların artması, yağışların azalması),
▪ Develi'nin ana ulaşım güzergahı üzerinde olmaması,
▪ Yatırım ve teşvikler ile ilgili kısıtlar.

Develi Kalesi korunamamış ve bütüncül varlığı ile günümüze gelememiştir. Öte yandan Sultan Sazlığı bölgesinde gerçekleşen yerleşim, yapılaşma ve tarım arazileri tabii varlığın zarar görmesine yol açmaktadır. Uzun vadede bu değişim iklimsel değişimlere de sebep olabilmektedir. Bu tür tehditlere bakıldığında hepsinin ortak yanı olarak çevredeki insan varlığı görülmektedir. Bu durumda yerel halk başta olmak üzere turizmin paydaşlarına turizmin ekonomik etkileri üzerine bilinçlendirme yapmak gereklidir.

Develi'nin karşı karşıya kaldığı tehditlerden sakınmasına ilişkin getirilen öneriler Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9: Develi'nin Tehditlerine Karşı Getirilen Öneriler

Öneriler
▪ Tarihi ve tabii dokunun korunması, yerelde zara vermeyi önleyici, korumayı teşvik edici tedbirlerin alınması ve uygulanması
▪ Sultan Sazlığı bölgesinde sulu tarımın yaygınlaşmasının önüne geçilmesi, sahanın gözetim altında tutulması ve yasal yaptırımların uygulanması
▪ Sultan Sazlığı bölgesinde yerleşimin ve yapılaşmanın engellenmesi, sahanın gözetim altında tutulması ve yasal yaptırımların uygulanması
▪ İlçeye yakın turizm destinasyonlarına karşı rekabet üstünlüklerinin belirlenmesi ve stratejilerinin geliştirilmesi
▪ Elbiz Parkı, Fraktın Yazılı Anıtları, Yukarı Develi'de bulunan Devali Türbesi, Sivas Hatun Camii, Hamidiye Medresesi gibi tarihi ve turistik değerlerin gözetim altında tutularak tahribatlarının engellenmesi
▪ Turizm işletmecilerinin bölgedeki turizm potansiyelini algılamalarını ve yatırım yapmalarını sağlamak üzere tanıtım ve bilgilendirme gezileri, konferans, seminer vb. etkinlikler düzenlenmesi, iş adamlarının ve ilgili kuruluşların davet edilmesi, yerel teşvik unsurlarının sunulması
▪ İklimde yaşanan değişikliklerin (sıcaklıkların artması, yağışların azalması) dikkate alınarak başta tarım ve kentleşme politikalarının revize edilmesi, tabii kaynakların kullanımı konusunda yerel yönetimlerin, yerel halkın ve işletmelerin bilinçlendirilmesi
▪ Develi'nin ana ulaşım güzergahı üzerinde olmamasının alternatifleri üzerinde durulması, Erciyes'ten inen çevre yolun ana güzergaha dönüştürülmesi, yakın destinasyonlar ile ulaşım ağının kurulması ve sağlıklı biçimde işletilmesi
▪ Yatırım ve teşviklerin bölge özelinde geliştirilmesi, yerel ve ulusal ölçekte siyaset üretilmesi

Aynı zamanda yakın destinasyonlardaki çekiciliklerin ilçedeki turistik çekicilikleri tercih noktasında itici bir etki yapmasını engellemek, hatta bu çekicilikleri entegre edecek

çabalar üstlenmek yararlı olacaktır. Bunun yanında girişimcilerin ilçede yatırım yapmak üzere dikkatlerinin çekilmesi, ilgi oluşturulması, yatırımlar konusunda istek uyandırılması ve yatırım yapmak üzere harekete geçirilmesi sağlanmalıdır.

5. SONUÇ

Elde edilen sonuçlar Develi'nin turizm potansiyeline sahip önemli bir destinasyon olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte söz konusu potansiyelin yeterince değerlendirilemediği sonucu çıkmaktadır. Türkiye'de çeşitli destinasyonlara ilişkin yapılan araştırmaların sonuçları da benzer şekilde ortaya çıkmaktadır (Arslan, 2005: 50-52; Arpacı ve Orta, 2013:19-23; Kızılaslan ve Ünal, 2014: 59; Birdir vd., 2015: 90; Akbulak, 2016: 19-25). Söz konusu destinasyonlar çok sayıda potansiyele sahip olmakla birlikte bunları etkin kılmak üzere pek çok çabaya da ihtiyaç duyulmaktadır. Bu potansiyeli değerlendirmek ve destinasyon imajını daha da güçlendirmek üzere ilçenin zayıflıklarını takviye etmek, üstünlüklerini pekiştirmek, tehditleri ve fırsatları algılayarak doğru değerlendirmek yönünde çabalar sarf etmesi gerekmektedir.

Sahip olduğu zengin tarih, kültür ve tabiat varlıkların önemli bir turizm potansiyeline sahip olan Develi, tarihi evlerin onarılması ve korunması, ziyarete açılması, turistik işletmelerin de kullanımına sunarak turizme ivme kazandırabilir. Yerel ölçekte henüz fark edilmemiş (önemi anlaşılmamış) pek çok doğal ve tarihi mekan turizme kazandırılabilir ve turistlerin uğrak yeri haline getirilebilir (Keskin, 2016: 148). Bu manada ev pansiyonculuğu kafeterya, restoran ve gençlik merkezleri gibi sosyal faaliyet alanları ortaya çıkarılabilir. Bununla birlikte ortaya çıkarılmayı, korunmayı ve ziyarete açılmayı bekleyen pek çok tarihi yapı ve mekanlar olmakla birlikte özellikle Gereme harabeleri ortaya çıkarılmalı ve turistik ürün olarak kazandırılmalıdır. Develi'nin başlıca tabii varlıklarını teşkil eden Develi Ovası, Sultan Sazlığı, Zamantı Irmağı, Erciyes Dağı'na dayalı olarak atıcılık (binicilik ve geleneksel cirit oyunları), traking, rafting, foto safari vb. birçok alternatif turizm türleri geliştirilebilir. Her beldenin kendine özgü turizm potansiyelini geliştirmesi, turizme hazırlaması ve bu özelliğiyle tanınır olması, markalaşması gerekmektedir (Keskin, 2016: 150).

Develi'nin karşı karşıya kaldığı fırsatların iyi değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Günümüzde hükümetlerin ve yerel yönetimlerin yerel kalkınmanın geliştirilmesi eksenli turizme verdiği önem artmakta ve turizm hem yerel hem de ulusal kalkınma için önemli bir araç olarak algılanmaktadır (Güven ve Şimşek, 2018: 127). Özellikle, Erciyes Master Planının uygulamaya konulması, Erciyes kış turizmi için doğu ve güney illerinden gelen turların ilçe güzergahından geçiyor olması entegre bir turizm için fırsatlar olarak sayılabilir. Erciye Kış

Merkezinin hizmete başlaması ile kurumların ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtım ve reklam çabalarını yüklenmeleri ilçenin de tanıtımının sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Öte yanda ilçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması, aynı zamanda yurt dışında yaşayan, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması söz konusu çabaları destekleyecektir. Söz konusu varlığı yabancı turistik destinasyonlar ile kardeşlik ve iyi ilişkiler (kardeş şehirler) geliştirmek üzere yönlendirmek yararlı olacaktır.

Bununla birlikte, yerel halkın turizm bilincinin geliştirilmesi için çaba sarf edilmelidir. Etkili bir turizm gelişimi ancak yerel halkın da sürece dahil edilmesiyle ve aidiyet duygusunun oluşturulmasıyla gerçekleşebilmektedir (Ayazlar ve Ayazlar, 2016: 1464-1465). Bunu sağlamak üzere, bölge ile ilgili yapılan akademik çalışmaların sayısının artırılması, broşür, afiş, resim, sosyal medya vb. tanıtım araçlarına önem verilerek düzenlenen festival ve şenliklere yönelik duyuruların yapılması, ulusal ve uluslararası alanda önde gelen basın kuruluşlarını ve temsilcilerini, Develi ile ilgili tanınmış ve önde gelen kişilerin davet edilerek Develi'nin ulusal ve uluslararası platformlarda yer almasını sağlamak üzere yörenin tanıtım ve pazarlamasına yönelik programların yapılması faydalı olacaktır. Turizmde tanıtma, üzerinde en çok konuşulan ve tartışılan güncel konulardan ve sorunlardan birini oluşturmaktadır (Rızaoğlu, 2004: 76). Turizm potansiyelinden gerçekçi biçimde yararlanabilmek için bu potansiyelin bilimsel bir biçimde ve yaratıcı bir pazarlama yeteneğine ve anlayışına bağlı kalarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylece bölgenin mevcut kaynaklarını etkin biçimde kullanmak, tanıtıma ağırlık vermek ve alternatif turizm türleri üzerine yoğunlaşmak suretiyle ziyaretçi sayısını, ziyaretçilerin konaklama sürelerini ve ziyaretçilerin harcama miktarlarını artırmak ve daha fazla katkı sağlamak mümkün olabilecektir.

Çalışmanın sonuçları ve sunulan öneriler, söz konusu destinasyon ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalar için yol gösterici mahiyettedir. Daha çok, durum değerlendirmesi ve bu çerçevede öneriler geliştirilmesi niteliğindeki bu çalışma, turizmin daha özel alanlarında çalışmalar yapmaya ve stratejiler belirlemeye yönelik olmak üzere geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, N., Güllü K., Karamustafa, K., (2014). "Tüketicilerin Destinasyon Seçme Kriterleri Çerçevesinde Yahyalı'nın Değerlendirilmesi", I. Ulusal Yahyalı Sempozyumu, Yahyalı.
- Akbulak, C. (2016). "Ardahan İlinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Sayısallaştırılmış SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi", *Humanitas*, 4(7): 1-30.
- Aktan, C.C. (2008), "Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama", Çimentoİşveren, Temmuz-Ağustos, 4-21. www.ceis.org.tr/dergi/Docs/makale132pdf, (Erişim Tarihi: 15.08.2018).
- Arpacı, Ö. ve Orta, C. (2013). "Karaman İlinin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği", *Journal of Current Researches on Social Sciences (JoCRess)*, 3 (1), 12-24.
- Arslan, Y. (2005). "Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi", *Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(3), 29-53.
- Ayazlar, G., & Ayazlar, R. A. (2016). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Bahar, O., Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bernroider, E. (2002). "Factors in SWOT Analysis Applied to Micro, Small-to Medium, and Large Software Enterprises: An Austrian Study", *European Management Journal*, 20(5): 562-573.
- Birdir, K., Karakan, H. İ. ve Çolak, O. (2015). "Gaziantep İlinin Turizm Açısından SWOT Analizi ve Turizmin Geliştirmesine Yönelik Öneriler", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management* 13 (1), 77-92.
- Cebecioğlu, C. (2006), "SWOT Analizi ve Bir İşletme Üzerinde Uygulama", *Gebze İleri Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Gebze*.
- Develi Belediyesi, (2012). *Develi Tanıtım*, www.develi.bel.tr/icerikler.asp?id=7 (Erişim Tarihi: 05.08.2015).
- Emir, G. (2012). "Bartın ve Çevresi Kırsal Turizminin SWOT Analizi", *Mesleki Bilimler Dergisi*, 1(1): 50-56.
- Emir, O. (2011). *Turizmde SWOT Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ersun, N., Arslan, K. (2011). "Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri", *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Yıl 2011, Cilt XXXI, Sayı II: 229-248.
- Gökçe, F. (2006), "Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hatay*.
- Gürel, E., Tat M. (2017). "SWOT Analysis: A Theoretical Review", *The Journal of International Social Research*, Volume: 10, Issue: 51, Ağustos, 994-1006.
- Gürlek, A. (1975), *Memleketim Develi, Yeni Desen Matbaası, Ankara*.
- Güven, A. ve Şimşek, G. (2018). "Yerel Yönetimlerin Sosyo Ekonomik Gelişimi ve Tanıtımı Açısından Film Platolarının Önemi: Midwood Örneği", *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 108, Ocak-Mart, 123-148.
- Hosany, S., Ekinci, Y., Uysal, M. (2006). "Destination Image and Destination Personality: An Application of Branding Theories to Tourism Places", *Journal of Business Research*, (59): 638-642.
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y., Önal, Y. B. (2007), "Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2): 195-205.
- Keskin, A. (2016). "Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Turizm Örneği", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 30, Sayı:1, 143-154.
- Kızılaslan, N., Ünal, T. (2014). "Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli ve SWOT Analizi", *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi* 9, 45-61.
- Kotler, P., Amstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (1999), *Principles of Marketing*, Prentice Hall New Jersey.
- Kozak, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M. (1994). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, Ankara: Anatolia Yayıncılık.

- Noori, K., Zand, F. (2013). The Role of Rural Tourism in Rural Sustainable Development According to the SWOT Method (Case study: Kermanshah Provincevillages). *International Research Journal of Appliedand Basic Sciences*, 4(9): 2620-2625.
- Okan, T., Köse, N., Arifoğlu, E., Köse, C. (2016). “Assessing Ecotourism Potential of Traditional Wooden Architecture in Rural Areas: The Case of Papart Valley”, *Sustainability*, 8, 974:1-17.
- Ongun, U., Gövdere, B., Çiçek, Ç. (2016). “Yeşilova’nın Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 16:75-88.
- Orhan, T., Karahan, F. (2010). “Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1): 27-42.
- Ören, V. E., Şahin, T. (2014). “Alternatif Turizm Kapsamında Uşak-Ulubey Kanyonu’nun SWOT Analizi”, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, Ocak / Şubat / Mart Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 7.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*, 1. Baskı, Ankara:Detay Yayıncılık.
- Özdemir, Ş., Karaca, Y. (2009). Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 (2),113-134.
- Özgen, N. (2010). “Doğu Anadolu Bölgesi’nin Doğal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 1, 1385-1416.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizmde Tanıtma*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sarı, Y., Kozak, M. (2005). “Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri için Bir Model Önerisi, Akdeniz Üniversitesi, İİBF Dergisi, (9): 248-271.
- Sarıışık, M., Turkyay, O., Akova, O. (2011). “How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A SWOT Analysis and Related Strategies”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24: 1014–1025.
- Soyak, M. (2016). “Türk Turizm Sektörünün Yapısal Analizi ve SWOT Matrisine Dayalı Sektörel Stratejiler”, *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı:10: 47-71.
- Surat, H., Yılmaz, H, Surat, Z. (2011). “Yusufeli ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Kullanım Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”, *Eastern Geographical Review*, 34: 61-88.
- Tosun, C., Jenkins, C. L. (1996). “Regional Planning Approaches to Tourism Development: The Case of Turkey”, *Tourism Management*, Vol. 17, No. 7: 519-531.
- Tunçel, H. (1996), “Develi İlçesi’nin Turizm Potansiyeli”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(8), 345-360.
- Turner, J., Shah, R. (2010). *How to Make Money with Social Media: An Insider's Guide on Using New and Emerging Media to GrowYour Business*, NJ: Pearson.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H, Öztürk, İ. (2009). “Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2 Sayı : 3:250-269.

Citation: Yıldız B.& Çetindaş A. (2018), Stratejik Kaynak Kullanımının Firma Performansı Üzerindeki Etkisinde Tedarik Zinciri Çevikliğinin Aracı Rolü, BMIJ, (2018), 6(4): 878-897 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.379>

STRATEJİK KAYNAK KULLANIMININ FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TEDARİK ZİNCİRİ ÇEVİKLİĞİNİN ARACI ROLÜ

Bülent YILDIZ¹

Ahmet ÇETİNDAS²

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 11/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışmada stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliği ve firma performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında tedarik zinciri çevikliğinin firma performansı üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Bu amaçla Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması arasından 115 firmadan anket tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırmada öncelikle, kullanılan ölçeklerin yapı geçerliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri ile güvenilirlik analizi yapılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla 115 firmadan elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliği ve firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Tedarik zinciri çevikliğinin de firma performansı pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında ayrıca stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolü araştırılmıştır. Aracılık testi neticesinde tedarik zinciri çevikliğinin kısmi aracılık rolü olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Kaynak Kullanımı, Tedarik Zinciri Çevikliği, Firma Performansı

JEL Kodları: L25, M11, O14

THE MEDIATING ROLE OF SUPPLY CHAIN AGILITY IN THE EFFECT OF STRATEGIC RESOURCE USAGE ON THE COMPANY PERFORMANCE

ABSTRACT

In this study, the effects of strategic resource utilization on supply chain agility and firm performance were examined. In addition, the impact of supply chain agility on firm performance was analyzed. For this purpose, the data was collected from 115 companies among Turkey's top 1000 exporters with survey technique. Initially, exploratory and confirmatory factor analysis and reliability analysis were conducted to test the construction validity and reliability of the scales used. To test the research hypotheses, the data obtained from 115 companies were analyzed by the structural equation model. As a result of the analyzes, it was found that the use of strategic resource significantly affected the supply chain agility and firm performance. Supply chain agility was also found to have a significant effect on firm performance. The study also explored the role of supply chain agility as a mediator in the impact of strategic resource utilization on firm performance. As a result of the mediation test, it was found that supply chain agility has a partial mediation role.

Keywords: Strategic Resurce Usage, Supply Chain Agility, Firm Performance

JEL Kodları: L25, M11, O1

¹ Dr. Öğr. Üyesi Kastamonu Üniversitesi dr.yildiz.bulent@gmail.com

² Dr. Öğretim Üyesi Hasan Kalyoncu Üniversitesi ahmet.cetindas@hku.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-5368-2805>

<http://orcid.org/0000-0003-2262-4204>

1. GİRİŞ

Tedarikçi seçiminde firmanın gereksinimlerine ve uzun vadeli ihtiyaçlarına en uygun olanları etkili bir şekilde ayırt etmek önemlidir. Tedarikçi değerlendirmesi ve seçimi, tedarikçinin seçim kriterlerine göre özelliklerinin değerlendirilmesini ve ürünün gereksinimlerine en uygun tedarikçinin seçilmesini içeren tedarikçinin gerçek seçimiyle ilgilidir. Bu değerlendirme kriteri çok önemlidir, çünkü herhangi bir tek tedarikçinin performansının tüm boyutlarında mükemmel olması zordur. Tedarikçi izleme, tedarikçi performansını takip eder ve iyileştirme için tedarikçilere geri bildirim sağlar. Sonuçta ise stratejik kaynak performansını iyileştirir (Chan ve Chin, 2007: 1395).

Stratejik kaynak kullanımı, firmaların uzun vadeli hedeflerine ulaşmasına yardımcı olan ve değer katan sistematik ve kapsamlı bir süreçtir (Chan ve Chin, 2007: 1392). Stratejik kaynak kullanımı, firma hedefleri ile uyumlu satın alma ve tedarik metrikleri, paranın nerede harcandığı konusunda kapsamlı bilgi, tedarik zincirinin tam olarak bilinmesi ve anlaşılması, aktif olarak yönetilen tedarik üssü, optimize edilmiş tedarik üssü, bağlantılı talep ve ikmal planlaması, entegre organizasyon yapıları, stratejik odaklı işgücü ve devamlı gelişme konularını içermektedir (Hawkins vd., 2014:224). Stratejik kaynak kullanımı, tedarikçilerin uzun vadeli ortaklıklar için belirlenmesini ve seçilmesini amaçlamakta, tedarikçi performansını ve tedarikçilerin performansını arttırmak için kaynakları etkin bir şekilde tahsis ederek tedarikçilerin erken katılımını ve tedarikçiyi geliştirmeyi hedeflemektedir. Stratejik kaynak kullanımı, firmanın rekabetçi profilini korur ve zinciri oluşturan halkaları geliştirir, birleştirir ve yönetir (Khan vd., 2008: 1509). Stratejik kaynak kullanımında, kaynak yöneticileri, çalışan ilişkilerini geliştirmede ve tedarikçilerle etkin iletişimde çok önemli bir rol oynamaktadır. Bir firmanın önemli bir kaynağı olan stratejik tedarik, firmanın alıcı-tedarikçi işbirliği ile ek kaynaklara erişmesine, edinmesine ve geliştirmesine yol açar (Su, 2013: 26). Stratejik kaynak kullanımı, tedarikçinin seçimine stratejik bir yaklaşım getirmeyi de içermekte, firmanın stratejik hedefleriyle daha uyumlu bir yaklaşım benimsemekte ve kaynağın kurumsal stratejiyle bütünleşmesini yansıtmaktadır (Landale vd., 2018:3). Başarılı firmalar, sadece şirket içi Ar-Ge'de değil, tedarikçiler, taşeronlar ve hizmet firmaları ile etkin ilişkilerde “stratejik kaynaklara” yatırım yapanlardır (Belussi vd., 2010: 712).

Geçmişte yapılan araştırmalar, stratejik kaynakların bazı unsurlarının çeviklikle pozitif ilişkili olduğunu ileri sürmüştür (Nayyar ve Bantel, 1994; Goldman vd. 1994; Teece vd. 1997). Bu ilişki, artan alıcı-tedarikçi ilişkilerine bağlanmış, talep ve arz bilgilerinin değişimini kolaylaştırarak, kurumlar arası güvenin gelişmesine yardımcı olmuştur (Chiang vd., 2012:56).

Çeviklik kavramı, yönetsel uygulamadaki önemi nedeniyle üretim ve tedarik zinciri yönetimi araştırmalarında giderek artan bir ilgi yaşamıştır. Tedarik zinciri çevikliği, firmaların değişikliklere uyum sağlamasına ve tüm tedarik zinciri boyunca hızlı yanıt vermesine olanak veren dinamik bir yetenek olarak düşünölebilir. Böylece tedarik zinciri çevikliği, tek bir firmanın ötesine uzanır ve büyük müşteriler ve tedarikçiler ile uyumlaştırmayı içerir (Sanchez ve Leo, 2018: 266).

Günümüzün dünyasında, tedarik zincirleri değişen ürönlere, düşük maliyetlere, kısa yaşam döngüsüne ve daha iyi kaliteye sahip ürünler sunma gibi rekabet gücü ile değişen pazarlardaki ustalığa odaklanmaktadır (Bidhandi ve Valmohammadi, 2017: 1066). Tedarik zinciri çevikliği iş seviyesinde hız ile ilgili olarak dışarıdan odaklanmış bir yetkinliği temsil ederken, hızlı pazar duyarlılığı, teslim süresini azaltma, teslimat güvenilirliği ve ürün tanıtımı sıklığı gibi faaliyetlerle ilgilidir (Um, 2017:467). Tedarik zinciri çevikliği, değişen pazar ortamına hızlı bir şekilde cevap vermek için tedarik zinciri yeteneğini ele almaktadır. Bir sonucu veya dışsal odaklı bir kavramı temsil eder ve bu nedenle bir yetkinlikten ziyade bir yetenek olarak kabul edilir (Swafford vd., 2006:176).

Tedarik zinciri çevikliği, bir firmanın iç tedarik zinciri işlevlerinin pazardaki belirsizliğe cevap vererek stratejik bir avantaj sağlama yeteneğini temsil eder ve bir firmanın rekabet stratejisinin anahtar unsuru olarak kabul edilir. Tedarik zincirini hızlı ve çeşitli çevresel ve rekabetçi değişikliklere karşı harekete geçirebilecek yetenekler edinerek sistematik olarak geliştirilir (Khan vd., 2008: 1511-1512). Tedarik zinciri çevikliği kavramı, kolayca uygulanabilecek veya taklit edilebilecek kurallar ve prosedürler değil, tedarik zinciri boyunca farklı kanal üyeleri arasındaki koordinasyon ve entegrasyon hakkında karmaşık bir felsefeyi yansıtmaktadır (Liu vd., 2013:1453).

Tedarik zinciri çevikliği, firma performansını iyileştirmek için kritik olan, nadir, değerli ve kusurlu olmayan bir operasyonel yetenek olarak hareket edebilir. Özellikle tedarik zinciri çevikliği, bir firmanın bilgi entegrasyonu yoluyla yüksek müşteri duyarlılığı ve ana pazar değişikliklerine ulaşmasına yardımcı olabilir. Bu entegrasyon, tedarik zincirinin görönlörlöğünü arttırır ve firmanın pazar yeri değişikliklerini gerçek zamanlı olarak algılamasını sağlar ve böylece talep belirsizliğinin maliyetini düşürür. Tedarik zinciri çevikliği, firmanın sadece günlük operasyonlarını iyileştirmesini sağlamaz, aynı zamanda maliyetleri düşürmesine ve karlılığı arttırmasına da yardımcı olur (Liu vd., 2013:1453).

2. LİTERATÜR TARAMASI VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN KURULMASI

2.1. Stratejik Kaynak Kullanımı İle Firma Performansı İlişkisi

İşletmeler satın almayı stratejik planlarına dahil ederek elde edecekleri faydaları ve rekabet avantajlarını fark ettiğinden dolayı bu konu bir çok bilimsel çalışmaya konu olmuştur (Sinha vd. 2011; Kang vd. 2009; Paulraj ve Chen, 2007a; Tan vd. 2002).

Stratejik kaynak kullanımı, işletmelerin etkin maliyet yönetimine değer katarak, tedarik eğilimleri hakkında değerli bilgiler sunarak ve önemli tedarikçilerle yakın ilişkiler kurmasını sağlayarak rekabet avantajları elde etmelerine yardımcı olur. Böylelikle, firmalar daha iyi kararlar almak ve firmanın kar marjlarını artırmak için stratejik kaynak kullanımını tercih ederler (Sinha vd. 2011).

Stratejik kaynak kullanımı ve firma performansı arasındaki ilişki başta üretim işletmeleri olmak üzere birçok çalışmada incelenmiştir (Carr ve Pearson, 1999; 2002; Carr ve Smeltzer, 1999; Chen vd. 2004; Jin ve Farr, 2010; Narasimhan ve Das, 1999a). Su ve Garheya (2012) ABD’li 152 tekstil firması üzerinde yaptığı çalışmada stratejik kaynak kullanımının aktif karlılık, kar marjı ve pazar payı olarak ele aldığı firma performansına pozitif yönde anlamlı etki ettiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Kim, Suresh ve Kocabasoglu-Hillmer (2015)’de stratejik kaynak kullanımının finansal, operasyonel ve tedarik zinciri performanslarına pozitif yönde anlamlı etki ettiğini ispatlamıştır.

Satın alma sürecinin stratejik planlar ve faaliyetler içerisinde bulunması gerektiği ve bu şekilde işletme performansını arttıracığı iddiasıyla çalışmanın ilk hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

H₁: Stratejik kaynak kullanımı firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

2.2. Stratejik Kaynak Kullanımı İle Tedarik Zinciri Çevikliği İlişkisi

Tedarik zinciri çevikliği, işletmelerin rekabet stratejilerinin anahtar unsuru olarak kabul edilir (Nayyar ve Bantel, 1994; Goldman vd. 1994; Teece vd. 1997) ve bir organizasyonun iç tedarik zinciri işlevlerinin, pazardaki belirsizliğe cevap vererek stratejik bir avantaj sağlama yeteneğini temsil eder. Firmalar farklı stratejiler kullanarak rekabet avantajı elde ettikleri gibi, tedarik zinciri çevikliği de farklı yollarla sağlanabilir.

Çeviklik kavramsal olarak esneklikle karıştırılabilir olsa da temelde çok farklıdır. Çeviklik, çabukluk ve beceri ile ilgilidir; esneklik ise uyarılana bilirlilik ve çok yönlülük ile

ilgilidir. Yani çeviklik, değişime karşılık verilen reaksiyon süresini, esneklik ise değişime karşılık verilen reaksiyon kabiliyetini ifade eder.

Stratejik kaynak kullanımını farklı alt boyutlarda inceleyen çalışmalar olsa da, bu çalışmada stratejik satın alma üzerinde durulmuştur. Stratejik satın alma, satın alma işlevinin stratejik ve proaktif tarafını yansıtarak, işletmelerin çeşitli planlama süreçlerinde, seçilmiş tedarikçilerle yakın ve birlikte çalışılmasını mümkün kılar. Benzer şekilde, satın alma işlevini stratejik olarak yapan firmalar, pazar talep değişiklikleri hakkında tedarikçileriyle hızlı bir şekilde iletişim kurar, tedarikçilerin değişen tedarik ihtiyaçlarını karşılayabilmesini ve planlamanın müşterinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine yanıt vermesine yardımcı olmasını sağlar. Bunu dikkate alan araştırmalar, stratejik kaynak kullanımının bazı unsurlarının çeviklikle pozitif yönde ilişkili olduğunu ileri sürmüştür (Khan ve Pillania, 2008; Mason vd. 2002; Narasimhan ve Das, 1999a; Paulraj ve Chen, 2007b).

Narasimhan ve Das (1999a) stratejik kaynak kullanımının, çeviklikle alakalı olan, değişim esnekliği olarak adlandırdığı, üretim sürecinin daha küçük tasarım değişiklikleri ile ürünleri özelleştirebilme yeteneğini pozitif yönde etkilediğini ispatlamıştır. Ayrıca değişim esnekliğinin, bir performans kriteri olarak kabul edilen üretim maliyetini düşürdüğü bulgusuna ulaşmıştır. Stratejik kaynak kullanımını stratejik tedarikçi ortaklığı, tedarik esnekliği, tedarikçinin değerlendirilmesi ve tedarik zinciri üyelerine olan güven boyutlarıyla inceleyen Khan ve Pillania (2008), tüm bu boyutların tedarik zinciri çevikliğini ve firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etki ettiğini bulmuştur. Chiang, Kocabasoglu-Hillmer ve Suresh (2012) stratejik kaynak kullanımı ve stratejik esnekliğin tedarik zinciri çevikliği üzerinde pozitif etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Stratejik kaynak kullanımında, satın alma işlevinin stratejik olarak planlanması ve yürütülmesi sebebiyle işletmelere çeviklik kazandıracığından ve önceki çalışmalarda ispatlanan ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliğine etki etmesi beklenmekte olup çalışmanın ikinci hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

H2: Stratejik kaynak kullanımı tedarik zinciri çevikliğini pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

2.3. Tedarik Zinciri Çevikliği İle Firma Performansı İlişkisi

Rekabet eden firmalar için söylenen “büyük olan küçüğü yer” söylemi, işletme çevrelerinin sürekli değişmesi ve rekabetin artarak daha dinamik bir hal almasıyla birlikte yerini “hızlı olan yavaşı yer” söylemine bırakmıştır (Jennings ve Haughton, 2002).

Daha önceki araştırmalarda tedarik zinciri çevikliği ve firma performansı arasında doğrudan bir ilişki olduğunu kanıtlamıştır (Tallon ve Pinsonneault, 2011; Swafford vd. 2008; Yusuf ve Adeleye, 2002).

Yusuf ve Adeleye (2002) firmaları çevik ve yalın olarak sınıflandırmış ve çevik olan firmaların daha yüksek performans gösterdiğini tespit etmiştir. DeGroot ve Marx (2013) ise tedarik zinciri çevikliğini değişimi algılama ve değişime cevap verme şeklinde boyutlandırmış ve her iki boyutun firma performansını geliştirdiğini tespit etmiştir.

Çalışkan, Karacasulu ve Öztürkoğlu (2016), hızlı moda markalarında 3 boyutlu olarak incelediği tedarik zinciri çevikliğinin (değişikliklere cevap verebilme hızı, müşteri hizmet hızı ve piyasaya yeni ürün sürme hızı) 4 boyutlu firma performansına (satış performansı, müşteri memnuniyeti, ürün ve servis kalitesi ve karlılık performansı) etkisini incelemiş ve tedarik zinciri çevikliğinin tüm performans boyutlarını etkilediğini bulmuştur. Ayrıca tedarik zinciri çevikliği boyutlarından müşteri hizmet hızının satış performansına, müşteri memnuniyeti performansına, ürün ve servis kalitesi performansına pozitif etki ettiğini, yeni ürün sürme hızının ise müşteri memnuniyeti performansına, ürün ve servis kalitesi performansına ve karlılık performansına pozitif etki ettiğini bulmuştur.

Üretim yönetimi ve tedarik zinciri yönetimi literatürü de çeviklik ve finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Finansal performans, aktif karlılığı, satış getirileri ve yatırımın geri dönüşü gibi birkaç boyutta değerlendirilebilir. Kısacası çevik üretimin de finansal performans üzerinde doğrudan olumlu bir etkisi olduğu birçok çalışmada tespit edilmiştir (Vazquez-Bustelo vd. 2007; Inman vd. 2011).

Gligor ve Holcomb (2012) tedarik zinciri çevikliğinin ilişki performans ve operasyonel performans üzerindeki etkisini incelemiş ve tedarik zinciri çevikliğinin her ikisini de pozitif yönde anlamlı olarak etkilediğini bulmuştur. Blome, Schoenherr ve Rexhausen (2013) tedarik zinciri çevikliğinin operasyonel performans üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu ispatlamıştır. Ancak Gligor, Esmark ve Holcomb (2015) tedarik zinciri çevikliğinin finansal performansı etkilemediğini, yine de müşteri ve maliyet etkinliği ile pozitif ilişkisi olduğunu ispatlamıştır. Yang (2014) ise tedarik zinciri çevikliğinin maliyet etkinliğini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediğini ancak firma performansı üzerinde bir etkisinin olmadığını raporlamıştır.

Tüm bu çalışmalar dikkate alındığında tedarik zinciri çevikliğinin firma performansına etki edeceği düşünüldüğünden bir sonraki hipotez şu şekilde belirlenmiştir:

H₃: Tedarik zinciri çevikliği firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

2.4. Tedarik Zinciri Çevikliğinin Aracı Rolü

Stratejik kaynak kullanımının performansı doğrudan etkileyeceği düşüncesinin yanı sıra, tedarik zinciri çevikliğinin bu ilişkide aracılık rolü olduğu ve etkiyi arttıracığı düşünüldüğünden tedarik zinciri çevikliğinin aracılığının incelenmesi gerektiği düşünülmüştür. Literatürde bu düşünceyi destekleyen, tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolünü inceleyen bazı çalışmalar mevcuttur. Örneğin Vickery vd. (2010) tedarik zinciri bilgi teknolojisi ve tedarik zinciri örgütsel girişimleri ile firma performansı arasında, çevikliğin aracılık rolünü test etmiştir. Bağımsız değişkeni ayrı ayrı ve birlikte ele aldığı iki model kurmuş ve her ikisinde de çevikliğin aracılık rolünü ispatlamıştır. Benzer şekilde Swafford vd. (2008) de bilgi teknolojileri ve rekabetçi işletme performansına entegrasyon değişkenleri arasında tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolüne bakmış ve tedarik zinciri esnekliği ile rekabetçi işletme performansı arasındaki ilişkide, tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolünü tespit etmiştir. Blome, Schoenherr ve Rexhausen (2013) arz yönlü yetkinliğin operasyonel performans üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolünü bulgulamıştır.

Chan, Ngai ve Moon (2017) çalışmasında kaynak esnekliği ve koordinasyon esnekliğinin tedarik zinciri çevikliğine ve firma performansına etkisini ve tedarik zinciri çevikliğinin firma performansına etkisini tespit etmiş, ayrıca tedarik zinciri çevikliğinin stratejik esneklik ve üretim esnekliği ile firma performansı arasında ki ilişkiye aracılık ettiğini ispatlamıştır. Bunun dışında, Chiang, Kocabasoglu-Hillmer ve Suresh (2012) stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliği üzerindeki etkisinde stratejik esnekliğin aracı etkisini araştırdığında sadece kısmi aracılık bulmuştur.

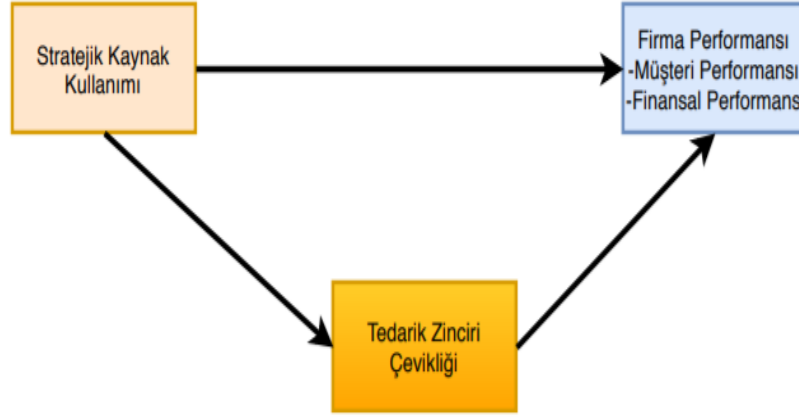
Tedarik zinciri çevikliğinin değişimlere hızlı tepki veren doğası, işletmeleri hedeflerine ulaştırmak için stratejik kaynak kullanımı kabiliyetlerini genişleterek stratejik ve operasyonel eylemlerini daha çevik yürütmelerini ve sonuç olarak daha yüksek performans sergilemelerini sağlar. Bu yüzden, stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğin aracılığının bu etkiyi daha iyi açıklayacağına olan inancımız sebebiyle bir sonraki hipotez şu şekilde kurulmuştur:

H₄: Stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolü bulunmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3.2. Araştırmanın Ölçekleri

Stratejik kaynak kullanımı ve tedarik zinciri çevikliği ölçekleri Kim ve Chai (2017) çalışmasından alınmıştır. Müşteri performansı soruları Hwang vd. (2015), Kafetzopoulos vd. (2013), Kafetzopoulos vd. (2015) ve De Guimarães vd. (2016) çalışmalarından faydalanılarak hazırlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreninin Türkiye’nin ilk 1000 ihracatçı firması oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu firmalar arasından veri elde edilebilen 115 ihracatçı firma oluşturmaktadır. Araştırma verileri surveey.com internet sitesi üzerinden oluşturulan anket formunun online olarak firmalara mail ile gönderilmesi sonucu geri dönüş yapan 115 firmadan elde edilen verilerden meydana gelmektedir. Veriler Nisan 2018- Temmuz 2018 arasında toplanmıştır.

3.4. Ölçeklerin Yapı Geçerliliği ve Güvenilirliği

Ölçeklerin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla öncelikle keşfedici faktör analizi (KFA) ve doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) yapılmış ardından da güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Keşfedici faktör analizi sonucu elde edilen faktör yükleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Ölçek Maddelerinin Faktör Yükleri

Stratejik Kaynak Kullanımı Maddeler	Faktör Yükleri
SKK1: Satın alma, firmanın stratejik planlama sürecine dahildir.	.728
SKK2: Satın alma birimi, firmanın stratejik hedefleri hakkında iyi bilgi sahibidir.	.831
SKK3: Satın alma performansı, firmanın başarısına katkıları açısından ölçülür.	.828
SKK4: Satın alma uzmanlarının gelişimi, rekabetçi stratejinin unsurlarına odaklanır.	.871
SKK5: Satın alma departmanı, satın alma işlevinde bütünleyici bir rol oynamaktadır.	.644
Tedarik Zinciri Çevikliği Maddeler	Faktör Yükleri
TZÇ3: Tedarikçilerle müşterek planlama; satın alma, üretim ve lojistik konularında önemlidir.	.755
TZÇ4: Tedarikçiler, lojistik hizmet sağlayıcıları ve tedarik zincirindeki müşterilerle bilgi entegrasyonu önemlidir.	.645
TZÇ5: Müşteri hizmet seviyemizi geliştirmek yüksek önceliklidir.	.827
TZÇ6: Teslimat güvenilirliğini geliştirmek yüksek bir önceliktir.	.761
TZÇ7: Değişen pazar ihtiyaçlarına cevap vermenin artırılması yüksek bir önceliktir.	.764
Firma Performansı	Faktör Yükleri
Müşteri Performansı	Faktör Yükleri
MP1: Firmamızın son üç yılına göre müşteri memnuniyeti artmıştır.	.791
MP2: Son üç yıla göre müşteri şikayetlerine cevap verme süresi azalmıştır.	.615
MP3: Son üç yıla göre müşterilerin firmaya bağlılığı artmıştır.	.842
MP4: Son üç yıla göre müşterilerin markalarımıza karşı sadakati artmıştır.	.829
MP5: Son üç yıla göre müşterilerimiz gözünde ürünlerimizin güvenilirliği artmıştır.	.742
Finansal Performans	Faktör Yükleri
FP1: Firmamızın son üç yılına göre karlılığımız artmıştır.	.849
FP2: Son üç yıla göre satışlarımız yükselmiştir.	.889
FP3: Son üç yıla göre pazar payımız artmıştır.	.885
FP4: Son üç yıla göre yatırımlarımızın getirisi artmıştır.	.888

KFA sonucu stratejik kaynak kullanımı ile tedarik zinciri çevikliği ölçeklerinin tek boyutlu, firma performansı ölçeğinin ise iki boyutlu yapıya sahip olduğu görülmüştür. Stratejik kaynak kullanımı ölçeği faktör yükleri 0,644 ile 0,871 arasında elde edilmiştir. Tedarik zinciri çevikliği ölçeğinin TZÇ1: Tedarik zincirimiz, talepteki değişimlere, aşırı satışlar veya kayıp satışlar olmadan cevap verebilir, TZÇ2: Tedarik zincirimiz piyasa talebini tahmin edebilmekte ve reel piyasa talebine cevap verebilmektedir ve TZÇ8: Envanter ve talep seviyeleri tedarik zinciri boyunca görünür durumdadır maddeleri faktör yükleri düşük çıktığı için analizden çıkarılmıştır. Ölçeğin faktör yükleri 0,645 ile 0,827 arasında elde edilmiştir. Firma performansı ölçeği faktör yükleri müşteri performansı boyutu için 0,615 ile 0,842 arasında ve finansal performans boyutu için ise 0,849 ile 0,889 arasında elde edilmiştir. Stratejik kaynak kullanımı ölçeği KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,829 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(10) = 229.072$, $p < 0.01$] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Tedarik zinciri çevikliği ölçeği KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,777 olduğu ve örneklem büyüklüğünün

faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(10) = 182.108$, $p < 0.01$] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Firma performansı ölçeği için KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,760 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(36) = 604.843$, $p < 0.01$] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

KFA sonrası DFA yapılmıştır. DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: DFA Uyum İyiliği Değerleri

Değişken	X ²	df	CMIN/df	GFI	CFI	TLI	RMSEA
Stratejik Kaynak Kullanımı	7.928	5	1.586	0.972	0.987	0.974	0.072
Tedarik Zinciri Çevikliği	3.671	4	0.918	0.988	1.000	1.000	0.000
Firma Performansı	33.893	21	1.614	0.941	0.978	0.963	0.073

DFA sonucu ölçeklerin uyum iyiliği değerlerini sağladığı ve iyi uyum gösterdiği görülmektedir.

KFA ve DFA sonrasında ölçekler için güvenilirlik analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Güvenilirlik Analizi

Değişken	Cronbach Alpha Katsayısı	Madde Sayısı
Stratejik Kaynak Kullanımı	0,842	5
Tedarik Zinciri Çevikliği	0,806	5
Firma Performansı	0,842	9
Müşteri Performansı	0,820	5
Finansal Performans	0,911	4

Güvenilirlik analizi sonucu ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda öncelikle araştırmaya katılan firmalara ait bazı demografik bulgular aktarılmıştır. Ardından korelasyon analizine ilişkin bulgular verilmiş ve son olarak da araştırma hipotezlerini test etmek amacı ile yapılan yapısal eşitlik modeli analizi sonuçlarına değinilmiştir.

Firmaların faaliyet alanlarına ilişkin bulgular Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Firmaların Faaliyet Alanı

FAALİYET ALANI	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Gıda	28	24.3	24.3
Tekstil	16	13.9	38.3
Plastik/Kimya	14	12.2	50.4
Makine	9	7.8	58.3
İnşaat	10	8.7	67.0
Elektronik	4	3.5	70.4
Diğer	34	29.6	100.0
Toplam	115	100.0	

Firmaların 28'i gıda, 16'sı tekstil, 14'ü plastik/kimya, 10'u inşaat, 9'u makine, 4'ü elektronik sektöründe faaliyet göstermekte olup 34 firma bu sektörler dışında faaliyette bulunmaktadır.

Anketi cevaplandıran firma çalışanlarının çalıştıkları pozisyona ilişkin bulgular Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5: Çalışılan Pozisyona İlişkin Bulgular

POZİSYON	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Pazarlama Müdürü	20	17.4	17.4
Üretim Müdürü	12	10.4	27.8
Ar-Ge Müdürü	27	23.5	51.3
Satın alma Müdürü	12	10.4	61.7
Kalite Müdürü	6	5.2	67.0
Firma Sahibi / Ortağı	2	1.7	68.7
Diğer	36	31.3	100.0
Toplam	115	100.0	

Anketi cevaplandıran firma çalışanlarının 27'si Ar-Ge Müdürü, 20'si Pazarlama Müdürü, 12'si Üretim Müdürü, 12'si Satın alma Müdürü, 6'sı Kalite Müdürü, 2'si Firma Sahibi /Ortağı olarak görev yapmakta olup 36'sı bu pozisyonlar dışındaki görevlerde çalışmaktadır.

Firma çalışanlarının firmadaki çalışma sürelerine ilişkin bulgular Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Çalışma Süresine İlişkin Bulgular

ÇALIŞMA SÜRESİ	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-5 yıl	36	31.3	31.3
6-15 yıl	64	55.7	87.0
16 yıl üzeri	15	13.0	100.0
Toplam	115	100.0	

Firma çalışanlarının 64'ü 6-15 yıl, 36'sı 0-5 yıl arası ve 15'i ise 16 yıl ve üzeri firmada görev yapmaktadır.

Firma çalışanlarının öğrenim durumuna ilişkin bulgular Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Öğrenim Durumuna İlişkin Bulgular

ÖĞRENİM DURUMU	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lise	1	.9	.9
Üniversite	90	78.3	79.1
Lisansüstü	24	20.9	100.0
Toplam	115	100.0	

Firma çalışanlarının 90'ı üniversite, 24'ü lisansüstü ve 1'i ise lise düzeyinde öğrenime sahiptir.

Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 8'de verilmiştir.

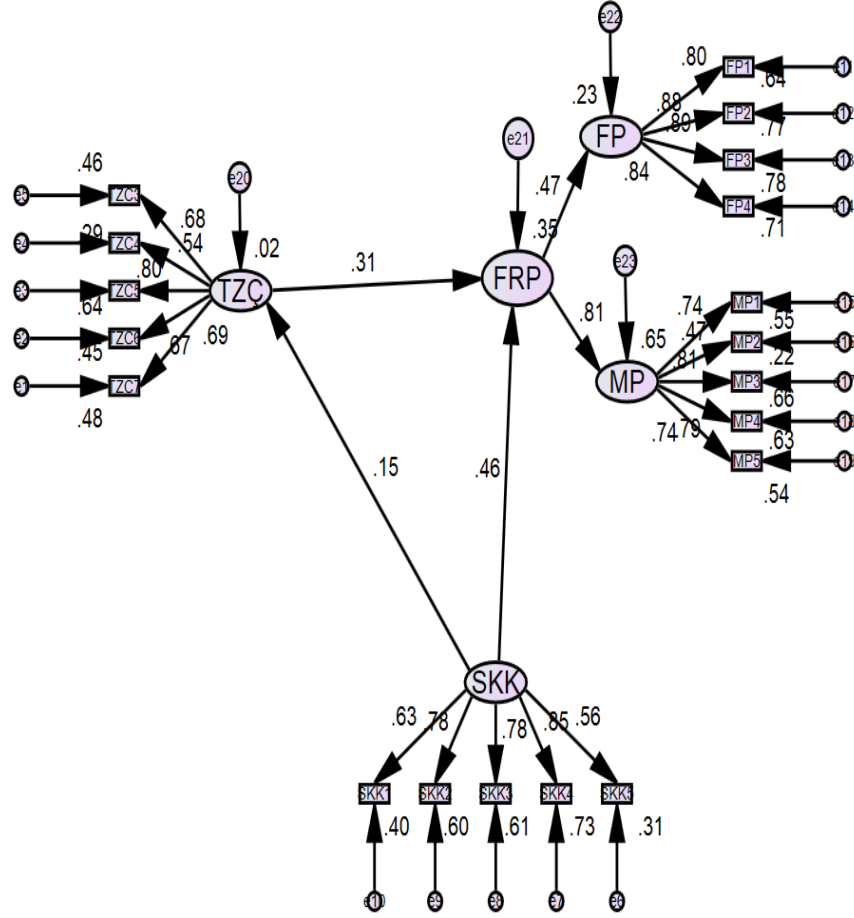
Tablo 8: Korelasyon Analizi

	Ort.	Std. Sapma	Firma Performansı	Tedarik Zinciri Çevikliği	Stratejik Kaynak Kullanımı
Firma Performansı	3.90	0.53	1		
Tedarik Zinciri Çevikliği	4.27	0.52	,199*	1	
Stratejik Kaynak Kullanımı	3.99	0.62	,408**	.172**	1

Korelasyon analizi neticesinde tedarik zinciri çevikliği ile firma performansı arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde aynı yönde düşük, stratejik kaynak kullanımı ile firma performansı ve tedarik zinciri çevikliği arasında ise 0,01 anlamlılık düzeyinde aynı yönde düşük ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında tespit edildiğinden verilerin normal dağılıma sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

3.6. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırma hipotezlerini analiz edebilmek için öncelikli olarak bir yapısal eşitlik modeli kurulup analiz edilmiştir. Model Şekil 2'de, yapısal model uyum iyiliği değerleri Tablo 9'da ve yapısal model regresyon ağırlıkları Tablo 10'da sunulmuştur.



Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 9: Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği Değerleri

	X ²	df	CMIN/df	CFI	GFI	TLI	RMSEA
Yapısal Eşitlik Modeli	219.815	137	1.604	0.929	0.855	0.911	0.073

Yapısal eşitlik modeli kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerini sağlamakta ve iyi uyum göstermektedir.

Tablo 10: Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Ağırlıkları

Test Edilen Yol		Tahmin	Std. Hata	Kritik Oran	P
Tedarik Zinciri Çevikliği	<---	0.145	0.124	1.248	0.012
Firma Performansı	<---	0.464	0.116	3.281	0.001
Firma Performansı	<---	0.305	0.105	2.228	0.026

Yapısal eşitlik modelinin analizi neticesinde stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliği ve firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği, tedarik zinciri çevikliğinin de firma performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgularına ulaşılmıştır. Analiz neticesinde H1, H2 ve H3 hipotezleri desteklenmiştir.

Tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolünü analiz edebilmek için Sobel testi yapılmıştır.

Üç ya da daha fazla değişkenin nedensel ardışıklığı söz konusu ise aracılık değişkeninden söz edilebilir. Bir değişken aşağıdaki şartları sağlıyorsa aracı değişken olarak ele alınır (Karagöz, 2016:953-954):

- Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkisi olmalıdır.
- Bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde etkisi olmalıdır.
- Aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkisi olmalıdır.
- Aracı değişken bağımsız değişkenle birlikte modele dahil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalırken, aracı değişkenin, bağımlı değişken üzerindeki etkisi anlamlı olmalıdır.
- Bağımsız değişken ile aracı değişken birlikte regresyon analizine dahil edildiğinde, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında anlamlı olmayan ilişki çıkarsa tam aracılık etkisi, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkide azalma meydana gelirse kısmi aracılık etkisi meydana gelir (Girbüz ve Şahin, 2016:287; Baron ve Kenny,1986).

Sobel Testi sonuçları Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11: Sobel Testi Sonuçları

Adımlar	B	Std. Hata	β	p
1.adım: Bağımsız: Stratejik Kaynak Kullanımı Bağımlı: Firma Performansı	0.424	0.118	0.494	0.000
2.Adım: Bağımsız: Stratejik Kaynak Kullanımı Bağımlı: Tedarik Zinciri Çevikliği	0.166	0.127	0.154	0.018
3. ve 4.Adım: Bağımsız1: Stratejik Kaynak Kullanımı Bağımsız 2: Tedarik Zinciri Çevikliği Bağımlı: Firma Performansı	0.387 0.323	0.115 0.113	0.480 0.445	0.000 0.004

Tablo 11’de B, standardize edilmemiş, β ise standardize edilmiş katsayı tahmin değerlerini göstermektedir. Sobel testi birinci aşamasında bağımsız değişken olan stratejik kaynak kullanımının firma performansını anlamlı olarak etkilediği, ikinci aşamasında bağımsız değişken olan stratejik kaynak kullanımının aracı değişkeni olan tedarik zinciri çevikliğini anlamlı olarak etkilediği bulgularına ulaşılmıştır. Bu aşamadan sonra stratejik kaynak kullanımı ve tedarik zinciri çevikliği değişkenleri bağımsız değişken olarak ve firma performansı da bağımlı değişken olarak analiz edilmiştir. Son aşamada da stratejik kaynak kullanımı ve tedarik zinciri çevikliği firma performansını anlamlı olarak etkilemiştir. Bu nedenle birinci aşama ve son aşamadaki stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde standardize edilmiş beta katsayı tahmin değerlerine bakılmıştır. Beta tahmin değerlerinde düşüş meydana geldiği görülmüştür (0,494’den 0,480’e). Bu bulgu tedarik zinciri çevikliğinin kısmi aracılık rolü olduğunu göstermektedir. Analiz neticesinde H4 hipotezi desteklenmiştir.

4. SONUÇ

Firmaların stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliğine ve firma performansına etkisi, tedarik zinciri çevikliğinin firma performansına etkisi ve stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolü bu çalışmanın konusu olmuştur.

Stratejik kaynak kullanımı, özellikle rekabetçi ortamlarda gerekli görülen ve firmalara rakiplerine karşı üstünlük elde etmelerini sağlayan bir stratejidir. Stratejik kaynak kullanımı, firmaların kaynaklarına proaktif olarak bakmasına, tedarikçilerini uzun vadeli planlarına dahil etmesine ve anahtar tedarikçilerle ilişkilerini geliştirmesine yardımcı olur. Birçok çalışma stratejik kaynak kullanımının firmaların finansal ve finansal olmayan farklı performans türlerine

pozitif yönde etki ettiğini göstermiştir (Carr ve Pearson, 1999; 2002; Carr ve Smeltzer, 1999; Chen vd. 2004; Jin ve Farr, 2010; Narasimhan ve Das, 1999a). Çalışmamızda ise bu konu stratejik kaynak kullanımının firma performansını pozitif yönde etkileyeceği doğrultuda bir hipotezle araştırılmış ve doğrulanmıştır. Bulgular stratejik kaynak kullanımı eğilimi gösteren firmaların performanslarını arttırdığını göstermektedir.

Araştırmada incelenen bir diğer konu ise stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri çevikliği üzerindeki etkisidir. Literatürde de birçok kez görüldüğü üzere stratejik kaynak kullanımı tedarik zinciri çevikliğini pozitif yönde etkilemektedir (Khan ve Pillania, 2008; Mason vd. 2002; Narasimhan ve Das, 1999a; Paulraj ve Chen, 2007b). Çalışmamız önceki çalışmaları desteklemiş ve benzer sonuçlar sunmuştur. Bu sonuçlar, stratejik kaynak kullanımının işletmelerin tedarik zinciri çevikliğini arttırdığını, bu şekilde değişikliklere karşı daha hızlı adapte olabildiğini ve cevap verebildiğini ifade etmektedir. Stratejik satın alma, olası uzun vadeli bir ortaklığın geliştirilmesi için bir grup stratejik tedarikçinin seçilmesine yardımcı olur. İç entegrasyon, satın almay, tasarım, Ar-Ge ve üretim fonksiyonlarının ihtiyaçlarını anlamasını sağlar. Stratejik kaynak kullanımının bu iki unsuru işletmenin iç fonksiyonları ile dış tedarikçileri arasında stratejik satın alma fonksiyonu ile koordinasyon sağlar. Bilgi paylaşımı ve tedarikçi geliştirme faaliyetleri, firma ile seçilmiş tedarikçiler arasındaki ilişkiyi geliştirir. Bu yakın ilişkiler ve stratejik satın alma, işletmelerin birlikte planlar yapmalarına, pazardaki talep değişimlerine hızlı cevap verebilmelerine ve müşterilerin özellikli ürün ihtiyaçlarını karşılayabilmelerine temel oluşturur. Böylelikle işletmeler stratejik kaynak kullanımı sayesinde tedarik zinciri çevikliğini artırarak daha yüksek performans sergileyebilirler.

Büyük firmaların ölçek ekonomileri sayesinde daha az birim maliyetlerle daha yüksek performans gösterdiği düşüncesi son zamanlarda kesinliğini kaybetmiştir. Meselenin büyüklükten ziyade çeviklik ilişkili olduğunu anlayan işletmeler tedarik zincirlerini daha çevik bir yapıda tasarlamaya önem vermeye başlamıştır. Birçok bilimsel çalışmaya da konu olan tedarik zinciri çevikliğinin firma performansına etkisi incelenmiş ve önemli etkiler bulunmuştur (Tallon ve Pinsonneault, 2011; Swafford vd. 2008; Yusuf ve Adeleye, 2002). Çalışmamızda da tedarik zinciri çevikliğinin firma performansına etkisi pozitif ve anlamlı olarak bulgulanmıştır. Daha öncede bahsedildiği gibi tedarik zinciri çevikliği, firmaların talep değişimlerini önceden algılama ve cevap verebilme hızı ile ilgilidir. Dolayısıyla pazarda oluşacak değişimlere daha hızlı cevap veren firmaların daha çok performans sergilediği ispatlanmıştır.

Son olarak çalışmada stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisinde tedarik zinciri çevikliğinin aracılık rolü incelenmiştir. Tedarik zinciri çevikliğinin

farklı değişkenlerle performans arasındaki ilişkide aracılık rolü birçok çalışmada bulgulanmıştır (Vickery vd. 2010; Swafford vd. 2008; Rexhausen 2013; Chan, Ngai ve Moon 2017). Ancak alışmamızda Chiang, Kocabasoglu-Hillmer ve Suresh (2012)'nin çalışmasındaki gibi kısmi aracılık görülmüştür. Farklı olan sadece Chiang, Kocabasoglu-Hillmer ve Suresh (2012)'nin stratejik kaynak kullanımının tedarik zinciri evikliği üzerindeki etkisinde stratejik esnekliğin aracılık rolünü araştırmış olmasıdır. Daha öncede bahsedildiği gibi esneklik ve çeviklik farklı kavramlardır. Ancak her ikisinde pazardaki değişimlere cevap verebilme ile ilgili olduğu için çalışmamızın sonuçlarının sözü geçen çalışmaya benzemesi olağan görülmüştür. Böylelikle stratejik kaynak kullanımının firma performansı üzerindeki etkisine tedarik zinciri evikliğinin kısmi olarak aracılık ettiği söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Baron R.M. ve Kenny D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182
- Belussia F., Sammarra A., Sedita S.R. (2010). Learning at the boundaries in an “Open Regional Innovation System”: A focus on firms’ innovation strategies in the Emilia Romagna life science industry. *Research Policy* 39 (2010) 710–721
- Bidhandi R.A. ve Changiz Valmohammadi C., (2017). Effects of supply chain agility on profitability, *Business Process Management Journal*, Vol. 23 Issue: 5, pp.1064-1082.
- Blome, C., Schoenherr, T. ve Rexhausen, D. (2013) Antecedents and enablers of supply chain agility and its effect on performance: a dynamic capabilities perspective, *International Journal of Production Research*, 51:4, 1295-1318,
- Carr, A. S. ve Pearson, J. N. (1999), “Strategically managed buyer–supplier relationships and performance outcomes”, *Journal of Operations Management*, Vol. 17, pp. 497-519.
- Carr, A. S. ve Pearson, J. N. (2002), “The impact of purchasing and supplier involvement on strategic purchasing and its impact on firm's performance”, *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 22, pp. 1032-1053.
- Carr, A.S. ve Smeltzer, L. (1999), “The relationship of strategic purchasing to supply chain management”, *European Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol. 5, pp. 43-51.
- Chan, A.T.L., Ngai, E.W.T. ve Moon, K.K.L. (2017). The effects of strategic and manufacturing flexibilities and supply chain agility on firm performance in the fashion industry. *European Journal of Operational Research* 259:486–499
- Chan T.C.T. ve Chin K.S., (2007) "Key success factors of strategic sourcing: An empirical study of the Hong Kong toy industry", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 107 Issue: 9, pp.1391-1416.
- Chen, I. J., Paulraj, A. ve Lado, A. A. (2004), “Strategic purchasing, supply management, and firm performance”, *Journal of Operations Management*, Vol. 22, pp. 505-523.
- Chiang, C.Y., Kocabasoglu-Hillmer, C. ve Suresh, N. (2012). An empirical investigation of the impact of strategic sourcing and flexibility on firm's supply chain agility. *International Journal of Operations and Production Management*, 32(1-2), pp. 49-78.
- Çalışkan, A., Karacasulu, M. T. ve Öztürkoğlu, Y. (2016). Hızlı Moda Markalarında Çevik ve Esnek Tedarik Zinciri Yönetimi. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14:4, S. 49-74
- DeGroot, S.E. ve Marx, T.G. (2013). The impact of IT on supply chain agility and firm performance: An empirical investigation. *International Journal of Information Management* 33 909– 916
- De Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., Dorion, E. C. H., Coallier, F. ve Olea, P. M. (2016). The use of organisational resources for product innovation and organisational performance: a survey of the Brazilian furniture industry. *International Journal of Production Economics*, 180, 135–147.
- Gligor, D. M., Esmark, C. L. ve Holcomb, M. C. (2015). Performance outcomes of supply chain agility: When should you be agile? *Journal of Operations Management* 33:34, S.71–82
- Gligor, D.M., ve Holcomb, M.C., (2012). Antecedents and Consequences of Supply Chain Agility: Establishing the Link to Firm Performance. *Journal of Business Logistics*, 33(4): 295–308
- Goldman, S.L., Nagel, R.N. and Preiss, K. (1994), *Agile Competitors and Virtual Organizations: Strategies for Enriching the Customer*, Van Nostrand Reinhold, New York, NY.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe, yöntem, analiz (3. bs.)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hawkins T.G., Nissen M.E., Rene G. Rendon R.G. (2014) "Leveraging strategic sourcing and knowledge management to improve the acquisition of knowledgebased services", *Journal of Public Procurement*, Vol. 14 Issue: 2, pp.215-251.
- Hwang, D., Yang, M. G. M. ve Hong, P. (2015). Mediating effect of IT-enabled capabilities on competitive performance outcomes: An empirical investigation of ERP implementation. *Journal of Engineering and Technology Management*, 36, 1–23.

- Inman, R.A., Sale, R.S., Green Jr., K.W. ve Whitten, D., 2011. Agile manufacturing: relation to JIT, operational performance and firm performance. *J. Oper. Manage.* 29(4), 343–355.
- Jennings, J., ve Houghton, L. (2002). *It's not the BIG that eat the SMALL... it's the FAST that eat the SLOW: How to Use Speed as a Competitive Tool in Business.* Harper Collins.
- Jin, B. ve Farr, C.A. (2010), "Supplier selection criteria and perceived benefits and challenges of global sourcing apparel firms in the United States", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 39 No. 1, pp. 31-44.
- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K. ve Psomas, E. (2013). Quality systems and competitive performance of food companies. *Benchmarking: An International Journal*, 20(4), 463–483.
- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K. ve Gkana, V. (2015). Relationship between quality management, innovation and competitiveness. Evidence from Greek companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(8), 1177–1200.
- Kang, M., Wu, X. ve Hong, P. (2009), "Strategic outsourcing practices of multi-national corporations (MNCs) in China", *Strategic Outsourcing: An International Journal*, Vol. 2 No. 3, pp. 240-56.
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler (1. bs.)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Khan, A.K. ve Pillania, R.K. (2008) "Strategic sourcing for supply chain agility and firms' performance: A study of Indian manufacturing sector", *Management Decision*, Vol. 46 Issue: 10, pp.1508-1530
- Kim, M., Suresh, N. ve Kocabasoglu-Hillmer, C. (2015). A contextual analysis of the impact of strategic sourcing and E-procurement on performance. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 30(1), pp. 1-18.
- Kim M. ve Chai S. (2017). The impact of supplier innovativeness, information sharing and strategic sourcing on improving supply chain agility: Global supply chain perspective. *International Journal of Production Economics* 187 (2017) 42–52.
- Landale K.A.F., Apte A., Rendon R.G., Salmerón J. (2018) "Using analytics to inform category management and strategic sourcing", *Journal of Defense Analytics and Logistics*, <https://doi.org/10.1108/JDAL-06-2017-0010>.
- Liu H., Weiling Ke W., Wei K.K., Hua Z. (2013). The impact of IT capabilities on firm performance: The mediating roles of absorptive capacity and supply chain agility. *Decision Support Systems* 54 (2013) 1452–1462.
- Mason, S. J., M. H. Cole, B. T. Ulrey ve L. Yan (2002), "Improving electronics manufacturing supply chain agility through outsourcing", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol.32 No.7, pp.610 - 620.
- Narasimhan, R. ve Das, A. (1999a). An Empirical Investigation of the Contribution of Strategic Sourcing to Manufacturing Flexibilities and Performance. *Decision Sciences* Volume 30 Number 3
- Narasimhan, R. ve Das, A. (1999b), "Manufacturing agility and supply chain management practices", *Production & Inventory Management Journal*, Vol.40 No.1, pp.7 - 10.
- Nayyar, P.R. ve Bantel, K.A. (1994), "Competitive agility: a source of competitive advantage based on speed and variety", *Advances in Strategic Management*, Vol. 10 No. 1, pp. 193-222.
- Paulraj, A. ve Chen, I.J. (2007a), "Environmental uncertainty and strategic supply management: a resource dependence perspective and performance implications", *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 43 No. 3, pp. 29-42.
- Paulraj, A. ve Chen, I.J. (2007), "Strategic buyer-supplier relationships, information technology and external logistics integration", *Journal of Supply Chain Management*, Vol.43 No.2, pp.2 - 14.
- Sanchez A.M. ve Leo F.L., (2018) "Supply chain agility: a mediator for absorptive capacity", *Baltic Journal of Management*, Vol. 13 Issue: 2, pp.264-278.
- Sinha, P., Akoorie, M.E.M., Ding, Q. ve Wu, Q. (2011), "What motivates manufacturing SMEs to outsource offshore in China?: comparing the perspectives of SME manufacturers and their suppliers", *Strategic Outsourcing: An International Journal*, Vol. 4 No. 1, pp. 67-88.
- Su, J. ve Gargeya, V.B. (2012). Strategic sourcing, sourcing capability and firm performance in the U.S. textile and apparel industry. *Strategic Outsourcing: An International Journal*, 5(2): 145-165.
- Su J., (2013) "Strategic sourcing in the textile and apparel industry", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 113 Issue: 1, pp.23-38.
- Swafford, P. M., Ghosh, S., ve Murthy, N. (2008). Achieving supply chain agility through IT integration and flexibility.

International Journal of Production Economics, 116, 288–297.

- Swafford P.M., Ghosh S., Murthy N. (2006). The antecedents of supply chain agility of a firm: Scale development and model testing. *Journal of Operations Management* 24 (2006) 170–188.
- Tallon, P. P. ve Pinsonneault, A. (2011). Competing perspectives on the link between strategic information technology alignment and organizational agility: insights from a mediation model. *MIS Quarterly*, 35(2), ss.463-486.
- Tan, K.C., Lyman, S.B. ve Wisner, J.D. (2002), “Supply chain management: a strategic perspective”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22 No. 6, pp. 614-31.
- Teece, D.J., Pisano, G. ve Shuen, A. (1997), “Dynamic capabilities and strategic management” *Strategic Management Journal*, Vol. 18 No. 7, pp. 509-33.
- Um J. (2017). Improving supply chain flexibility and agility through variety management", *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 28 Issue: 2, pp.464-487.
- Vazquez-Bustelo, D., Avella, L. ve Fernandez, E., 2007. Agility drivers, enablers and outcomes: empirical test of an integrated agile manufacturing model. *Int. J. Oper. Prod. Manage.* 27 (12), 1303–1332.
- Vickery, S.K., Droge, C., Setia, P. ve Sambamurthy, V. (2010). Supply chain information technologies and organisational initiatives: complementary versus independent effects on agility and firm performance. *International Journal of Production Research*, 48 (23), 7025–7042.
- Yang, J. (2014). Supply chain agility: Securing performance for Chinese manufacturers. *Int. J. Production Economics* 150:104–113
- Yusuf, Y., ve Adeleye, E. (2002). A comparative study of lean and agile manufacturing with a related survey of current practices in the UK. *International Journal of Production Research*, 40(17), 4545–4562.

Citation: Eşiyok Y. & Eren Ö. (2018), Personel Seçim Probleminin Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Çözülmesi: Medya Sektöründe Bir Uygulama (2018), 6(4): 898-919 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.271>

PERSONEL SEÇİM PROBLEMİNİN GRİ İLİŞKİSEL ANALİZ YÖNTEMİ İLE ÇÖZÜLMESİ: MEDYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Yusuf EŞİYOK¹

Özge EREN²

Received Date (Başvuru Tarihi): 15/07/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 21/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Çalışmada personel seçim sürecinde çok kriterli karar verme teknikleri kullanılarak işe en uygun adayın veya adayların seçilebileceği bir modelin önerilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle, medya sektöründe yer alan bir medya grubunda çalışacak haber editörünün hangi kriterlere göre işe alınacağı, bahsi geçen medya grubunda çalışmakta olan uzmanların ve yöneticilerin görüşleri alınarak saptanmıştır. Çalışma, ileri dönem medya sektörüne örnek teşkil etmesi amacıyla bir medya işletmesinde bulunan aday özgeçmiş havuzundan ve mülakat raporlarından yararlanılarak kurgulanmıştır. 15 aday gri ilişkisel analiz (GİA) yöntemiyle değerlendirilerek aralarından en uygun olan kişi/kişiler belirtilmiştir. Gri ilişkisel analiz yönteminin personel seçiminde karar vericiye referans kriteri oluşturma imkânı vermesi hem işveren hem de adaylar açısından sürecin daha az maliyetle yürütülmesine katkıda bulunmaktadır. Çünkü personel seçim süreci sonunda en iyi adaydan ziyade ilgili pozisyona en uygun adayın seçilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Gri ilişkisel analiz yöntemi alternatiflerin sıralanmasında ve en uygun alternatifin seçiminde karar vericilere yardımcı olmak adına kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Personel Seçimi, GİA

JEL Kodu: M51, C44

SOLUTION OF PERSONNEL SELECTION PROBLEM VIA GRAY RELATIONAL ANALYSIS METHOD: AN APPLICATION IN MEDIA SECTOR

ABSTRACT

In this study, the aim is to propose a model by which the most suitable candidate or candidates can be selected by employing multi-criteria decision making techniques in the personnel selection process. Firstly, the criteria by which a news editor would be recruited in a media group that is active in the media production business were determined by asking the opinions of the experts and managers currently working in the aforementioned media group. In order to set an example for the future media industry, the study was structured by utilizing the pool of curriculum vitae and interview evaluation reports in a media establishment. 15 candidates were evaluated by the gray relational analysis method (GRA) and the most suitable one/ones among them was/were selected. The fact that gray relational analysis method allows the decision maker to create reference criteria in the personnel selection process contributes to the less costly execution of the process both for the employee and for the candidates. This is because it will be a more proper approach to select the most appropriate candidate for the position rather than the most qualified at the end of the personnel selection process. Gray relational analysis method can be employed to assist the decision makers in ranking alternatives and selecting the most appropriate candidate.

Keywords: Personnel Selection, GRA

JEL Codes: M51, C44

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, yusufesiyok@icloud.com

²Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, ozgeeren@aydin.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-3828-9327>

<https://orcid.org/0000-0002-3850-818X>

1. GİRİŞ

Mevcut rekabet ortamında sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için işletme çalışanlarının beceri, yetenek ve bilgilerinden olabildiğince yüksek düzeyde faydalanılması gerekmektedir. Bu da çalışanların işe dönük güdülerinin sağlanması ve randımanlarının artırılması ile olanaklı olacaktır. İşletmeler insan kaynakları uygulamaları ile misyon ve vizyonlarını gerçekleştirmede daha etkili olacaklardır. Bu sebeplerle günümüz iş dünyasında insan kaynakları gitgide önem kazanmaktadır.

Çevresel koşulların hızlı ve küresel boyutta değişmesi geleneksel personel yönetimi uygulamalarını yetersiz kılmaktadır. Bu nedenle işletmeler insan kaynakları uygulamalarında stratejik perspektife sahip olmak durumundadır.

İnsanın önemi yönetim biliminin başlangıcından bu yana vurgulanmıştır ve anlaşılmıştır. Ancak günümüzde işgörenlerin işletme için taşıdığı önem fark edilmeye başlanmıştır. Bu anlamda organizasyon için doğru işgörenlerin seçimi, üzerinde durulması gereken bir insan kaynakları yönetimi fonksiyonudur. Çünkü personel seçim kararının doğru verilmesi, organizasyonun amaçlarına yönelik faaliyetlerinin yapılması, sürdürülebilmesi ve diğer kaynakların etkin kullanılabilmesi açısından oldukça önemlidir (Erenel, 2012: 14). Doğru işgörenlerin işletmeye kazandırılmasında yapılan iş, işe en uygun işgörenin seçimidir. İşe alım, işletmenin diğer fonksiyonları gibi girdilerin çıktılara çevrilmesinde katkıda bulunur. İşe alım süreci bir iş tanımının yapılması için gereken bilgilerin toplanmasıyla başlamaktadır, yapılan iş tanımına göre başvuruda bulunan adaylar içinden yapılan seçime göre bir sonuç üretilmektedir (Luecke, 2009:3). Personel seçim süreci birçok işletme için bazı belirlenmiş aşamalardan oluşmaktadır. İşletme büyüklüğü, iş gerekleri ve önemi, ihtiyaç duyulan personel sayısı vb. personel seçim sürecini etkileyen faktörlerdendir (James, 2008:14). Seçim sürecinin önemli bir karar verme problemi olduğu söylenebilir. Karar verme ise mevcut alternatifler arasından en uygunun belirlenmesine dair bir seçim sürecidir. İş dünyasında işgören alternatiflerinin git gide fazlalaşması, seçim kararını etkileyen kriterlerin sayısının artması personel seçim sürecini karmaşıktırmaktadır (Vatansever ve Uluköy, 2013). Seçim işlemi sonucunda alınacak kararın hem personeli hem de işletmeyi etkileyeceğini söylemek mümkündür. Personel seçimi, işe alınması düşünülen çalışan ya da çalışanların örgüte faydasının olacağı tahmin edilmesi de denilebilir.

Eğitim, tecrübe, beceri, çeşitli kişilik özellikleri ve yeteneklerinin adayların seçim sürecinde dikkate alınması gereken özelliklerinden bazıları ve incelenmesi gerekliliği olduğu

söylenbilir. Üzerinde durulan değerlendirme ölçütleri kapsamında, başvuruda bulunan adaylar içinden işin istenilen niteliklerine göre en uygun olan personelin belirlenmesi gereklidir (Adıgüzel, 2009).

Her seçim probleminde olduğu gibi, personel seçimi problemi de bir tür karar verme problemidir. Fakat kişisel yargıları ve sübjektifliği içeren karar problemleri, çözüm doğruluğunun sağlanması ve sınanması konusunda ciddi riskler taşımaktadır. Bu da karar vericileri problem çözme aşamasında sistematik çözümlere yönlendirmektedir (Koyuncu ve Özcan, 2014: 196). Personel seçim sürecinin bu sebeple sistematik, düşük maliyet, yüksek hız, etkin, objektif ve doğru olarak yapılması gerekmektedir. Seçim sürecinin karar verme süreci olduğu görülmektedir.

Çok kriterli karar verme teknikleri birden çok disiplinin bir araya gelip, karar vericiye karar verme problemini birden fazla boyutta değerlendirme imkânı tanıyan ve karar alma fırsatı veren yöntemlerdir (Yıldırım, Önder ve Turan, 2015:15). Başka bir söylemle çok kriterli karar verme teknikleri alternatifler üzerinde etkili olan birden fazla kriterin birlikte değerlendirilmesiyle olası çözüm serileri içerisinde en iyi alternatiflerin seçilebildiği bir yöntem olarak tanımlanabilir.

Bu anlamda çalışmanın amacı çok kriterli karar verme tekniklerinden gri ilişkisel analiz yönteminin işe alım kararında hem işveren hem de işgören adayı açısından sürecin düşük maliyetle ve objektif olarak yürütülmesine olanak tanıdığını ortaya koymaktır. Gri İlişkisel Analiz basitliği ve kolay hesaplanma yöntemi ile özellikle işe alım kararı vermek için kullanılan en iyi yöntemlerden biridir (Wei, 2011:672). Özellikle İnsan Kaynakları sürecinde kullanılmasının önerilmesinin en önemli nedeni veri seti içindeki en iyi alternatifin değil belirli koşullar altından oluşturulan referans serisine en benzer alternatifi bulmaktır. Bu açıdan düşünüldüğünde işe alımda bizler için en iyi aday sistem içerisindeki en mükemmel aday değil, bizim kriterlerimize göre oluşturulan referans serisine en uygun aday olacaktır.

Çalışmada giriş bölümünün ardından ikinci bölümde literatür taraması yapılarak araştırma modeli anlatılmıştır. Üçüncü bölümünde gri ilişkisel analiz hakkında bilgiler verilmiştir.

Dördüncü bölümünde araştırmaya konu olan medya grubunun haber editörü alımında aktif rol oynayan yöneticilerine ve haber editörlerine danışılarak işe alım kriterleri oluşturulmuş gri ilişkisel analiz yöntemi uygulanarak haber editörü adayları arasından en ideal

alternatif/alternatifler sunulmuştur. Son bölümde sonuç ve önerilere yer verilerek araştırma sonlandırılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde personel seçimi için yapılan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örucü (2002) tarafından uygulanan ki-kare testi ile kurum yöneticilerinin seçimde kullandıkları temel ölçütler arasında güçlü bir ilişki olduğu yaklaşımını savunmuştur. Personel seçiminde Ofluoğlu vd. (2006) çok ölçütlü karar verme tekniklerini ele almış ve etkileşimli beklenti düzeyi yaklaşımını geliştirmişlerdir. Dağdeviren (2007) ise personel seçim problemi için Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP) ile çözüm sunmuş ve önerilen modelde karar verme sürecindeki ölçütler bulanık sayılar kullanılarak karşılaştırmıştır.

Dağdeviren (2008) imalat sistemlerinde personel seçim sürecini destekleyen hibrid bir model tanımlamıştır. Model tanımlanırken hem ANP hem de TOPSIS yöntemleri kullanılmıştır. ANP metodu, kriterlerin bağımlılık ağırlıklarını elde etmede, TOPSIS ise adayların sıralanması için kullanılmıştır. Uzman ekip üyeleri ile her aday her kriterle göre geliştirmiştir. Değerlendirmede ölçütler fayda kriterleri olarak saptanmıştır.

Önerilen modelin işletmelere özgü olduğu belirtilmiş ve herhangi bir işletmede küçük değişikliklerle, basit yazılımlar kullanılarak uygulanabileceğine değinilmiştir. Çalışmada uygulanacak olan GİA metodu performans ölçümü, personel seçimi, tedarikçi seçimi gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Özdemir ve Deste (2009) tarafından gri ilişkisel analiz metodu otomotiv sektöründe tedarikçi seçmek için uygulanmıştır.

Aksakal ve Dağdeviren (2010) Analitik Ağ Süreci (AAS) ve DEMATEL teknikleriyle seçim problemine bütünlük bir yaklaşım sunmuşlardır. Peker ve Birdoğan (2011) tarafından yapılan çalışmada gri ilişkisel analiz metodu Türk sigorta sektörünün performansını ölçmek için kullanılmıştır. Çakmak, Metin ve Yıldırım (2012) tarafından gri ilişkisel analiz ve uyumluluk analizi şirketin karşılaştığı üretim hatalarında kullanılmıştır.

Köse vd. (2013) tarafından eğitim hizmetleri sağlayan bir kurumda GİA ve Gri Analitik Ağ Süreci (GANP) bütünlük uygulanmış, personel seçim problemlerinin GİA yöntemi ile başarılı sonuç verdiği vurgu yapılmıştır. Çok kriterli karar verme tekniklerinden bulanık VIKOR yöntemi Yıldız ve Deveci (2013) bir teknoloji firmasının personel seçim sürecinde kullanılmıştır. Sing ve Malik (2014) personel seçim sürecinde çok kriterli karar verme tekniklerinin oynadığı role ilişkin çalışma yapmıştır.

İbicioğlu ve Ünal (2014) tarafından yapılan çalışmada insan kaynakları yöneticisi pozisyonunda analitik hiyerarşi prosesi (AHP) karar verme aracı olarak kullanılmış ve bu pozisyonda karar verme modeli geliştirilmiştir. AHP ile oluşturulan model sayesinde insan kaynakları (İK) yöneticisinin seçimine etki eden yalnızca nicel değil nitel özelliklerin de dikkate alınmasını olanaklı hale getirilmiştir. Önerilen modelde, objektifliği sağlamak adına seçim sürecine dahil edilen tüm adayların aynı sürece tabi tutulduğu, nicel ve nitel kriterlerin aynı hiyerarşi çerçevesinde ele alındığı, tüm adayların aynı kriterlerle değerlendirildiği, tutarlı kriter ağırlıklarına göre adayların puanlandığı, yapılandırılmış mülakat süreci uygulandığı ve karar vericilerin görüşlerinin modele dahil edildiği söylenebilir.

Safari vd. (2014) işletmelerdeki mevcut personelin farklı birimlerde görevlendirme ihtiyacını karşılamak için çözüm sunmuşlardır. TOPSIS ve Macar Algoritması yaklaşımına dayanan bütünleşik bir uygulama yapılmıştır. Veriler (NGT) ve karar verme sürecine dahil edilen birim yöneticilerinden elde edilmiştir.

Sunulan çözümde birim yöneticileri adayların değerlendirilmesinde aktif rol oynamış, veri TOPSIS ile analiz edilmiş ve personel ve eşleşen birimi arasında etkili bir uyum oluşturularak çözüm önerilmiştir.

Eroğlu, Yıldırım ve Özdemir (2014) tarafından kıdemli olma / önemli olma / tercih edilme ilişkisine dayanan bir sıralama yöntemi olan ORESTE, Muhasebe ve Pazarlama departmanları için personel seçiminde adayların sıralanmasında çözüm olarak önerilmiştir. Doğan ve Önder (2014) bilişim sektöründe mağazada çalışacak satış temsilcilerinin işe alım sürecinde önce AHP ile kriterler belirlenmiş daha sonra adayların sıralanmasında TOPSIS yöntemi kullanılmıştır.

Tepe ve Görener (2014) iletişim sektöründe bulunan bir işletmede ara kademe yönetici personel seçimi için AHP ile seçim sürecinde kullanılacak ölçüt ağırlıkları hesaplanmış, MOORA yöntemi ile de adaylar değerlendirilmiştir.

Şimşek, Catır ve Ömürbek (2014) Fethiye ilinde faaliyet gösteren bir otel işletmesinin personel seçim sürecinde Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci kullanılmış ve deneyim sahibi olmakla beraber otel işletmelerinde çalışacak bilgi donanımına sahip olmanın işe alımda en çok dikkat edilen kriterler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özbek (2015) tarafından yapılan çalışmada Kırıkkale Üniversitesi Kırıkkale MYO'da müdür pozisyonunda görev alacak en uygun yöneticinin belirlenmesinde AHS ve MOORA temelli bir yaklaşım geliştirilmiş, modelin ölçütleri literatür taraması ve MYO'da çalışan

akademisyenlerin katılımlarıyla oluşturulmuş, çalışmada bahsi geçen ölçütlerden olan sosyal ilişkiler ölçütünün en önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Mavi yaka personel seçim probleminin çözümünde Eren ve Bedir (2015) kişisel nitelikler, kişilerarası yetenekler, iş için gerekli nitelikler, deneyim ve test sonucu kriterleri kullanarak çok kriterli karar verme teknikleriyle çözüm yapmış, çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP uygulayarak kriterleri ağırlıklandırmış ve PROMETHEE yöntemiyle de alternatifleri sıralamışlardır. Yıldız ve Aksoy (2015) otomotiv yan sanayisinde faaliyet gösteren birden fazla pozisyona personel almayı planlayan bir işletmede Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Expert Choice programı kullanılarak personel seçimi için uygulanmış AHP'nin bu süreçte kullanılabileceği belirtilmiştir.

Fatih ve Günay (2015) İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda alım satımı yapılan turizm firmalarının finansal performanslarını değerlendirmek için GİA kullanılmıştır.

Personel seçiminde Bulanık TOPSIS yönteminin kullanıldığı Değermenci ve Ayvaz (2016) çalışmada katılım bankacılığı sektöründe faaliyet gösteren bir kuruluşun uzman yardımcısı pozisyonu için 5 aday arasından en uygun aday seçilmiştir. Akar ve Çakır (2016) lojistik işletmesi için personel seçiminde adayın sahip olması beklenen ölçütlerin Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi (BAHP) kullanılarak önem dereceleri hesaplanmış ardından MOORA yöntemi ile de adaylar arasında sıralama yapılarak en uygun aday önerilmiştir. Meydan, Yıldırım ve Senger (2016) Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren gıda işletmelerinin finansal performansları gri ilişkisel analiz ile değerlendirilmiş ve karar verici konumundaki yatırımcılara alternatif yöntem önerilmiştir. Özder, Bedir ve Eren (2016) akademik personel seçiminde Türkiye örneği ile çok kriterli karar verme tekniklerinden ANP ve PROMETHEE kullanılmıştır.

Sarar, Uğur ve Akbıyıklı (2017) tarafından yapılan çalışmada Düzce ilinde faaliyet gösteren bir Prekast Beton fabrikasında uluslararası ihaleleri takip edecek ve şirketi temsil edecek bir iş geliştirme uzmanı seçmek üzere GİA yöntemi kullanılmıştır. Önder ve Güdük (2017) AHP tekniği kullanılarak sağlık hizmetleri veri giriş personeli için işe alım kararında belirleyici kriterler oluşturulmuştur. Kenger (2017) gri ilişkisel analiz metodu Hatay ilinde bulunan bir bankaya alınacak en uygun adayın belirlenmesi için kullanılmıştır.

Arabalar için elektrik aksamı üreten bir fabrikanın personel seçim sürecinde Ulutaş, Özkan ve Tağraf (2018) Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHS) ve Bulanık Gri İlişkisel Analiz (BGİA) yöntemleri birlikte kullanılmış, bu iki yöntemin personel seçim probleminin

çözülmesinde daha önce birlikte kullanılmadığı belirtilmiş ve bu çalışmada kullanılarak katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Akça vd. (2018) Kırıkkale’de bir kamu hastanesinde finans yöneticisi pozisyonu için Analitik Ağ Süreci (AAS) kullanılarak pozisyona aday kişiler arasından seçim yapılmış, mali hizmetler başkanının en güçlü aday olduğu ve döner sermaye saymanının onun ardından bir diğer güçlü aday olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. YÖNTEM

3.1. GİA (Gri İlişkisel Analiz)

Gri Sistem Teorisi (GST) bilim dünyasına 1980’lerde girdi. 1982’de Çinli Profesör Deng Ju Long Gri sistemlerin kontrol problemi meselesi hakkındaki makaleye dikkat çekmiştir.

Bilim dünyasında ilgi toplayan GST pek çok araştırmacının çalışmasında yer almış ve bu araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. GST belirsiz durumları sayısallaştırmayı amaçlayan bir tekniktir. Temel yaklaşım, bulanık tekniklerle başarılabilen kararsız sistemlerin yanıtlarını ölçüm ve analizlerini yapmaktır. GST’nin bulanık mantıktan daha kolay ve açık adımları vardır. GST verinin sınırlı olduğu durumlarda avantaj sağlayabilir. (Aydemir ve diğerleri 2013:188).

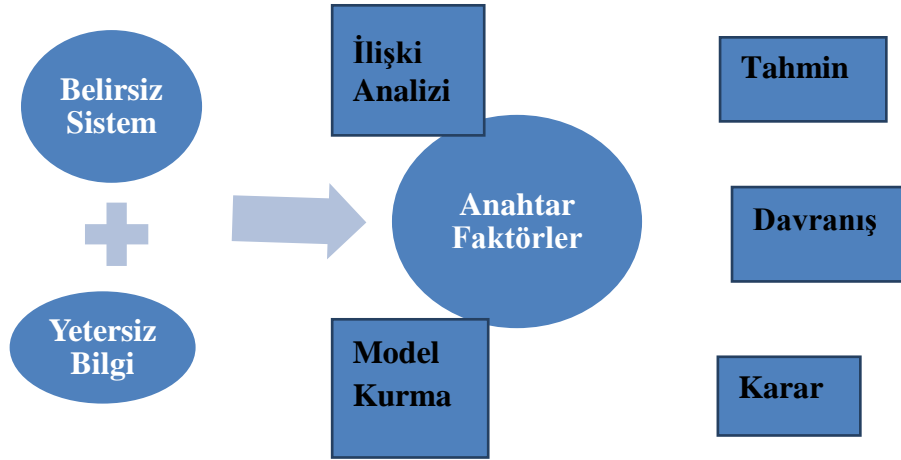
GST’si mevcut, sayılabilir, uzatılabilir, bağımsız, çizgili numaralar ve nitelikli seriler arasındaki ilişkinin analizini sağlar (Sofyalıoğlu, 2011:159). GST’nin Gri İlişkisel Analiz, Gri Modelleme, Gri Tahmin ve Gri Karar Verme gibi alt bölümleri vardır (Büyükgebiz, 2013:18).

GST’nin alt bölümlerinden biri olan Gri İlişkisel Analiz (GİA) pek çok farklı alanda uygulanabilir. Gri ilişkisel analiz (GİA) bir değerlendirme, sınıflandırma ve karar verme metodudur. Çizgili veri setleri arasındaki ilişkiyi analiz etmede ve eksik bilgi ışığında problem çözmede kullanılan bir metottur (Sofyalıoğlu, 2011:159).

GİA’in karmaşık ve uzun süreli hesaplamalara ihtiyacı yoktur, yalnızca açık sonuçlara götürdüğü ve uygulaması kolay olduğu için tercih edilen bir araştırma metodudur (Büyükgebiz, 2013:19).

GİA’de değer ve her bir kriter arasındaki ilişki incelenebilir ve kriterler arası değerlendirme yapılabilir (Tayyar ve diğerleri 2014:29).

Yuan (2007) tarafından tasarlanan Gri İlişkisel Analiz Süreci Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Gri İlişkisel Analiz Süreci

Kaynak: (Yuan, 2007:42)

GİA metodu 6 adımdan oluşur. Bu adımlar (Çakır, 2017);

Birinci adımda; başlangıç karar matrisi oluşturulur. Karar matrisinde ‘m’ alternatiflerin sayısı, ‘n’ de varsayılması gereken kriterlerin sayısıdır. Çok kriterli karar verme probleminde alternatifler x_i^* ’ler ile alternatiflerin her bir kriter için aldığı değerler ise $x_i(j)$ ile gösterilmektedir.

İkinci adımda; referans serileri ve karşılaştırma matrisi oluşturulur. Referans serileri ideal bir alternatif olacak değerleri vererek oluşturulabilir veya diğer mevcut alternatifler arasından her bir kriter için en iyi skoru kullanarak belirlenebilir. Karşılaştırma matrisine bir önceki adımda oluşturulan karar matrisindeki referans serilerinin ilk satırı eklenerek ulaşılır.

Üçüncü adımda; Verinin standartlaştırılması için normalizasyon gereklidir. Normalizasyon süreci kriterlerin karakteristiğine göre üç farklı formda yapılır.

Normalizasyon sürecinde en büyük değerın daha iyi katkısı olması için aşağıdaki denklem kullanılır.

$$x_i^*(j) = \frac{x_i(j) - \min_j[x_i(j)]}{\max_j[x_i(j)] - \min_j[x_i(j)]} \quad (1)$$

$x_i^*(j)$, i serisi j . sıradaki orijinal değer, $x_i(j)$ normalizasyon sonrası i . seri j . sıradaki değer, $\min_j[x_i(j)]$ i serisindeki minimum değer, $\max_j[x_i(j)]$ i serisindeki maksimum değerdir.

Normalizasyon sürecinde en küçük değerın katkısı olması için aşağıdaki denklem kullanılır.

$$x_i^*(j) = \frac{\max_{i=1}^n[x_i(j)] - x_i(j)}{\max_{i=1}^n[x_i(j)] - \min_{i=1}^n[x_i(j)]} \quad (2)$$

İdeal değerın katkısının en uygun düzeyde olması için, normalizasyon sürecindeki $\min_{i=1}^n[x_i(j)] \leq x_{idl}(j) \leq \max_{i=1}^n[x_i(j)]$ şartı, şartlı normalizasyon sürecinde şartı sağlamak için aşağıdaki denklem kullanılır. $x_{idl}(j)$, ideal (hedef) değerdir.

$$x_i^*(j) = 1 - \frac{[x_i(j) - x_{idl}(j)]}{\max\{\max_{i=1}^n[x_i(j)] - x_{idl}(j); x_{idl}(j) - \min_{i=1}^n[x_i(j)]\}} \quad (3)$$

Dördüncü adımda; x_0^* ve x_1^* arasında mutlak farkın değeri $\Delta_{0i}(j)$ aşağıdaki denklem yardımı ile hesaplanır.

$$\Delta_{0i} = |x_0^*(j) - x_1^*(j)| \quad j = 1,2,3, \dots, n, i = 1,2,3, \dots, m \quad (4)$$

Δ_{0i} ifadesi normalize edilmiş değerler için referans seri ile karşılaştırılan seri arasındaki farkı ifade etmektedir.

Beşinci adımda; gri ilişkiel katsayı matrisi oluşturulur. Bunun için, matristeki her bir unsur aşağıdaki eşitlikleri kullanarak hesaplanır.

$$\gamma_{0i}(j) = \frac{\Delta_{min} + \delta\Delta_{maks}}{\Delta_{0i}(j) + \delta\Delta_{maks}} \quad (5)$$

$\gamma_{0i}(j)$ gri ilişkiel katsayı matrisi elemanları, $\Delta_{0i}(j)$ mutlak değer sonucu matris elemanları, Δ_{maks} dizi içerisindeki en büyük değişim değeri, Δ_{min} dizi içerisindeki en küçük değişim değeridir.

$$\Delta_{maks} = \max_{i,j} \Delta_{0i}(j) \quad (6)$$

$$\Delta_{min} = \min_{i,j} \Delta_{0i}(j) \quad (7)$$

Altıncı adımda; gri ilişkisel dereceler hesaplanır. x_0^* Serisinin hesaplanan gri ilişkisel derecesine kıyasla nasıl x_1^* referans serisine benzer olduğu görülebilir.

$$\Gamma_{0i} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \gamma_{0i}(j) \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \quad (8)$$

Kriterlerin farklı ağırlıkları varsa, serinin gri ilişkisel seviyesi aşağıdaki formül kullanarak hesaplanır.

$$\Gamma_{0i} = \sum_{j=1}^n [w_j(j) \cdot \gamma_{0i}(j)] \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \quad (9)$$

4. UYGULAMA

Çalışma, medya sektöründe 2003 yılından bu yana faaliyet gösteren İstanbul merkezli bir medya grubunda gerçekleştirilmiştir. Haber editörü pozisyonu için özgeçmiş havuzunda haber editörü pozisyonu için başvurusu alınan 50 kişiden basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 15 kişi seçilmiştir. Örnek teşkil etmesi ve anlaşılabilir olması için sayı az tutulmuştur. İşletmede bulunan aday özgeçmiş havuzundan ve mülakat değerlendirme raporlarından yararlanılmıştır. Haber editörü pozisyonu örnek olarak gösterilmiş olup GİA ile anlamlı bir sonuca ulaşılabileceği vurgulanmıştır.

Kriterler belirlenirken halen işletmede çalışan haber editörlerinin, yayın yöneticilerinin ve insan kaynakları müdürünün görüşüne başvurulmuştur. Belirlenen kriterler eşit öneme sahip değildir.

Bu yüzden kriterlere atanan ağırlıklar sırasıyla; %48, %22, %15, %8, %4 ve %3 olarak belirlenmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında ilk olarak GİA yöntemi uygulanacak adayları değerlendirme kriterleri uzman görüşleri alınarak belirlenmiştir. Çalışmada dikkate alınan kriterler aşağıdaki gibidir;

- Alan içi tecrübe
- Uygulama sınavı
- Alan dışı tecrübe
- Referans
- Eğitim
- Yabancı dil bilgisi

Medya grubunda haber editörü pozisyonunda istihdam edilmek üzere daha önce 15 aday ile mülakat yapılmış ve değerlendirme raporlarına göre mülakatı yapan uzmandan Tablo 1’de yer alan ölçüleri dikkate alarak her bir adayı değerlendirmesi istenmiştir. Değerlendirme sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Adayların Değerlendirme Karşılığı

KRİTERLER	1	2	3	4	5
Alan içi tecrübe	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Çok olumlu
Uygulama sınavı	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Çok olumlu
Alan dışı tecrübe	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Çok olumlu
Referans	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Çok olumlu
Eğitim	Lise	Lisans	Yüksek lisans	Doktora	
Yabancı dil bilgisi	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Çok olumlu

Tablo 2: Adayların Kriterler Açısından Değerlendirilmesi

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
X ₁	Olumlu	Olumlu	Kararsız	Olumlu	Lise	Kararsız
X ₂	Kararsız	Olumsuz	Olumlu	Olumlu	Lise	Olumsuz
X ₃	Çok olumsuz	Olumsuz	Kararsız	Olumsuz	Lisans	Olumsuz
X ₄	Çok olumlu	Olumlu	Olumsuz	Çok olumlu	Lise	Kararsız
X ₅	Olumsuz	Kararsız	Olumlu	Kararsız	Lisans	Olumlu
X ₆	Kararsız	Kararsız	Olumlu	Olumlu	Yüksek lisans	Olumlu
X ₇	Olumlu	Çok olumlu	Kararsız	Kararsız	Doktora	Çok olumlu
X ₈	Çok olumsuz	Kararsız	Olumlu	Olumlu	Lise	Çok olumsuz
X ₉	Kararsız	Olumlu	Olumsuz	Kararsız	Lisans	Olumsuz
X ₁₀	Çok olumlu	Çok olumlu	Olumlu	Çok olumlu	Lisans	Olumlu
X ₁₁	Olumsuz	Kararsız	Kararsız	Çok olumsuz	Lise	Kararsız
X ₁₂	Çok olumsuz	Olumsuz	Olumsuz	Olumsuz	Lisans	Olumsuz
X ₁₃	Kararsız	Kararsız	Olumsuz	Kararsız	Lisans	Olumsuz
X ₁₄	Olumlu	Kararsız	Kararsız	Olumlu	Yüksek lisans	Kararsız
X ₁₅	Çok olumlu	Olumlu	Çok olumlu	Olumlu	Lise	Olumlu

GİA uygulamasında adaylar en ideal alternatiften ideale en uzak alternatife doğru sıralanacaktır. İdeal (hedef) ise önceden belirlenmiş olan ve referans olarak alınan yani istenen kriterlerdir. Bu çalışmada kriterlerin eşit öneme sahip olmadığı düşünülerek bir sıralama yapılacaktır.

Tablo 3: Adaylar için Mülakat Değerlendirme Puanları

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
X ₁	4	4	3	4	1	3
X ₂	3	2	4	4	1	2
X ₃	1	2	3	2	2	2
X ₄	5	4	2	5	1	3
X ₅	2	3	4	3	2	4
X ₆	3	3	4	4	3	4
X ₇	4	5	3	3	4	5
X ₈	1	3	4	4	1	1
X ₉	3	4	2	3	2	2
X ₁₀	5	5	4	5	2	4
X ₁₁	2	3	3	1	1	3
X ₁₂	1	2	2	2	2	2
X ₁₃	3	3	2	3	2	2
X ₁₄	4	3	3	4	3	3
X ₁₅	5	4	5	4	1	4

Daha önce mülakat yapılan 15 aday ile ilgili ortaya çıkan değerlendirme puanları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Bu uygulamada kriterler için ideal (hedef) değer, medya sektöründe yer alan medya grubunda çalışacak haber editörünün hangi kriterlere göre işe alınacağı bahsi geçen medya grubunda çalışmakta olan uzmanların ve yöneticilerin görüşleri alınarak saptanmıştır.

- Alan içi tecrübe kriteri için olumlu olması,

- Uygulama sınavı kriteri için olumlu olması,
- Alan dışı tecrübe kriteri için olumlu olması,
- Referans kriteri için olumlu olması,
- Eğitim kriteri için lisans mezunu olması,
- Yabancı dil bilgisi kriteri için kararsız olması yönündedir.

Her bir kriter için belirlenen ideal değerlerin puan olarak karşılıkları Tablo 4'te gösterilmiştir. İdeal (hedef) değerlerin puan karşılığı;

Tablo 4: İdeal Değerler (Referans Serisi)

Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
4	4	4	4	2	3

Referans seri ideal bir alternatifin kriterlerde alacağı değerler belirtilerek oluşturulacağı gibi mevcut alternatifler arasında her bir kriter için en ideal skorların kullanılması ile de oluşturulabilir.

Tablo 5: Referans Serisinin ve Kriter Amaçlarının Veri Setine Eklenmesi

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
X (RS)	4	4	4	4	2	3
X ₁	4	4	3	4	1	3
X ₂	3	2	4	4	1	2
X ₃	1	2	3	2	2	2
X ₄	5	4	2	5	1	3
X ₅	2	3	4	3	2	4
X ₆	3	3	4	4	3	4
X ₇	4	5	3	3	4	5
X ₈	1	3	4	4	1	1
X ₉	3	4	2	3	2	2
X ₁₀	5	5	4	5	2	4
X ₁₁	2	3	3	1	1	3
X ₁₂	1	2	2	2	2	2
X ₁₃	3	3	2	3	2	2
X ₁₄	4	3	3	4	3	3
X ₁₅	5	4	5	4	1	4
Kriter Amaçları	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Minimum

X (RS) ile belirtilen referans serisi ve kriter amaçları Tablo 5'te veri setine eklenmiştir.

Tablo 6: Normalizasyon İşleminin Yapılması

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
X (RS)	0,75	0,67	0,67	0,75	0,33	0,50
X ₁	0,75	0,67	0,33	0,75	0,00	0,50
X ₂	0,50	0,00	0,67	0,75	0,00	0,75
X ₃	0,00	0,00	0,33	0,25	0,33	0,75
X ₄	1,00	0,67	0,00	1,00	0,00	0,50
X ₅	0,25	0,33	0,67	0,50	0,33	0,25
X ₆	0,50	0,33	0,67	0,75	0,67	0,25
X ₇	0,75	1,00	0,33	0,50	1,00	0,00
X ₈	0,00	0,33	0,67	0,75	0,00	1,00
X ₉	0,50	0,67	0,00	0,50	0,33	0,75
X ₁₀	1,00	1,00	0,67	1,00	0,33	0,25
X ₁₁	0,25	0,33	0,33	0,00	0,00	0,50
X ₁₂	0,00	0,00	0,00	0,25	0,33	0,75
X ₁₃	0,50	0,33	0,00	0,50	0,33	0,75
X ₁₄	0,75	0,33	0,33	0,75	0,67	0,50
X ₁₅	1,00	0,67	1,00	0,75	0,00	0,25
Kriter Amaçları	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Minimum

Referans serisi oluşturulduktan ve veri setine eklendikten sonra alternatiflerin karşılaştırılabilir olmasını sağlamak için birimlerinden arındırmak, büyüklüklerini daha düşük seviyelere çekerek işlem kolaylığı sağlamak için normalizasyon işleminden faydalanmıştır. Veriler Tablo 5'ten alınmış olup örneğin; maksimum olarak belirtilen alan içi tecrübe kriterleri ile ilgili; (1) numaralı denklem uygulanmıştır.

X₁ adayı ile ilgili alan içi tecrübe kriteri normalizasyon işlemi sonucunda $4 - [1] / [5] - [1]$: 0,75 olarak bulunmuş ve yabancı dil kriteri hariç diğer kriterlere 15 aday için aynı denklem uygulanmıştır.

Yabancı dil kriteri minimum olarak belirlendiği için (2) numaraları denklem uygulanmıştır. X₁ adayı ile ilgili yabancı dil kriteri normalizasyon işlemi sonucunda $[5] - 3 / ((5) - (1))$: 0,50 olarak bulunmuştur. Normalizasyon işlemi sonucunda elde edilen tüm değerler Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 7: Mutlak Değer Tablosunun Oluşturulması

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
X (RS)	0,75	0,67	0,67	0,75	0,33	0,50
X ₁	0,00	0,00	0,33	0,00	0,33	0,00
X ₂	0,25	0,67	0,00	0,00	0,33	0,25
X ₃	0,75	0,67	0,33	0,50	0,00	0,25
X ₄	0,25	0,00	0,67	0,25	0,33	0,00
X ₅	0,50	0,33	0,00	0,25	0,00	0,25
X ₆	0,25	0,33	0,00	0,00	0,33	0,25
X ₇	0,00	0,33	0,33	0,25	0,67	0,50
X ₈	0,75	0,33	0,00	0,00	0,33	0,50
X ₉	0,25	0,00	0,67	0,25	0,00	0,25
X ₁₀	0,25	0,33	0,00	0,25	0,00	0,25
X ₁₁	0,50	0,33	0,33	0,75	0,33	0,00
X ₁₂	0,75	0,67	0,67	0,50	0,00	0,25
X ₁₃	0,25	0,33	0,67	0,25	0,00	0,25
X ₁₄	0,00	0,33	0,33	0,00	0,33	0,00
X ₁₅	0,25	0,00	0,33	0,00	0,33	0,25
Kriter Amaçları	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Minimum

Mutlak değer tablosunun oluşturulmasında X (RS) değişmediği için Tablo 6'dan olduğu gibi aktarılmıştır. X₁ adayı için alan içi tecrübe değeri şu şekilde bulunmuştur; $|0,75| - |0,75| = 0$. Normalize edilmiş referans serisi değeri ile normalize edilmiş alternatif değerinin mutlak farklarının hesaplandığı bu adımda elde edilen veriler Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Gri İlişkisel Katsayılar Veri Tablosu

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi
Maksimum	0,75	0,67	0,67	0,75	0,67	0,50
Minimum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ağırlık	0,48	0,22	0,15	0,08	0,04	0,03
X ₁	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00
X ₂	0,60	0,33	1,00	1,00	0,50	0,50
X ₃	0,33	0,33	0,50	0,43	1,00	0,50
X ₄	0,60	1,00	0,33	0,60	0,50	1,00
X ₅	0,43	0,50	1,00	0,60	1,00	0,50
X ₆	0,60	0,50	1,00	1,00	0,50	0,50
X ₇	1,00	0,50	0,50	0,60	0,33	0,33
X ₈	0,33	0,50	1,00	1,00	0,50	0,33
X ₉	0,60	1,00	0,33	0,60	1,00	0,50
X ₁₀	0,60	0,50	1,00	0,60	1,00	0,50
X ₁₁	0,43	0,50	0,50	0,33	0,50	1,00
X ₁₂	0,33	0,33	0,33	0,43	1,00	0,50
X ₁₃	0,60	0,50	0,33	0,60	1,00	0,50
X ₁₄	1,00	0,50	0,50	1,00	0,50	1,00
X ₁₅	0,60	1,00	0,50	1,00	0,50	0,50
Kriter Amaçları	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Minimum

Mutlak değer tablosunun oluşturulmasının ardından Tablo 7'den yararlanılarak maksimum ve minimum değerler belirlenmiştir. Örneğin; alan içi tecrübe kriteri sütununda maksimum değer 0,75, yine aynı kriterin sütununda minimum değerinin 0 olarak bulunmuştur. Ayırıcı katsayı olarak literatürde önerilen $\delta = 0,5$ kullanılmıştır. Uzman görüşleri alınarak oluşturulan kriter ağırlıkları Tablo 8'e eklenmiştir.

Gri ilişkisel katsayıların bulunmasında örneğin; X₁ adayı için (5) numaralı denklem uygulanmıştır. Alan içi tecrübe kriteri üzerinde $(0,00 + 0,5*0,75) / (0,00 + 0,5*0,75)$: 1 olarak bulunmuş olup her bir aday için aynı işlemler yapılmıştır. Ayrıca kriterlerin eşit ağırlıkta olmadığı belirtilmiş ve bu ağırlık değerleri Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 9: Gri İlişkisel Derecelerin Hesaplanması

Haber editörü adayları	Alan içi tecrübe	Uygulama sınavı	Alan dışı tecrübe	Referans	Eğitim	Yabancı dil bilgisi	Γ_{0i}
Maksimum	0,75	0,67	0,67	0,75	0,67	0,50	
Minimum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Ağırlık	0,48	0,22	0,15	0,08	0,04	0,03	
X ₁	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	0,91
X ₂	0,60	0,33	1,00	1,00	0,50	0,50	0,63
X ₃	0,33	0,33	0,50	0,43	1,00	0,50	0,40
X ₄	0,60	1,00	0,33	0,60	0,50	1,00	0,66
X ₅	0,43	0,50	1,00	0,60	1,00	0,50	0,57
X ₆	0,60	0,50	1,00	1,00	0,50	0,50	0,66
X ₇	1,00	0,50	0,50	0,60	0,33	0,33	0,74
X ₈	0,33	0,50	1,00	1,00	0,50	0,33	0,53
X ₉	0,60	1,00	0,33	0,60	1,00	0,50	0,66
X ₁₀	0,60	0,50	1,00	0,60	1,00	0,50	0,65
X ₁₁	0,43	0,50	0,50	0,33	0,50	1,00	0,47
X ₁₂	0,33	0,33	0,33	0,43	1,00	0,50	0,37
X ₁₃	0,60	0,50	0,33	0,60	1,00	0,50	0,55
X ₁₄	1,00	0,50	0,50	1,00	0,50	1,00	0,80
X ₁₅	0,60	1,00	0,50	1,00	0,50	0,50	0,70
Kriter Amaçları	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Maksimum	Minimum	

Hesaplanan gri ilişkisel katsayılar kullanılarak gri ilişkisel dereceler saptanmaktadır. Analiz, gri ilişkisel derecelerin sıralanması ve en ideal alternatifle, ideale en uzak alternatifin belirlenmesi ile sonlanmaktadır.

Uygulamamızda kriterlerin önem dereceleri farklılık oluşturduğu, diğer bir tanımla karar verici tarafından ağırlıklandırıldığı için gri ilişkisel dereceler, kriter ağırlıkları (w_1) ile ilgili gri ilişkisel katsayıların çarpım toplamına eşittir.

Tablo 9’da örneğin X₁ adayının gri ilişkisel derecesi (9) numaralı formül kullanılarak aşağıdaki şekilde bulunmuştur;

Microsoft Excel hesap tablosu paket programı yardımı ile X₁ adayı için topla.çarpım formülü kullanılarak ağırlık satırı ve X₁ adayına ait satır arasında işlem yapılmış, sonucunda 0,91 gri ilişkisel derecesi bulunmuştur. Bu işlem her bir aday için yapılmıştır.

Tablo 10: Gri İlişkisel Derecelere Göre Adayların Sıralanması

Haber editörü adayları	Gri ilişkisel derecesi
X ₁	0,91
X ₁₄	0,80
X ₇	0,74
X ₁₅	0,70
X ₆	0,66
X ₉	0,66
X ₄	0,66
X ₁₀	0,65
X ₂	0,63
X ₅	0,57
X ₁₃	0,55
X ₈	0,53
X ₁₁	0,47
X ₃	0,40
X ₁₂	0,37

Tablo 10’da GİA yöntemi sonucunda personel seçim probleminin çözülmesinde karar vericinin belirlediği kriterlere ve ağırlıklara göre en ideal aday alternatifi X₁ adayı olmuştur. İdealden en uzak aday ise X₁₂ ile belirtilen aday olmuştur.

5. SONUÇ

Doğru çalışan seçimi karmaşık bir karar verme problemidir ve personel seçimi işletmeler için önemli bir karardır. Adayların seçiminde birçok farklı kriter bulunmakla beraber bu kriterler birbiri ile alakalı ya da birbirinden farklı olabilmektedir. Adaylar bazı kriterlerde iyi olabilirken bazı kriterlerde daha geride olabilmektedirler. Bu yüzden böyle durumlar karar vericinin işini zorlaştırmaktadır. Adayların değerlendirilmesinde nitel ve nicel tüm kriterlerin

sayısallaştırılması sürecin objektif olarak ilerlemesine katkıda bulunur. Bu çalışmada medya sektörü için haber editörü seçiminde çok kriterli karar verme tekniklerinden gri ilişkisel analizin etkin bir şekilde kullanılabileceği bir örnek üzerinde gösterilmiş, belirlenen kriterlere göre ideale en yakın alternatifin X_1 ile belirtilen aday, ideale en uzak alternatifin ise X_{12} ile belirtilen aday olduğu saptanmıştır.

Haber editörü olarak işe alınacak personelin niteliklerinin iyi belirlenmesi gerekir. Çünkü işe alınacak personel haberlerin oluşturulmasından yayınlanmasına kadarki süreçte yer alacağı için herhangi bir olumsuz durumda yayıncılık imajının zedeleneceği gibi maddi ve manevi kayıpların da olabileceğini söylemek yerinde olur. Yayının aksamasına veya yanlış bilgilerin halka iletilmesine sebep olan personelin işten çıkarılması kaçınılmazdır. Personelin işten çıkarılması, personel kadro planlaması yetersiz olan işletmelerde gerçek personel gereksinmesini ortaya çıkaracaktır. Bu da zaman harcama, maliyetin artması, işlerin aksaması vb. durumları beraberinde getirerek işletmenin amacına ulaşmasında bir engel olacaktır. Bu ve bunun gibi olumsuzluklarla karşılaşmamak adına çok kriterli karar verme tekniklerinden yararlanılabilir. Bu süreçte işe alımda önceden belirlenen kriterler aktif rol oynayacağı için yayın kuruluşunu ciddi kayıplardan kurtarabilir.

Çok kriterli karar verme tekniklerinden özellikle gri ilişkisel analiz yönteminin referans serisi oluşturma imkânı vermesi, personel seçimi ile ilgili çalışmalarda sıkça uygulandığı gözlenen TOPSIS yönteminin aksine her bir kriterin maksimum ya da minimum fayda sağlayacak şekilde belirlenebilmesi, insan kaynakları yöneticilerine ve karar vericilere, subjektif ve objektif kriterlerin kantitatif olarak değerlendirilebilmesinde kolaylık sağlayacaktır. Bu yöntemin diğer birçok yöntemden en temel farkı en iyi adayın değil, pozisyona en uygun şartlar içerisindeki en iyi adayı bulmaya olanak sağlamasıdır.

Gri ilişkisel analiz yönteminin personel seçim süreçleri göz önüne alındığında seçim süreci sonunda daha anlamlı bir sonuca erişmede oldukça etkili olduğu görülmektedir.

Önerilen bu yöntem insan kaynakları yönetimi konusunun diğer alanlarında, örneğin; iş değerlendirme ve ücret yönetimi ya da iş gücü talebinde bulunulan herhangi bir pozisyonda kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. (2009). "Personel Seçiminin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemiyle Gerçekleştirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24, 243-251.
- Akar, G. S. & Çakır, E. (2016). "Lojistik sektöründe bütünleştirilmiş bulanık AHP-MOORA yaklaşımı ile personel seçimi". Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 14(2), 185-199.
- Akça, N., Sönmez, S., Gür, Ş., Yılmaz, A. & Eren, T. (2018). "Kamu Hastanelerinde Analitik Ağ Süreci Yöntemi ile Finans Yöneticisi Seçimi", Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(2), 133-146.
- Aksakal, E. & Dağdeviren, M. (2010). "ANP ve DEMATEL Yöntemleri İle Personel Seçimi Problemine Bütünleşik Bir Yaklaşım", Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, 25, 905-913.
- Aydemir, E., Fevzi, B. & Özdemir, G. (2013). "Gri Sistem Teorisi ve Uygulamaları: Bilimsel Yazın Taraması", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18, 187-200.
- Büyükgöbeç, E. (2013). "Ülke Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, Türkiye.
- Çakır, E. (2017). "Kentsel Dönüşüm Kapsamında Müteahhit Firmanın SWARA – Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Seçilmesi Selecting Contractor Company in Urban Transformation Using SWARA - Gray Relationship Analysis Method", The Journal of International Scientific Researches, 2(6).
- Çakmak, Z., Metin, B. & Yıldırım, E. (2012). "Gri İlişkisel Analiz ve Uyum Analizi ile Bir İşletmede Karşılaşılan Üretim Hatalarının İncelenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(1), 123-142.
- Dağdeviren, M. (2007). "Bulanık Hiyerarşi Prosesi ile Personel Seçimi ve Bir Uygulama", Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, 22, 791-799.
- Dağdeviren, M. (2008). "A Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Model For Personnel Selection In Manufacturing Systems", J Intell Manuf (2010), 21:451-460.
- Değermenci, A. & Ayvaz, B. (2016) "Bulanık Ortamda Topsis Yöntemi İle Personel Seçimi: Katılım Bankacılığı Sektöründe Bir Uygulama", İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 15(30), 77-93.
- Doğan, A. & Önder, E. (2014). "İnsan Kaynakları Temin ve Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin Kullanılması ve Bir Uygulama", Journal Of Yasar University, 9(34), 5796-5819.
- Eren, T. & Bedir, N. (2015). "AHP-PROMETHEE Yöntemleri Entegrasyonu ile Personel Seçim Problemi: Perakende Sektöründe Bir Uygulama", Social Sciences Research Journal, Volume 4, Issue 4, 46-58 (December 2015), ISSN: 2147-5237.
- Erenel, F., (2012). "Personel Temin ve Seçim Sürecinde Adaylarda Oluşan Adalet Algısının Örgüte Etkilerinin Analizi", Maliye Finans Yazıları, Yıl. 26, Sayı. 95, 9- 21.
- Eroğlu, E., Yıldırım, B. & Özdemir, M. (2014). "Çok Kriterli Karar Vermede ORESTE Yöntemi ve Personel Seçiminde Uygulanması", İstanbul Management Journal, Cilt: 25, Sayı:76.
- Fatih, E. & Günay, F. (2015). "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(1), 35-48.
- Güdük, Ö. & Önder, E. (2017). "Sağlık Hizmetlerinde Veri Giriş Personeli İşe Alım Sürecinde Analitik Hiyerarşi Prosesi Tekniğinin Kullanılması", Sosyal Güvenlik Uzmanları Dergisi, Yıl:7, Sayı:13, 31-56.
- İbicioğlu, H. & Ünal, Ö.F. (2014). "Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Yetkinlik Bazlı İnsan Kaynakları Yöneticisi Seçimi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 4.
- James A.B. (2008). "Employee Recruitment: Current Knowledge and Important Areas For Future Research",

- Human Resources Management Review, Vol: 18, s.104.
- Kenger, M.D., (2017) “Banka Personel Seçiminin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden Entropi Temelli Maut, Aras ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri İle Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Koyuncu, O. & Özcan, M. (2014), “Personel Seçim Sürecinde Analitik Hiyerarşi Süreci ve TOPSIS Yöntemlerinin Karşılaştırılması: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama”, H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 32, Sayı 2, 195-218
- Köse, E., Aylak, H.S. ve Kabak, M. (2013). “Personel Seçimi için Gri Sistem Teori Tabanlı Bütünleşik Bir Yaklaşım”, Ege Akademik Bakış, Cilt: 13, Sayı:4, 461-471.
- Luecke, R. (2009). “En İyi Elemanı İşe Almak ve Elde Tutmak”, Çev. Önder Sarıkaya, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, s:9.
- Ofluoğlu, G., Büyükyılmaz, O. & Koltan, Ş. (2006). “İnsan Kaynağı Seçiminde Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri: Etkileşimli Beklenti Düzeyi Yaklaşımı”, Kamu-iş, 9, 12-20.
- Örücü, E. (2002). “Eğitimde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Personel Seçimi”, ODTÜ Uygulamalı Eğitim Kongresi, Ankara: UEK.
- Özbek, A. (2015). “Akademik Birim Yöneticilerinin Moora Yöntemiyle Seçilmesi: Kırıkkale Üzerine Bir Uygulama”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 38, 1-18.
- Özder, E. H., Bedir, N. & Eren, T. (2016). “Academic Staff Selection With ANP & Promethee Method: A Case Study in Turkey”, Proceedings of Academics World International Conference, Dubai, UAE, 5 March, ISBN: 978-93-85973-50-5.
- Özdemir, A. İ. & Deste, M. (2009). “Gri İlişkisel Analiz ile Çok Kriterli Tedarikçi Seçimi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 38(2), 147-156.
- Ulutaş, A., Özkan, M.A. & Tağraf H. (2018) “Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci ve Bulanık Gri İlişkisel Analizi Yöntemleri Kullanılarak Personel Seçimi Yapılması”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Kış-2018, Cilt:17, Sayı:65, 223-232.
- Peker, İ. & Birdoğan, B. (2011). “Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Türk Sigortacılık Sektöründe Performans Ölçümü”, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (7).
- Safari, H., Cruz-Machado, V., Sarraf, A.Z. & Maleki, M. (2014). “Multidimensional Personnel Selection Through Combination Of Topsis and Hungary Assignment Algorithm”, Management and Production Engineering Review, V: 5, N: 1, 42-50.
- Sarar, Y., Uğur, L.O. & Akbıyıklı, R. (2017). “Uluslararası İhaleler İçin İş Geliştirme Elemanı Seçimi: Bir Gri İlişkisel Analiz Yaklaşımı Uygulaması”, Uluslararası Katılımlı 7. İnşaat Yönetimi Kongresi, Samsun, 475-486.
- Singh, A., Malik, S.K., (2014). “MCDM and Its Role in Personnel Selection- A Review”, International Journal of Engineering and Technical Research, Vol. 2, No. 5, 1-4
- Sofyalıoğlu, Ç. (2011). Süreç Hata Modu Etki Analizini Gri Değerlendirme Modeli. Ege Akademik Bakış, 11(1), 155-164.
- Şimşek, A., Catır, O. & Ömürbek, N. (2014). “Turizm Sektöründe Bulanık Hiyerarşi Süreci ile Personel Seçimi”, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: XXXIII, Sayı: 2, 147-169.
- Tayyar, N., Akcanlı, F., Genç, E. & Erem, I. (2014). “BİST’e Kayıtlı Bilişim ve Teknoloji Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve Gri İlişkisel Analiz (GİA) Yöntemiyle Değerlendirilmesi”, Muhasebe Finansman Dergisi, Ocak 2014, pp.19-40.
- Tepe, S. & Görener, A. (2014). “Analitik Hiyerarşi Süreci ve MOORA Yöntemlerinin Personel Seçiminde Uygulanması”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Yıl:13, Sayı:25, 1-14.

- Vatansever, K. & Uluköy, M. (2013). "Kurumsal Kaynak Planlaması Sistemlerinin Bulanık AHP ve MOORA Yöntemleriyle Seçimi: Üretim Sektöründe Bir Uygulama", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (2), 274-293.
- Yıldırım, B.F., Önder, E. ve Turan, G. (2015). "Operasyonel, Yönetmel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri", Dora Yayıncılık, 2.baskı, s. 15, Bursa.
- Yıldız, A. & Deveci, M. (2013). "Bulanık VIKOR Yöntemine Dayalı Personel Seçim Süreci", Ege Academic Review, 13 (4), 427-436.
- Yuan, X. (2007). "Grey Relation Evaluation of Financial Situation of Listed Company", Journal of Modern Accounting and Auditing, Vol.3, No.2, pp. 41-44.
- Wei, G. (2011). "Grey Relational Analysis Model for Dynamic Hybrid Multiple Attribute Decision Making. Knowledge-Based Systems", 24(5), 672- 679.

Citation: Şener, E. (2018), Bilgi Yönetim Süreci ve Stratejik Öngörü Kesişiminde Bir Yaklaşım: Ufuk Taraması, BMIJ, (2018), 6(4): 920-934 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.278>

BİLGİ YÖNETİM SÜRECİ VE STRATEJİK ÖNGÖRÜ KESİŞİMİNDE BİR YAKLAŞIM: UFUK TARAMASI

Emine ŞENER¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 13/08/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 05/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Belirsizlik, örgütsel düzeyde istenilen bir durum değildir. Bu nedenle işletmeler ancak bilgi yönetimi ve stratejik öngörü süreçlerini birlikte kullanarak iç ve dış çevrelerinin yarattığı karmaşayı kontrol altında tutabilirler. Bu çalışmada stratejik bir öngörü yaklaşımı olarak ufuk taraması tanımlanarak, bilgi yönetimi ile ilişkisi kurulmuştur. Birçok Avrupa ülkesinde kamu ve özel sektörde yaygın olarak kullanılan bu öngörü yönteminin Türkiye’de ele alınıp kullanılmadığı vurgulanmıştır. Çalışmada, ufuk taramasının nasıl uygulandığı ve örgütsel etkileri açıklanmıştır. Buna ek olarak, ufuk taraması endüstri 4.0 çağında işletmelerin öngörü faaliyetleri ve bilgi yönetimi ile birlikte stratejik bir yaklaşımla geleceği yakalamalarına katkı sağlayacak bir yaklaşım olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ufuk Taraması, Öngörü Araştırmaları, Bilgi Yönetimi

JEL Kodları: M10, M15, M19

AN APPROACH AT THE INTERSECTION OF KNOWLEDGE MANAGEMENT PROCESS AND STRATEGIC FORESIGHT: HORIZON SCANNING

ABSTRACT

Uncertainty is not desirable at organizational level. Therefore, businesses can handle the intricacy caused by their internal and external environments solely when they combine knowledge management and strategic foresight processes.. In this study, horizon scanning has been defined as a strategic foresight approach and its relationship with knowledge management has been displayed. This study also emphasizes the fact that while this forecasting method has commonly been used in many of the European countries in public and private sectors, it has not been investigated and employed in Turkey. Moreover, how the horizon scanning is applied and its organizational effects are explained. In addition, in the era of industry 4.0, along with foresight operations and knowledge management, horizon scanning has been considered as a strategic approach that will contribute to the businesses to catch up with the future.

Keywords: Horizon Scanning, Foresight Research, Knowledge Management

JEL Codes: M10, M15, M19

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, esener@ahievran.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8903-1684>

1. GİRİŞ

*“Geçmişten öğrenmekte iyiyiz;
gelecekte de öğrenmemiz gerekiyor.
'Geçmişin tarihi'ni yazdığımız gibi
'geleceğin tarihi'ni de geliştirmeliyiz.” (Garrett, 2017)*

“Sürprizler ilginç duygular yaşatır” diyerek başlıyor Bishop (2009) ufuk taramasının neden zor olduğunu sorgulayan çalışmasına. Elbette beklenmedik bir ziyaret, eşimizden ya da arkadaşımızdan gelen bir hediye ve benzeri beklenmedik, şaşırtıcı olaylar hoşumuza gider öyle ki çoğu zaman şaşırmak için farklı etkinliklere para bile öderiz. Ancak sürpriz, iş dünyası için hiç de keyif alınacak bir şey değildir. Bu durumda beklenmedik bir şeylerin olması istenilen ve doğru bir durum değildir. Her zaman neler olup bittiğini ve ne zaman gerçekleşeceğini bilmemiz gerekir. Kısaca iş dünyasında meydana gelen her şeyi bilmek ve hazırlıklı olmak ve asla şaşırmamak gerekmektedir. Bu noktada, stratejik yönetim süreci etkin bir şekilde işletilmelidir.

Örgütsel düzeyde stratejik yönetimin başarıyla uygulanabilmesi için farklı stratejik yönetim araçları ve karar verme teknikleri (nominal grup, delfi tekniği, senaryo analizi, risk analizi, fayda-maliyet analizi, SWOT analizi, portföy analizi, Q-sort analizi, vizyon/misyon bildirisi, çoklu oylama, açık grup, kalite çemberleri) bulunmaktadır (Yavan, 2012). Bu çalışmanın konusu olan ufuk taraması da bir stratejik karar verme ve öngörü tekniği olarak nitelendirilmektedir. Stratejik öngörü faaliyetleri, gelecekteki durumları öngörmeyi ve ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Mevcut eylemlerin ve gelecekteki olaylara ilişkin kararların etkilerini göz önünde bulunduran eğilimlerden biri olan ufuk taramasının kökleri literatürde çevresel tarama, stratejik öngörü ve Ansoff'un (1975) Stratejik Erken Uyarı Sistemine (Strategic Early Warning System) dayandırılmaktadır. Sistemde, zayıf sinyaller tanımlanarak stratejik öngörü için kullanılmaktadır. Zayıf sinyal, örgütün amaçlarını ve hedeflerini önemli ölçüde etkileyebilecek belirsiz, görünüşte önemsiz veya sıradan eğilimlerdir ancak doğru yorumlama sayesinde erken uyarı sinyaline dönüşebilmektedir (Rowea, Wrightb ve Derbyshire, 2017). Zayıf sinyallerin doğru bir şekilde toplanmasında örgüt kültürü (gömülü bilgi) önemli bir rol oynamaktadır (Berry ve Johnston-Jewell, 2014). Nanoteknolojinin öneminin ilk olarak Eric Drexler'in 1986'da yayımladığı konuyla ilgili kitabında belirgin bir biçimde yer alışı zayıf sinyal olarak değerlendirilebilir (Saritas ve Smith, 2011). Bu sinyaller ufuk taraması için önem arz etmektedir. Çünkü bu yeteneğe bağlı olarak gelecek oluşturulabilmektedir. Geleceğe ilişkin bir öngörü yaklaşımı olan ufuk taraması (horizon scanning) Türkiye dışı çalışmalarda son yıllarda sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Literatür incelendiğinde daha çok İngiltere kaynaklı

çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu çalışmaların da önemli bir kısmı sağlıkla ilgilidir (Miles ve Saritas, 2012). Sağlıkla ilgili olan çalışmaların önemli bir kısmı ise “onkoloji”, “sağlık teknolojisi”, “tıp” ve “halk sağlığı çalışmaları” kavramlarına ilişkin ufuk taraması çalışmalarıdır. Bu yönüyle ufuk taraması İngiltere kökenli bir kavram olarak Ulusal Sağlık Sistemi'nin güçlendirilmesi için kullanılmaya başlanmıştır. *NIHR Horizon Scanning Research&Intelligence Centre* ve *Cabinet Office's Horizon Scanning Secretariat and the Government Office of Science's Horizon Scanning Centre* ulusal düzeyde faaliyet gösteren kamu destekli ya da kamu organı olan ufuk taraması oluşumlarından bazılarıdır (<https://www.gov.uk>, 2018). Bunların yanı sıra süreç içinde tarım, ekoloji, genetik alanlarında da kullanılarak yaygınlaştırılmıştır. Ancak Türkiye merkezli ya da ve Türkçe olarak yapılmış doğrudan bir çalışma olmamakla birlikte ULAKBİM veri tabanında Tunalı ve Kiraz (2017) tarafından yazılan “*Gelecek Üzerine Araştırma Yapma Yöntemlerinin Eğitim Araştırmalarında Kullanılması*” adlı makalede bir alt başlık olarak yer almaktadır. Doğrudan değinilmesede Savran (2004) tarafından yazılan “*Marx'tan Delphy'e Bir Ufuk Taraması*” adlı çalışmada ve Gürel (2014) tarafından yazılan “*İslamcılık: Uluslararası Bir Ufuk Taraması*” adlı çalışmalarda bir yöntem olarak kullanılmıştır. Ancak işletme bilimi eksenli herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sadece <http://www.futuresme.eu> adlı web sitesinde KOBİ'ler için hazırlanmış olan ve İngilizce olarak sunulan ufuk taraması adlı bir çalışma kitabı üyelikle kullanıma sunulmaktadır. Özdemir (2018) ise Dünya.com'daki köşe yazısında “*Teknoloji uzgörüsü (foresight) çalışmaları ve sosyal bilim ışığı altında gerçekleştirilen ufuk taramaları Türkiye ve Ortadoğu'da Sanayi 4.0 sahasının gelişmesinde ciddi katkılar yapacaktır.*” ifadesinde kavrama yer vermiştir. Fakat tüm bunlardan bağımsız ulusal düzeyde TÜBİTAK tarafından yayımlanan Vizyon 2023'ü bir ufuk taraması olarak değerlendirmek mümkündür (TÜBİTAK, 2004).

Uzun zamandır orduda, istihbarat örgütlerinde ve iş dünyasında uygulanan ufuk taramasının son yıllarda sadece özel sektörde değil kamu sektöründe sağlık ve eğitim gibi alanlarda da giderek kullanımı artmıştır. Yöntemle ilgili yapılan işletme araştırmalarında ufuk taramasının, örgütsel performansı artırdığı belirtilmektedir (Hines, Bengston, Dockry ve Cowart, 2017). Bu çalışma da ise örgütsel düzeyde stratejik bir öngörü yaklaşımı olarak ufuk taraması tanımlanarak bilgi yönetimi ile ilişkisi kurulacaktır. Ayrıca nasıl uygulandığı ve örgütsel etkileri açıklanarak endüstri 4.0 çağında işletmelerin öngörü faaliyetleri ve bilgi yönetimini birlikte ele alıp stratejik bir yaklaşımla geleceği yakalamalarına katkı sağlayacak öneriler geliştirilecektir.

1.1. Örgütlerde Geleceğe İlişkin Kestirimde Bulunma Çabası

Geleceğe ilişkin kestirimde bulunma faaliyetleri (stratejik öngörü faaliyetleri), insan algısının sınırlarını zorlamak için tasarlanmıştır. Bireylerin, arzulanan geleceği öngörüp, uzun vadeli, eleştirel düşünerek, mevcut eylemlerin sonuçlarını ele alarak stratejiler formüle etme ve olumsuz gelecekleri tanımlayıp önlemesine katkı sağlayan süreçlerdir (Rowea, Wrightb ve Derbyshire, 2017). Bu faaliyetler, uzun vadeli/ileriye dönük yaklaşım, planlama ve katılımcı (paydaşlar ve diğer bilgi kaynakları) olmak üzere üç unsuru birleştiren bir süreçtir (Delaney, 2014). Stratejik öngörü, örgütün içinde bulunduğu konumun gelecekteki durumunu belirlemek amacıyla, geleceğe yönelik ve sezgi içeren bilimsel tahmin sürecidir (Sevencan, 2010). Şekil 1’de literatürde karşımıza çıkan temel öngörü yöntemleri verilmiştir. Bunlara ek olarak literatürde, trend analizi, bibliyometri ve ekstrapolasyon (istatistiki tahmin yöntemi) ufuk taraması teknikleri arasında yer alırken, paydaş haritası, anahtar teknolojiler, morfolojik analiz ise diğer öngörü yaklaşımları arasında değerlendirilmektedir (Popper, Keenan, Medina ve Miles, 2008).



Şekil 1: Öngörü Yöntemleri

Öngörü araştırmalarında kastedilen ufuk (time horizon) normal planlanan zamanın ötesinde ancak bugünün kararlarını hâlâ etkileyebilecek kadar da yakın olmalıdır. Diğer bir deyişle değişimlerin gerçekleşmesine izin verecek kadar uzak olmalı fakat bu uzaklık ilgisiz görünecek kadar fazla olmamalıdır. Bu kıstas sektöre göre farklılık gösterebilmektedir. Kamu sektöründe ufuk 10 ile 20 yıl arasında değişebilmektedir. Ancak altyapılarda (elektrik istasyonları, ulaşım ağları vb.) zaman ufku 30 ila 50 yıl olabilmektedir. Buna TÜBİTAK tarafından Türkiye’deki farklı alanlar için hazırlanan Vizyon 2023 uygun bir örnek olacaktır. 20 yıllık bir zaman diliminde değişimleri Türkiye lehine formüle etme çabası olan bu çalışma kamu sektörü için önemli bir öngörü niteliği taşımaktadır. Özel sektörde ise normal planlama genellikle ürün veya hizmetin bir neslidir, bu nedenle kurumsal öngörü için iyi bir zaman ufku ürün ve hizmetlerin iki nesli olabilir. Bu nedenle kimse henüz iki nesil ilerideki ürün ve hizmet üzerinde çalışmamaktadır. Bu da eylem odaklı çalışmalar için daha kısa bir zaman ufkuna sahip olma eğilimini doğuracaktır. 5 yıllık bir zaman ufku, teknolojilerin çok hızlı geliştiği alanlarda

(örneğin, bilgi ve iletişim teknolojileri) kullanılmaktadır. Demografi, sosyal değerler, ekonomik güçlerin yükselmesi ya da gerilemesi, çevresel sorunlar, küresel ısınma gibi uzun vadeli değişiklikleri hesaba katmak için 20 yıllık bir zaman ufku gereklidir (Commission, JRC, & IPTS, 2018). Elbette burada verilen zaman dilimlerini etkileyen diğer ve önemli bir değişken ise hiç kuşkusuz değişimi ortaya çıkaran paydaşların esneklik ve motivasyon düzeyleridir. Ortalama bir ufuk taraması 10-15 yıllık bir gelecek dönemini kapsamaktadır. Bu noktada, örgütler varlıklarını sürdürebilmek için, çevresel değişimleri sürekli olarak izlemek ve bu değişimleri ortaya çıkaran itici güçleri ve güçler arasındaki etkileşimi derinlemesine incelemek zorundadırlar.

1.2. Bilgi Yönetimi ve Stratejik Öngörü Faaliyetlerinin İlişkisi

Örgütlerde bilgi yönetimi süreçleri ve altyapısının verimli bir şekilde işlemesi örgütlerin temel nitelikleri arasında değerlendirilen, öğrenme, müşteri duyarlılığı, yeni ürün ve hizmet geliştirme ile stratejik esnekliklerinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu yeteneklerden olan stratejik esneklik, örgütün değişen koşullar ve belirsizlikler karşısında cevap verebilme, değişebilme, uyum sağlayabilme ve değişime hazır olma yeteneğidir (Özdenizci, 2015). Bu yetenek örgütler açısından farklılaştırıcı temel üstünlük olup, rakiplerine nazaran bir şeyi daha iyi yapabilmesini sağlayan unsurdur (İnce ve Oktay, 2009). Bu yönüyle bilgi yönetiminin örgüte diğer önemli katkılarından ayrı olarak bu çalışmada stratejik desteği ve rekabet üstünlüğü sağlayacak olan karar vericilere yol gösterici özelliği üzerinde durulacaktır. Bu noktada bilgi yönetimi, örgütün elde ettiği bilgiyi, gelecekteki çalışmalar için kullanabilmesi açısından hayati önem taşır. Ayrıca bilgi yönetimi bilgiye ilişkin yaklaşımı nedeniyle örgütsel belleği güçlendiren bir unsur olarak da nitelendirilebilir. Bilgi yönetimine karşın öngörü faaliyetleri, işletme yönetimi gibi profesyonel yönetim disiplinleriyle karşılaştırıldığında göreceli olarak genç bir disiplin olduğu için, bilgi yönetimi uygulamaları öngörünün bir disiplin olarak resmileştirilmesi ve geleceği için hayati öneme sahiptir (Berry ve Johnston-Jewell, 2014). Hemen tüm işletmelerde bilgi yönetim süreci öngörü faaliyetleri ile ilişkilidir. Bu ilişki *strateji, çevre, süreçler, teknoloji ve kullanılan yöntemler* bağlamında şu şekilde açıklanabilir (Pozdnakova, 2008):

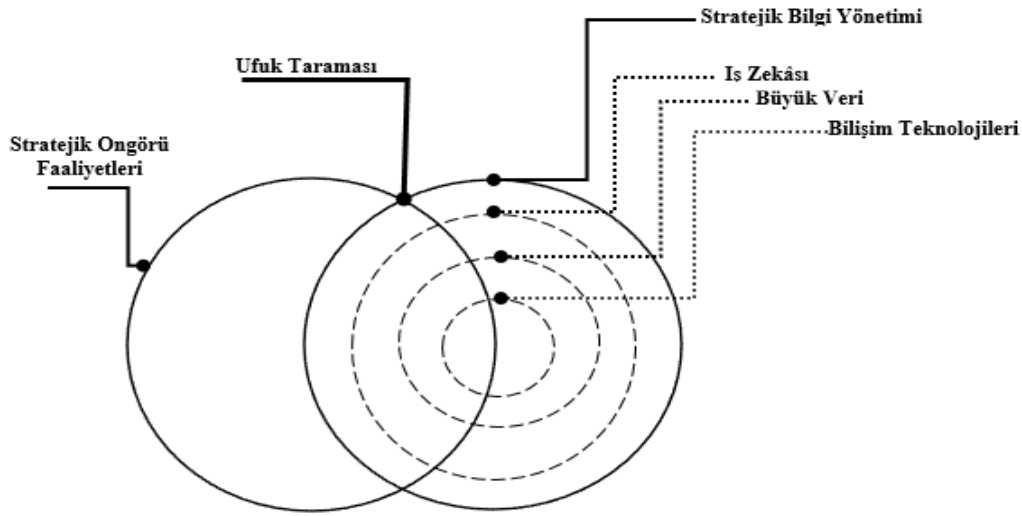
Strateji: Bilgi yönetimi örgütsel stratejiyle uyumlu olmalıyken, öngörü faaliyetleri örgütsel strateji için plan oluşturmaya yardımcı olmaktadır.

Çevre: Bilgi yönetimi örgütsel çevre hakkında bilgi toplarken, öngörü faaliyetleri çevreyi analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Bilgi: Bilgi yönetimi örgütsel süreçleri daha iyi yürütmek ve yeni bilgi oluşturmak için kurumsal ve personel bilgisini toplamak, depolamak ve paylaşmak için tasarlanmışken, öngörü faaliyetleri, örgütsel bilgiyi işletmenin geleceğini şekillendirmek ve yeni bilgi alanlarını belirlemek için kullanır.

Süreçler: Bilgi yönetimi ve öngörü faaliyetleri, işletme bilgisi ve uzmanlığını kaynak olarak kullanan farklı süreçlere sahiptir. Ancak işletmeler, kurumsal süreçleri daha iyi yürütmek için iş süreçlerini bilgi yönetimi süreçleriyle birleştirebilirler. Öngörü faaliyetleri ise geliştirme ve araştırma süreçlerinde kullanılabilir.

Teknolojiler ve Yöntemler: İşletmede bilgi yönetimi uygulaması için kullanılan birçok bilişim teknolojisi vardır, ancak hem bilgi yönetiminde hem de öngörü faaliyetlerinde bilgisayar tabanlı olmayan birçok yöntem de kullanılmaktadır. Beyin fırtınası (bilgi yönetimi ve öngörü için kullanılır) ve atölyeler (öngörü için kullanılır) buna örnek olarak verilebilir. Yukarıda sıralanan ilişkiler bağlamında bilgi yönetimi ve öngörü faaliyetleri arasındaki ilişki literatüre dayalı olarak oluşturulan Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil 2: Bilgi Yönetimi-Stratejik Öngörü Faaliyetleri İlişkisi

Şekil 2’de de verildiği gibi bu çalışmanın konusu olan ufuk taraması yaklaşımı örgütlerin bilgi yönetimi ile öngörü faaliyetlerinin kesişme noktasında yer almaktadır. Şekil 2’de görüldüğü gibi bilgi yönetimi, içinde bulunduğumuz endüstri 4.0 çağında büyük verinin elde edilmesinde ana unsur olan bilişim teknolojilerinin merkezde olduğu ve büyük verinin işlenmesi sürecini içeren iş zekâsını da içine alan stratejik bir süreçtir. Bilişim teknolojileri, büyük veri ve iş zekâsı birbiriyle geçişken bir ilişkiye sahiptir. Keskin sınırlarla ayırmak mümkün değildir. Stratejik bilgi yönetiminin ilk adımı olan stratejik planlama için stratejik

öngörü, bir gereksinim olmakla birlikte tüm örgütlerin bunu gerçekleştirmesi kolay görünmemektedir. Bu yönüyle stratejik planlamadaki “gelecek” olarak tanımlanan zaman dilimi ile stratejik öngörüdeki zaman dilimi ilişkiyi ortaya koymak adına önemlidir. Çünkü stratejik öngöründe “ne olacak” sorusuna cevap aranırken çalışmanın başında da belirtildiği gibi en az 30- 40 yıla uzanan geçmiş ve gelecek zaman süreci taranır; “ne yapılacak” soruna cevap arayan stratejik planlama da ise bu çoğunlukla daha kısadır. Ancak gene de stratejik planlamalar için stratejik öngörüler olmazsa olmazdır. Bu yönüyle örgütlerin ihtiyaç duyduğu bilgilerin toplanması, analiz edilmesi, yorumlanması ve yeniden üretilmesi sürecinde daha uzun vadeli bir tekniğin kullanılması hayatta kalma ve sürdürülebilir rekabet avantajı yakalama adına gereklidir. Bu nedenle ufuk taramasının bir öngörü yaklaşımı olarak stratejik bilgi yönetim sürecinin bir parçası haline getirilmesi gerekmektedir. Ufuk taraması, örgütün amaçları doğrultusunda bilgi yönetim stratejilerini belirlemenin ötesinde inovasyon yönetimi sürecine de katkı sağlamaktadır. Endüstri 4.0’ın ürünü bilişim teknolojilerinin etkin kullanımıyla örgütler sahip olduğu büyük veriyi iş zekası ile ele alıp uzun vadeli bir gelecek üzerinden değerlendirmelidir. Kanıtlara dayalı karar verme sürecinde ana unsur olan büyük veri (Çakırel, 2016) aynı zamanda ufuk taraması için de kaynaktır. Dolayısıyla gelişen iş zekâsı olanakları aynı zamanda ufuk taramasını kolay uygulanabilir hala dönüştürmektedir. Bazı organizasyonlarda ufuk taraması “çevresel tarama” veya “örgütsel erken uyarı” veya “iş zekâsı” süreçleri altında gerçekleştirilmektedir. Bu elbette tüm örgütler için geçerli olan bir tablo değildir önemli ölçüde örgütün kültürü ve ufuk tarama görevini veya sürecini yöneten bireyin ya da ekibin politik bakışıyla ilgilidir (Delaney, 2014). Bir örgüt ile ilgili veriye erişmek, veriyi analiz etmek ve raporlamak için kullanılan teknolojiyi ifade eden iş zekâsı, geçici ve anlık raporlama, çevrimiçi analitik işlem, gösterge tabloları, puan tabloları, arama görselleştirme ve daha fazlasını içeren geniş bir yazılım spektrumunu da içine almaktadır (Baran, 2017). Şekil 2’de de verildiği gibi iş zekâsı da bilgi yönetim süreci içerisinde örgütün stratejisine bağlı olarak işletilen bir süreçtir. Bu noktadan sonra ufuk taraması yaklaşımı detaylı olarak sunulacaktır.

2. UFUK TARAMASI

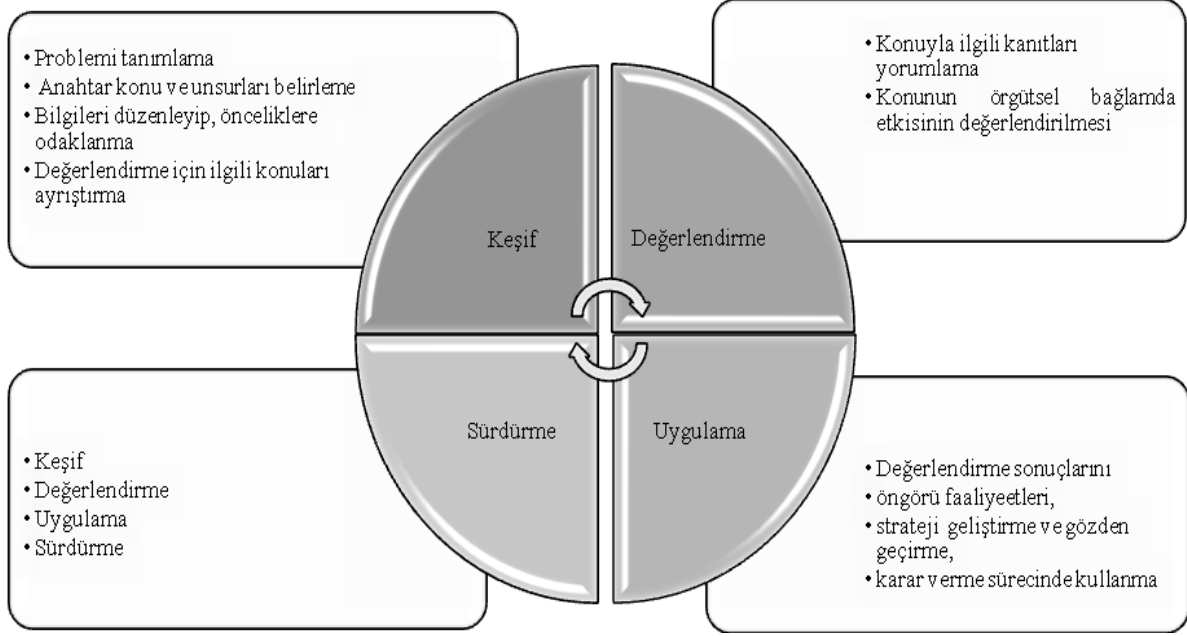
Tarama kelimesi çelişkili olarak iki farklı anlamı içinde barındırmaktadır. Bunlardan ilki belirli bir bilgi ya da özelliği bir literatürde, metinde ya da listede aramaktır diğeri ise bu özelliği sürekli kontrol ederek sık sık düzenli bir şekilde (sağlık taraması, virüs taraması gibi) araştırmaktır. Bağlamına bağlı olarak, küçük bir alanı derinlemesine taramak veya geniş bir alanı oldukça yüksek bir seviyede taramak mümkün olabilmektedir (Palomino ve diğerleri, 2012). Ufuk kelimesi ise kişinin anlayışı, kavrayışı, görüşü veya düşünce gücü olarak

tanımlanabilir (OED, 2018; TDK, 2018). Ancak bu kelimenin bir araya gelmesinden oluşan ufuk taraması net olarak tanımlanmamış, farklı şekillerde kullanılmıştır. Açık bir tanımdan yoksun olan kavram, nasıl ve neden yapıldığına ilişkin belirsizliğini korumaktadır. Ancak dar anlamda; bir örgütün politik, ekonomik, sosyal, teknolojik veya ekolojik ortamında ortaya çıkan sorunlar ve eğilimler hakkında geniş bir yelpazede bilgi toplayan bir politika aracı anlamına gelmektedir. Daha genel olarak, örgütlerin belirsiz ve karmaşık bir gelecekle daha iyi başa çıkabilmesi için yeteneklerini geliştirmeyi amaçlayan, öngörü aktiviteleri olarak kullanılmaktadır (Habegger, 2009). Ufuk taraması, örgütsel düzeyde politika yapıcılara örgütün dış çevresinde ortaya çıkan eğilim ve gelişmeler hakkında bilgi sağlamasının yanı sıra arzulanan geleceğin öngörülmesini destekleyerek birey ve örgüt arasındaki bilgi akışının sağlanmasına da vurgu yapmaktadır. Burada vurgulanan dış çevre ya da küresel çevre en yaygın STEEP (*Social, Technological, Economic, Environmental, Political*) sosyal, teknolojik, ekonomik, çevresel ve siyasi çevredir. Bu kısaltmada her ne kadar yer almasa da sosyal kategorisinin altında demografik ve kültürel çevre de yer almaktadır. Örgütün çevresini tanımlamak için kullanılan diğer bir kısaltma ise EPISTLE (*Economic, Political, Informational, Social, Technological, Legal, Environmental*) ekonomik, siyasi, bilgilendirici, sosyal, teknolojik ve yasal çevredir (Bishop, 2009). Bu yönleriyle ufuk taraması hem bilgi sağlayıcı hem de politika yapıcı bir role sahiptir. Genel olarak amacı, karar vermeyi desteklemek için toplanan en iyi bilgilerin, en iyi şekilde kullanılmasını sağlamaktır. Örneğin, yatırım fırsatlarını tanımlamak veya politika geliştirmeyi desteklemek gibi. Mevcut tehditler ile planlamanın sınırları içindeki potansiyel tehditler, fırsatlar ve muhtemel gelecekteki gelişmelerin sistematik olarak incelenmesi olan ufuk taraması ile yeni ve beklenmedik sorunların yanı sıra mevcut sorunlar ve eğilimler de belirlenebilir. Çok geniş olarak kabul edebilecek bu yüksek düzeydeki tanım, ufuk taramasının diğer geleceğe yönelik tekniklerden yeterince ayırt edilmesine imkân sağlamaktadır (Palomino, ve diğerleri, 2012). Kısaca ufuk taraması, farklı bir bakış açısıyla geleceğe ilişkin örtük ve açık varsayımları tanımlayarak risk, belirsizlik ve eğilimlerin kapsamlı ve sistematik olarak incelenmesidir.

2.1. Ufuk Taraması Süreci

Örgütler çevreye duyarlı bir yönetim anlayışıyla, örgütün çevreye ve çevrenin örgüte olan etkilerini belirlemek için stratejik planlama yapmak zorundadırlar. Ciddi bir stratejik yönetim süreci işleten örgütler kullandıkları öngörü teknikleri sayesinde, ekolojik etkilerin yanı sıra tüm dışsal etkileri tahmin edebilmektedirler. Böylece, geniş ölçekli bir planlama ile örgüt amaçlarına uygun yeni pazarlar, teknolojiler ve üretim sistemleri belirlenebilmektedir (Aydın

ve Bedük, 2010). Bu öngörü tekniklerinden biri olan ufuk taraması süreci Şekil 3'te özetlenmiştir:



Şekil 3: Ufuk Taraması Süreci

Kaynak: (Rowea, Wright ve Derbyshire, 2017)

Şekil 3'te verilen ufuk taraması sürecinin aşamaları aşağıda açıklanmıştır:

Keşif: Sürecin ilk aşamasıdır. Bu aşama (tüm süreç boyunca) dış çevrenin sürekli bilgi toplanarak taranması ve izlenmesini içermektedir. Bu aşama web tabanlı ya da gerçek zamanlı atölye çalışmaları veya beyin fırtınası oturumları ile gerçekleştirilebilir. Örgütü etkileyen ve ilgilendiren değişiklikler, gelişmeler ve zayıf sinyaller belirlendikten sonra yöneticiler dikkatlerini örgütün bu değişimlerle ilgili kaygılarına odaklayarak belirlenen bu konularla ilgili bilgi toplayarak, önceliklere odaklanmalı ve süreci yönetmelidirler. Çeşitli kaynaklardan bilgi toplanması farklı görüşler ve düşünme şekilleri sunarak potansiyel sorun ve çözümleri damıtmaya yardımcı olmaktadır (Delaney, 2014). Bu süreç sırasında elde edilen bilgiler anahtar konuları değerlendirmek için kanıtlara dönüştürülerek ayrıştırılır.

Değerlendirme: Bu aşamada planlayıcılar, kanıtların değerini anlaşılır bir biçimde değerlendirebilmek ve gelecek için etkilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak için konu ile ilgili bilinenlerin ve varsayımların ötesine geçmelidirler. Bu aşama elde edilen bilgilerin analiz ve sentezi sonucu bir yorumlama etkinliği içermektedir.

Uygulama: Bu aşama, öngörü sürecinin sonucunu, öngörü/strateji oluşturma ve gözden geçirme, risk analizi ve karar verme süreçlerine yardımcı olmak için yaymayı içermektedir.

Sürdürme: Sürecin son aşamasıdır. Bütünsel olarak örgütsel bilgi yönetimi ve karar verme sürecini geliştirmeyi sağlayan ufuk taraması faaliyetlerinin sürdürülmesini içermektedir.

2.2. Kullanım Amacı ve Süreçte Kullanılan Araçlar

Ufuk taraması süreci, örgütün hedeflerine ulaşma kabiliyetini etkileyebilecek değişikliklerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Örneğin, planları, ürünleri, politikaları, programları, hizmetleri ve stratejileri tasarlamak ve sunmak için kullanılabilir. Bu yönüyle, örgütün karşı karşıya olduğu stratejik değişiklikler ve potansiyel değişimleri erken keşfetme görevini yerine getiren bir süreçtir (Delaney, 2014). Örgütün dış ortamdaki değişimin erken göstergelerini bularak yorumlaması için kullanılan ufuk taraması, potansiyel fırsatlar ve tehditler ile karar vericilerin buna göre plan yapmalarını ve zamanında eyleme geçmelerini sağlayacak erken uyarı sistemi olarak hizmet edip, örgütsel öngörü kültürünü teşvik etmektedir (Bengston, 2013). İster kamu ya da özel sektör olsun iyi tasarlanmış ufuk taraması sistemi örgüte cazip fırsatlar sunabilmektedir. Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz (Palomino ve diğerleri, 2012);

- Örgütün gözden geçirip iyileştirebileceği öncelikleri ve politikaları için dış etkilerin, algıların, eğilimlerin ve gelişmelerin tanımlanması.
- Önceliklendirme ve yatırım için alanındaki boşlukların tanımlanması ve potansiyel alanların keşfi için daha fazla araştırmanın yapılması.
- Ortaya çıkan bilim ve teknolojinin etkilerini anlamak için daha yeni kanıtların toplanması ve durum tespiti çalışması yapılması.
- Gelişmekte olan bilim ve inovasyon bilgisinin rekabet avantajına çevrilme fırsatı için kullanılması.
- Farklı belki de birbiriyle çelişebilen bir gelecek perspektifi kazanılması.

Ufuk taraması; potansiyel riskleri daha iyi anlamak, örgütleri çevresel değişikliklere hızlı tepki verebilecek şekilde hazırlamak, yeni ürün ve hizmetler için fırsatları belirlemek ve inovasyon etkinliği için odak geliştirmek ve senaryo planlaması veya diğer modelleme ve gelecek tahmin teknikleri kullanılarak analiz için temel sağlamak gibi amaçlarla örgütsel düzeyde kullanılabilen bir tekniktir (Brown, 2007). Senaryo yaratma sürecinde eğilimlerin belirlenmesi için kullanılması ufuk taramasının, gelecek araştırması yapmak için ilk adım olduğu söylenebilir (Tunalı ve Kiraz, 2017). Bu amaçlarla kullanılan ufuk taraması, kanıt

tabanlı (Evidence-based/Deductive approach) ve istihbarat tabanlı (Intelligence-Based/Inductive approach) ufuk taraması olmak üzere iki farklı yaklaşımla gerçekleştirilmektedir. Burada Mintzberg'in strateji belirleme sürecinde perspektif için, mevcut durumun ötesine, arkasına, üstüne ve çevresine bakma ihtiyacı ufuk taraması için de geçerlidir. Ufuk taraması, potansiyel değişimin tek bir değişim gözlemiyle erken tanımlanmasıyla başlar ancak isabetli sonuçlar için kanıta dayalı ve sürekli istihbarat raporları ile değişim modellenabilir (Jackson, 2013). Bu noktada kanıt tabanlı ufuk taraması daha durağan yapıya sahipken istihbarat tabanlı tarama daha dinamikdir.

Ufuk tarama sürecinde araştırmacılar, taramaya esas olacak değişimin erken sinyallerini değişikliğin bilimsel bir keşif, teknik yenilik veya bir çıkar grubunun değer veya davranış değişikliği olup olmadığını araştırmalıdır. Bu süreçte veri toplama kaynağı, düşünce kuruluşları, akademik yayınlar, ana akım medya, kurumsal öngörü, uzman/stratejik düşünürleri, hükümet kaynakları, alternatif dergiler ve bloglar, hayır kurumları ve sivil toplum kuruluşları, azınlık toplulukları ve fütüristlerden oluşturulmaktadır (Jackson, 2013). Bunun yanı sıra, gazeteler, web siteleri, bloglar, wiki, video, haber siteleri, bültenler, dergiler, kitaplar, kitap incelemeleri, sunumlar, raporlar, anketler, röportajlar, seminerler, sohbet odaları, reklam verenler, filozoflar, sosyologlar, yönetim guruları, danışmanlar araştırmacılar, uzmanlar ve üniversitelerin hepsi olası bilgi kaynakları olarak değerlendirilip ulaşılmaya çalışılmalıdır.

Tablo 1'de ufuk taramasında veri/enformasyon toplama araçları ve özellikleri verilmiştir. Bu araçlardan Wiki ve benzer kolektif platformlar, web tabanlı işbirliğine dayalı teknolojilerdir. Hatırı sayılır bir başarı yakalayan bu oluşumlar erken uyarı için önemli veri toplama alanları olarak değerlendirilebilir. İşbirliğine dayalı öğrenmeyi teşvik etmek potansiyelinden dolayı kısa sürede hızla büyüyen bir içeriğe ulaşma potansiyeline sahiptir (Amanatidou vd., 2012). Diğer bir araç ise mikroblog olarak nitelendirilen Twitter, facebook gibi sosyal medya araçlarıdır. Bunlardan Twitter, 2006 yılında "Twtr" adıyla Jack Dorsey tarafından kurulmuştur. Bugün en çok bilinen mikroblog olan Twitter'ın 2010'un başında 20 milyon tekil kullanıcısı ve 50 milyon mesajı varken, Mart 2015 itibarıyla bu rakamlar 302 milyon üyeye ve "tweet" olarak bilinen 500 milyon mesaja ulaşmıştır (Uhl vd., 2017). Twitter'ı bir ufuk taraması aracı olarak ele alan ilk çalışmalardan biri Kayser ve Bierwisch (2016) tarafından yapılan "Öngörü için Twitter'ı Kullanmak: Bir Fırsat mı?" adlı çalışmadır. Çalışmada, içerik çeşitliliği, çok sayıda kişiye hızlı ve eş zamanlı erişim imkânıyla zengin bir veri toplama alanı sunan Twitter'ın sadece bir bilgi paylaşım platformu olarak değil araştırma kaynağı olarak da öngörü çalışmalarında önemli bir araç olduğu vurgulanmaktadır.

Tablo 1: Ufuk Taramasında Veri/Enformasyon Toplama Araçları ve Özellikleri

Veri/enformasyon Toplama Aracı	Katılım	Zorluklar	Yorumlar	Zayıf Sinyalleri Yorumlayıp Analiz Edebilme Düzeyi
Elle Tarama (genellikle belirlenmiş bir veri tabanı ile yapılır)	Bilimsel dergilerdeki makaleleri incelemek, gazeteler, politikalar raporlar, istatistiksel veri kitapları vb.	Ender bulguları elde etmek zordur.	Genellikle ana toplama aracı internettir. "Masa başı araştırma" niteliğinden dolayı arama motorlarının sakıncaları devreye girmektedir.	Yüksek
Metin Madenciliği Ve İlişkili Diğer Teknikler	Bilgisayar okuyazarı tarayıcılar ve algoritmalar için programcılara ihtiyaç vardır.	Olağandışı bilgiler elde etmek mümkün olmayabilir daha çok, ağ ilişkisini belirlemek amacıyla kullanılabilir.		Orta
WIKI ve Benzer Kolektif Platformlar	Bilgi toplama ve tartışma için gönüllü katılım sağlar.	Bilgileri girmek ve işlemek için gereken çaba nispeten yüksektir.	Birkaç kişiden daha fazla katılımcı bulmak zor olabilir.	Düşük
Uzman Bir Ekip Tarafından Hazırlanan Anketler	Bilgili kişilerin katılımı sağlanmalıdır.	Uzman ve katılımcıların seçimi ile ilgili zorluklar yaşanabilir.	Anket sonuçları anlamlı bir şekilde analiz etmek zor olabilir.	Yüksek
Konferanslar/atölyeler	Konferans /atölye çalışmalarında tartışmaların analizi etkin yapılmalıdır.	Ortaya çıkan sorunlar ele alınabilecek nitelikte olmayabilir.	İlgili alanda sosyal ağ oluşturmak için kullanılabilir.	Yüksek
Yeni Sosyal Medya Araçları (Twitter vb.)	Yeni olaylar ve gelişmeler hakkında hızlı bilgi elde etmeyi sağlar.	Bilgileri derinlemesine inceleme sonrası, gelişmiş bir seçim ve işleme yeteneği gerektirir.		Düşük

Kaynak: (Amanatidou ve diğerleri, 2012)

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Endüstri 4.0 birçok bileşeniyle örgütleri iç ve dış çevrelerinde etkilemeye devam etmektedir. Örgütler de iç ve dış çevrelerinde kontrolsüz bir şekilde artan verileri enformasyon ve bilgiye dönüştürmenin ötesine geçip örgütün varlığını sürdürecektir entelektüel sermayeye dönüştürmek zorundadır. Bu çalışmada örgütlerin bilgi yönetim süreçlerini durağan bir yapı içinde değil dinamik bir süreç olarak ele alıp gelecek kurgularında sürecin çıktılarını kullanmaları vurgulanmıştır. Ancak, maalesef çoğu zaman geleceği görmezden gelme eğilimi gösterebilmekteyiz. Bu göz ardı edişin birçok sebebi olsa da esasında, değişimi anlayıp, yorumlamayı ve ona uyumlanmayı reddedişle aynı nedene dayandığı söylenebilir. Bu çalışma her ne kadar kendine sadece bilgi yönetimi ve ufuk taramasını ele alan bir çerçeve çizse de bu iki değişken etrafında planlanması ve gözden kaçırılmaması gereken çokça değişkeni de işaret etmektedir. Bunlardan biri de kuşkusuz inovasyondur. Hem bilgi yönetimi ve hem de öngörü çalışmalarının birlikte değerlendirilmesi sonucu, ancak endüstri 4.0'ın ortaya çıkardığı boşluklar/niş alanlar işletmeler tarafından inovasyon süreci etkin işletilebilir. Genel olarak bildiklerimiz geçmişle ilgiliyken, kararlarımız gelecekle ilgilidir. Kararlar bu bilgilerden beslenmektedir. İşletmelerin de geleceğe ilişkin kararları ancak bilgi yönetim süreçlerini bilgi toplamanın ötesine geçirmeleri ile mümkündür.

Çalışmanın konusu olan ufuk taraması geleceği sadece öngörmek değil geleceğe ilişkin kestirimde bulunmaya da yardımcı olan bir araçtır. Bu noktada Fütüroloji (gelecek bilimi) ile karıştırılmamalıdır. Ancak gene de geleceğe ilişkin bir öngörü çabası olduğu için bazen olağandışı yaklaşımlar da sergilemeyi zorunlu hale getirmektedir. Tüm çabalar bazen zayıf sinyali fark edip değişimi yorumlamak içindir. “*Technolife 2035: How Will Technology Change Our Future?*” (Technolife 2035: Teknoloji Geleceğimizi Nasıl Değiştirecek?) ve “*Foresight and Innovation: How Companies are Coping with the Future*” (Öngörü ve Yenilik: Şirketler Gelecekle Nasıl Başa Çıkacak) kitaplarının yazarı Elina Hiltunen (Browne, 2015) zayıf sinyalin özelliklerini sıralarken hiç de tanıdık olmadığımız bir yaklaşım sergilememiz gerektiğini vurgular gibidir. Hiltunen zayıf sinyali; gerçek dışı görünen, fazla bilgi sahibi olmadığımız, çoğu zaman komik ve garip, statükoya meydan okuyan, örgüt tarafından reddedilen, son derece yıkıcı olabilen ve daha önce hiç yapılmamış olan olarak tanımlamaktadır (<http://www.horizons.gc.ca>, 2018). Kısaca, ufuk taraması; söylemesi kolay yapması zor, ihtiyaç duyulan, samanlıkta iğne arama faaliyetidir. Örgütlerin zor çevresel değişimleri belirleme yeteneği ile çevrelerini anlama ve yüksek farkındalık oluşturmalarına katkıda bulunarak, değişime hızlı ve etkin cevap vermelerini sağlamaktadır. Tüm bunların ışığında, ufuk taraması, her işletmenin stratejik etkinlik portföyünün bir parçası olmalıdır.

Son olarak, bu çalışma öngörü tekniklerinden biri olan ufuk taramasını literatüre dayalı olarak açıklayıp bilgi yönetimi ile olan ilişkisine değinerek, tekniğin Türkçe alan yazınındaki boşluğuna katkıda bulunma hedefine ulaşmış olsa da bundan sonraki çalışmalarda işletmelerin çevreleri dikkate alınarak daha özel ve uygulamaya dönük çalışmalar yapılabilir. Ayrıca, ülkemizde örgütsel düzeyde masa başı stratejik planlamalar yapmak yerine ufuk taraması birimleri oluşturularak örgütün faaliyet alanlarına yönelik politika yapıcı çalışmalar yapılabilir. Bu anlamda bu çalışma bir zayıf sinyal özelliği taşıyor olabilir mi? Komik ya da garip geldiyse en azından doğru yolda olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Amanatidou, E., Butter, M., Carabias, V., Könnölä, T., Saritas, M. L., Schaper-Rinkel, P., and Rij, V. V. (2012). On Concepts and Methods in Horizon Scanning: Lessons From Initiating Policy Dialogues On Emerging Issues. *Science and Public Policy*, 39(2), 208-221.
- Aydın, M. E., Bedük, F. (2010). İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Karaman İli İçin Bir Örnek Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 403-414.
- Baran, M. (2017). İşletmelerde Rekabet Avantajı Elde Etek Büyük Veri Bilgi Yönetimi ve İş Zekası. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Bengston, D. N. (2013). Horizon Scanning for Environmental Foresight: A Review of Issues and Approaches. United States Department of Agriculture. https://www.fs.fed.us/nrs/pubs/gr/nrs_gr121.pdf (01.07.2018)
- Berry, M. and Johnston-Jewell, D. (2014). The Role of Knowledge Management in Fortifying Foresight. http://openresearch.ocadu.ca/id/eprint/347/3/BerryJohnstonJewell_MartinDustin_2014_Mdes_SFIM_MRP.pdf (01.07.2018)
- Bishop, P. (2009). Horizon Scanning Why is It So Hard? (01.07.2018)
<http://www.law.uh.edu/faculty/thester/courses/Emerging%20Tech%202011/Horizon%20Scanning.pdf>
- Brown, D. (2007). Horizon Scanning And The Business Environment The Implications For Risk management. *BT Technology Journal*, 25(1), 208-214.
- Browne, R. (2015). A Review of Elina Hiltunen's Foresight and Innovation: How Companies are Coping with the Future. *Journal of Futures Studies*, 19(4), 117-118.
- Commission, E. C., JRC, IPTS. (2018). Criteria For Defining The Time Horizon. http://forlearn.jrc.ec.europa.eu/guide/3_scoping/dec_time-horizon.htm (01.07.2018)
- Çakırel, Y. (2016). İşletmelerde Büyük Veri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 52-62.
- Delaney, K. (2014). Introduction to Horizon Scanning In The Public Sector. Australian Department of Industry.
- Garrett, T. (2017). Future Studies Techniques – Scenario Planning and Foresight. <http://moodlearchive2017.uws.ac.uk/> (01.07.2018)
- Habegger, B. (2009). Horizon Scanning in Government: Concept, Country Experiences, and Models for Switzerland, Swiss Federal Office for Civil Protection. Zurich
<https://works.bepress.com/beathabegger/16/>. (01.07.2018)
- Hines, A., Bengston, D. N., Dockry, M. J., and Cowart, A. (2017). Setting Up a Horizon Scanning System: A US Federal Agency Example. <https://www.andyhinesight.com/wp-content/uploads/2018/01/Setting-Up-a-Horizon-Scanning-System-PrePub-DRAFT.pdf>
- <http://www.horizons.gc.ca>. (2018). Weak Signals. <http://www.horizons.gc.ca>.
- <https://www.gov.uk>. (2018). Horizon Scanning Programme Team. <https://www.gov.uk/government/groups/horizon-scanning-programme-team> (01.07.2018)
- İnce, M. ve Oktay, E. (2009). Bilginin Bir Stratejik Güç Olarak Önemi ve Örgütlerde Bilgi Yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(9), 15-29.
- Jackson, M. (2013). Practical Foresight Guide (Chapter 4–Scanning).
<https://www.shapingtomorrow.com/media-centre/pf-ch04.pdf> (01.07.2018)
- Kayser V., and Bierwischa A (2016). Using Twitter for foresight: An opportunity? *Futures* 84, 50–63.
- Miles, I., and Saritas, O. (2012). The Depth Of The Horizon: Searching, Scanning And Widening Horizons. *Foresight*, 14(6), 530 - 545.
- OED. (2018). What's Horizon?
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/horizon>. (01.07.2018).

- Özdemir, V. (2018). “Sanayi 4.0 Ufuk Taraması: Yapay Zekâ İle Akıllı Fabrika, Dijital Hastane ve Şehir Tasarımı” <https://www.dunya.com/kose-yazisi/sanayi-40-ufuk-taramasi-yapay-zeka-ile-akilli-fabrika-dijital-hastane-ve-sehir-tasarimi/417802> (01.07.2018).
- Özdenizci, B. (2015). Bilgi Değer Zinciri. S. Gülseçen içinde, Bilgi Yönetimi Bilgi Türeticileri, Büyük Veri İnovaasyon ve Kurumsal Zeka. İstanbul: Papatya Bilim.
- Palomino, M. A., Bardsley, S., Bown, K., Lurio, J. D., Ellwood, P., Holland - Smith, D., and Vincenti, A. (2012). Web-based Horizon Scanning: Concepts And Practice. *Foresight*, 14(5), 355-373.
- Popper, R., Keenan, M., Medina, and Miles, I. (2008). Benchmarking the Colombian Foresight Programme Against Practices in Europe and South America. *Cuadernos de Administración*, 40, 9-25.
- Pozdnakova, A. (2008). Knowledge Management And Foresight Elements For Small And Medium Enterprises . *Computer Science*, 34:126-137.
- Rowea, E., Wrightb, G., and Derbyshire, J. (2017). Enhancing Horizon Scanning By Utilizing Pre-Developed Scenarios: Analysis Of Current Practice And Specification Of A Process Improvement To Aid The Identification Of Important ‘Weak Signals. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 224–235.
- Saritas, O., and Smith, J. E. (2011). The Big Picture–Trends, Drivers, Wild Cards, Discontinuities And Weak Signals. *Futures*, 43, 292–312.
- Savran, G. A. (2004). Marx’dan Delphy’ye Bir Ufuk Taraması (Beden Emek Tarih İçinde). İstanbul: Kanat Yayınları.
- Sevencan, M. (2010). Bir Stratejik Öngörü Metodu Olarak Senaryo Planlama. *KÖKSAV E-bülten*, 1-25.
- TDK. (2018). Ufuk. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bae2cd3ce30f5.04459657 (01.07.2018).
- Tunalı, S. ve Kiraz, E. (2017). Gelecek Üzerine Araştırma Yapma Yöntemlerinin Eğitim Araştırmalarında Kullanılması. *Yaşadıkça Eğitim*, 31(2), 41-54.
- TÜBİTAK (2004). Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları 2003-2023 Strateji Belgesi. https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf (01.07.2018).
- Uhl A., Kolleck N., and Schiebel E. (2017). Twitter Data Analysis As Contribution To Strategic Foresight-The Case Of The EU Research Project Foresight and Modelling for European Health Policy and Regulations (FRESHER). *European Journal Futures Research* 5(1), 2-16.
- Yavan, Ö. (2012). Örgüt Stratejileri Kriz Yönetimi ve Senaryolar. *Kamu-iş*, 12(2), 101-135.

Citation: Yıldırım G. & Güngör A. & Uzun Kocamış T. (2018), Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğini Seçmelerinde Kişisel Becerilerinin Ve İş Hayatından Beklentilerinin Etkisinin Araştırılması, BMIJ, (2018), 6(4): 935-951 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.283>

MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN MUHASEBE MESLEĞİNİ SEÇMELERİNDE KİŞİSEL BECERİLERİNİN VE İŞ HAYATINDAN BEKLENTİLERİNİN ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

Gülçin YILDIRIM¹

Ayşegül GÜNGÖR²

Tuğçe UZUN KOCAMIŞ³

Received Date (Başvuru Tarihi): 07/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 30/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Meslek seçimi, bireylerin en önemli kararlardan biridir. Bireylerin kişisel farkındalıklarına uygun alanlarda kariyer planlamaları yapmaları ve bu alanlardaki meslekleri tercih etmeleri önemlidir. Muhasebe ve muhasebecilik mesleği de küreselleşme sürecinde hem ticaret hayatında hem de gençlerin meslek seçiminde önemli bir yer edinmiştir. Bu bağlamda muhasebe bölümünde öğrenimini sürdüren öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörlerin bilinmesi mesleki farkındalıklarının ortaya konulmasında önemli bir etkidir. Bu çalışma, Meslek Yüksekokul Öğrencilerinin muhasebe meslek seçiminde kişisel becerilerinin ve iş hayatından beklentilerinin etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında yapılacak araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, İstanbul Üniversitesi SBYO Muhasebe ve Vergi Bölümünde okuyan 81 öğrenciye ve Nişantaşı Üniversitesi MYO Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümünde okuyan 44 öğrenciye uygulanmıştır. Anket sonuçları "SPSS for Windows 24.0 sürümü" ile faktör analizine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda, anket uygulamasına katılan muhasebe ve vergi uygulamaları programı öğrencilerinin meslek seçimi tercihlerini muhasebe alanında iş imkânlarının fazla olması düşüncesinin etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Eğitimi, Meslek Seçimi, Mesleki Eğitim, Meslek Yüksekokulları

JEL Sınıflandırması: A2,M41

INVESTIGATING THE EFFECT OF PERSONAL SKILLS OF ACCOUNTING STUDENTS AND THEIR EXPECTATIONS FROM BUSINESS LIFE IN CHOOSING ACCOUNTING AS A PROFESSION

ABSTRACT

Choosing a career is one of the most important decisions of an individual. It is important that individuals make career plans in the fields appropriate to their personal awareness and prefer professions in these areas. Accounting and accountancy profession has gained an important place in the process of globalization both in business life and in the choice of young people. In this context, knowing the factors that affect the selection of students in the accounting department is an important factor in determining their occupational awareness. The aim of this study is to reveal the impact of personal skills and expectations of professional students in the choice of accounting profession. In the research to be carried out within the scope of the study, survey method was used as data collection method. The questionnaire was applied to 81 students studying at the Accounting and Tax Department of Istanbul University and 44 students studying at the Accounting and Tax Applications Department of Nisantasi University. The results of the survey were subjected to factor analysis with SPSS for Windows 24.0 version. As a result of the analyzes, it was determined that the choice of accounting and tax applications program students who participated in the questionnaire was affected by the thought that a lot of business opportunities are present in accounting area.

Keywords: Accounting Education, Professional Selection, Vocational Training, Vocational Schools

JEL Codes: M41, A2

¹ Dr. , gulscin@hotmail.com

² Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, aysegul.gungor@nisantasi.edu.tr

³ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, tugce.uzun@istanbul.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3877-6774>

<http://orcid.org/0000-0001-6704-9309>

<https://orcid.org/0000-0001-7769-2621>

1. GİRİŞ

Ekonomik faaliyetlerde bulunan tüm işletmelerin mali nitelikteki işlemleri muhasebe mesleğinin konusunu oluşturmaktadır. Muhasebe bilgi sistemi olmadan verimliliğin ve etkinliğin sağlanması mümkün değildir. Bir bilgi sistemi olarak muhasebe, entegre sistemlerle işletmelerin verimliliğine ve etkin faaliyet yönetimine olumlu katkı sağlamaktadır. Günümüz ekonomisinde küreselleşen sermaye şirketleri diğer alanlarda olduğu gibi muhasebe alanında da mesleki becerisi yüksek nitelikli iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Genç ve dinamik nüfus yapısına sahip olan ülkemizde iş dünyasının beklentilerine cevap verebilecek mesleki beceriye sahip nitelikli işgücünün yetiştirilmesinde öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörler önem taşımaktadır. Ülkemizde büyük ölçüde tesadüflere bağlı olan meslek seçimi bireylerin en önemli kararlarından olup, kendini gerçekleştirmenin önemli bir aşaması olarak görülmektedir (Binici & Arı, 2004, s. 394). Bu nedenle meslek seçiminde bireylerin yetenekleri ve kişisel özellikleri karar verme aşamasında dikkate alınmalıdır.

2006 yılında kurulan ve kuruluş amacı Avrupa Birliği ile uyumlu "ulusal mesleki yeterlilik sistemi" ni kurmak ve işletmek olan Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK)'nun bir mesleğin başarı ile icra edilebilmesi için teknik ve meslekî alanlarda ulusal yeterlilik esaslarını belirlemesi mesleki ve teknik eğitim veren okullardan mezun olacak bireylere katkı sağlayacaktır (Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2018). Bu nedenle muhasebe bölümünde öğrenim gören öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörlerin bilinmesi mesleki farkındalıklarının ortaya konulmasında önem arz etmektedir.

1977 yılında Münih'te düzenlenen 11.Dünya Muhasebeciler Kongresi'nde kurulan Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC-The International Federation of Accountants) bünyesinde yer alan Uluslararası Muhasebe Eğitim Standartları Kurulu (IAESB- International Accounting Education Standart Board) muhasebe eğitiminde uluslararası alanda uygulanabilecek ve mesleki gelişime katkı sağlayacak standartlar yayınlamaktadır (About IFAC- History, 2017). Bu standartlardan IES 3 Mesleki Beceriler standardının içeriğinde muhasebe meslek mensuplarının entelektüel becerileri, teknik becerileri, kişisel becerileri, iletişim becerileri ve örgütsel becerileri yer almaktadır. Meslek Yüksekokulları bu becerilerin gelişimine katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu nedenle meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin kişisel becerilerinin tespit edilmesi mesleki gelişime katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada, meslek yüksekokulu öğrencilerinin muhasebe meslek seçiminde kişisel becerilerinin ve iş hayatından beklentilerinin etkisi analiz edilerek ülkemizde ulusal mesleki yeterlilik sisteminin kurulması yönünde literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçla çalışmada öncelikle konuya ilişkin ampirik çalışmaları içeren literatür incelenmiş, sonrasında çalışmanın yöntem ve uygulaması hakkında bilgi verilmiş, son bölümde ise anket verilerinin analizi sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kariyer beklentilerini ortaya koymaya yönelik ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Çelenk, Atmaca ve Horasan (2010) tarafından Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünde lisans ve lisansüstü (yüksek lisans ve doktora) eğitimi alan öğrencilerin muhasebe eğitimi üzerine bakış açılarını ölçmeye yönelik yapılan çalışmada öğrencilerin; muhasebeye, muhasebe eğitimine, muhasebe öğretim elemanı faktörüne ve muhasebe ile ilgili mesleklere ilişkin bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ankete katılan öğrencilerin üniversite döneminde muhasebeye yöneldiği, öğrencilerin büyük bir kısmının muhasebe alanını seçmeden önce planladıkları bir kariyer alanı varken, sonrasında muhasebe alanına yöneldikleri tespit edilmiştir. Hoca faktörünün muhasebe alanının seçiminde önemli bir etken olduğu vurgulanan çalışmada muhasebe alanının seçiminde etkili olan diğer faktörlerin bu alanda iş bulma imkanının yüksek olması, muhasebe alanının prestij ve statü sağladığından dolayı tercih edildiği ifade edilmektedir.

Zandi ve Naysary (2013), Malezyalı erkek ve kız öğrencilerin muhasebe programlarına girme niyetini etkileyen faktörleri incelemek amacıyla yaptıkları çalışmalarında Malezya'da Uluslararası İslam Üniversitesi Malezya ve Tunku Abdul Rahman Kolejinde öğrenim gören 400 erkek ve kız öğrenciye yönelik olarak anket uygulamışlardır. Anket sonuçlarına göre tutum ve öznel normların, hem erkek hem de kız öğrencilerin muhasebe programlarına kayıt olma niyetleri üzerinde önemli etkiye sahiptir. Sonuçlar, muhasebe ile ilgili bilgi sahibi olunmasının erkeklerin kadınlara nazaran muhasebe eğitimini daha fazla tercih etmelerine neden olduğunu göstermektedir (Zandi & Naysary, 2013)

Atmaca ve Çoşgun (2014) meslek yüksek okullarında muhasebe ve vergi uygulamaları bölümünde öğrenim gören öğrencilerin motivasyon ve eğitim beklentilerini ölçmek amacıyla Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi MYO Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümü

öğrencilerine anket uygulamışlardır. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin muhasebe eğitimini tercih etmelerindeki ilk neden muhasebe eğitiminin sürekli gelişen ve dinamik bir yapıya sahip bir bilim dalı olduğu yargısıdır. Muhasebe mesleğinin prestijli ve kişisel gelişime dayalı bir meslek dalı olduğunu ifade eden öğrencilerin en temel motivasyon kaynağının mezun olduktan sonra yeni iş olanakları elde edilebileceği düşüncesi olduğu tespit edilmiştir.

Çakır, Canbaz ve Gümüş (2014) Uzunköprü Meslek Yüksekokulu'nda muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe dersine ilgileri ile muhasebe dersinden beklentileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Öğrenciler derslerin paneller, konferanslar vb. konularda etkinliklerle desteklenmesini beklediklerini, sınıfta teknoloji kullanımının artırılmasını ve güncel yayınlara erişimin kolaylaştırılmasını istediklerini belirtmişlerdir. Araştırmada, ticari lise öğrencilerinin muhasebe eğitiminin verildiği bölümlere daha fazla teşvik edilmelerinin muhasebe ara eleman kalitesini artıracığı çalışmada ifade edilmektedir.

Zauwiyah vd. (2015) muhasebe öğrencilerinin kariyer hedeflerinin incelenmesi üzerine yapmış oldukları çalışmada, muhasebe eğitimi veren kurumların mesleğin muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kişisel yaşamlarına getirdiği olası zorluklar için öğrencileri hazırlarken profesyonel kurumlarla birlikte çalışması gerekliliği ve staj deneyimlerinin öğrencilerin kariyer hedefleri üzerindeki etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Samsuddin ve diğerleri (2015) tarafından Malezya'da yapılan çalışma muhasebe öğrencileri arasında muhasebe eğitimi için farkındalık, motivasyon ve hazırlık seviyesini araştırmayı amaçlamaktadır. Niteliksel bir yöntem kullanılan bu çalışmada, UiTMJohor'daki muhasebe öğrencilerini kapsamaktadır. Veriler yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Bu çalışma, uygulamalı eğitim sırasında öğrenciler arasında mesleki muhasebe eğitimi konusunda farkındalık yaratılmasının önemini göstermiştir. Dışsal ve içsel motivasyonlara ek olarak, hazırlık seviyesi, öğrencilerin mesleki muhasebe eğitimini sürdürme kararını etkileyen önemli bir faktör olduğu çalışmanın sonuçlarındandır.

Yıldız ve Ülkü (2015) tarafından yapılan çalışmada lisans düzeyinde eğitim alan işletme bölümü öğrencilerinin zorunlu muhasebe dersleri öğrenim kazanımlarına ilişkin görüşleri ve bu görüşlerin bazı demografik, mesleki ve eğitimsel değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı konusu incelenmiştir. I. Öğretimde kayıtlı olan, muhasebe alanında iş tecrübesine sahip, ailesinde muhasebe meslek mensubu olan ve mezuniyet sonrası muhasebe mesleğini seçmeyi düşünen kız öğrenciler, II. Öğretimde kayıtlı olan, daha önce muhasebe ile ilgili bir işte çalışmayan, ailesinde meslek mensubu olmayan ve mezuniyet sonrası muhasebe mesleğini icra

etmek istemeyen erkek öğrencilere kıyasla muhasebe dersleri öğrenim kazanımlarına ilişkin sorulara genel olarak daha fazla katıldıklarını beyan etmişlerdir.

Akın ve Onat (2015) demografik özelliklerin muhasebe mesleğinin seçimindeki etkilerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, lisans ve önlisans düzeyinde muhasebe eğitimi alan kişilerin mesleki tercihlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Sonuçlara göre, daha fazla iş imkânı ve ihtiyaç duyulan bir meslek olması muhasebe mesleğinin seçiminde temel etkiler olarak belirlenmiştir.

Yıldırım vd. (2016) tarafından Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda muhasebe eğitimi alan öğrencilere yönelik yapılan çalışmada çeşitli demografik verileri ile umutsuzluk ve sektörde kalma niyetleri arasında bir ilişki olup olmadığı ortaya konmuştur. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış olup, anket sonuçları öğrencilerin umutsuzluk puanının hafif umutsuz düzeyinde olduğunu göstermektedir. Cinsiyet, mezun olduktan sonra muhasebecilik mesleğini seçme, muhasebe alanında iş deneyimi ve muhasebe bölümünü isteyerek seçme değişkenleri ile umutsuzluk ve sektörde kalma niyetleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Muhasebe dersi alan öğrencilerin başarısına etki eden faktörleri belirlemek ve gerekli çözüm yolları ile önerileri sunmak amacıyla Kızıl ve Gencer (2016) Yalova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme, İktisat ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümlerinde okuyan 156 öğrenciden anket metodolojisi kullanılarak veri toplamıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin çoğu muhasebe mesleğinin kariyer beklentilerine katkısının olduğunu düşünmektedirler. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre, ankete katılan öğrencilerin çoğu muhasebe mesleğinin geleceklerini garanti altına alacağını düşünmektedir.

Çarıkçı (2017) çalışmasında ön lisans ve lisans düzeyinde muhasebe eğitimi almakta olan öğrencilerin muhasebe bölümüne yönelik motivasyonlarını irdeleyerek, muhasebe bölümü tercihinde etkili olan faktörlerin motivasyonları üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamıştır. Süleyman Demirel Üniversitesi'nde muhasebe eğitimi alan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmanın verilerinin elde edilmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Değerlendirmeye alınan toplam 960 anketin analiz sonuçlarına göre; öğrencilerin muhasebe bölümü tercihlerinde muhasebe mesleğinin cazibesi, meslek lisesi ve bilinç dışı olmak üzere üç faktörün etki ettiği ve muhasebe mesleğinin cazibesi boyutunun öğrenci motivasyonu üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan öğrencilerin motivasyonlarının cinsiyete ve öğretim türüne göre farklılaşmadığı, mezun oldukları lise, öğrenim gördükleri okul türü ve muhasebe

bölümünü isteyerek tercih edip etmedikleri değişkenlerine göre farklılaştığı ortaya konulmuştur.

Ng ve diğerleri (2017) Malezya’da özel bir üniversitede muhasebe dersi alan öğrencilerin kariyerlerini etkileyen faktörleri ortaya koymak üzere yaptıkları çalışmalarında öğrencilerin kariyer hedefine ulaşmasında içsel faktörler, dışsal faktörler, üçüncü kişilerin baskısı ve kariyer baskısı olmak üzere dört faktörün etkisini ölçmüşlerdir. Anket yöntemini kullandıkları çalışmalarının sonucunda içsel faktörlerin ve kariyer baskısının kariyer hedefi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, dışsal faktörlerin ve üçüncü kişilerin baskısının kariyer hedefi ile anlamlı ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir (Ng, Lai, Su, Yap, Teoh, & Lee, 2017).

Aziz ve diğerleri (2017) Malezya’da Majlis Amanah Rakyat (MARA) kurumlarında öğrenim gören muhasebe öğrencilerinin muhasebe mesleğine ilişkin algıları, maddi yardımlar ve yardım ihtiyacını ve bu yardımların meslek seçiminde etkili olup olmadığını ortaya koymuşlardır. Araştırma yedi bağımsız değişken kapsamında yapılandırılmış bir anket çalışması kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, bağımsız değişkenleri bireysel olarak incelerken, sadece üç bağımsız değişkenin, öğrencilerin mesleki yeterlilik sağlama niyetiyle anlamlı bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Bunlar iş güvenliği veya istikrar, mali yardım ve cesarettir. Bulgular, muhasebe eğitimcilerinin yanı sıra mesleki kurumlar ve diğer ilgili kuruluşlar için Malezya'daki profesyonel niteliklere sahip muhasebe meslek mensuplarının sayısını artırma çabaları üzerinde de bir etkiye sahiptir. Çalışma aynı zamanda, öğrencilerin cesaret ve dayanıklılıklarının profesyonel olarak kalifiye muhasebecilere dönüşmelerinde önemli bir faktör olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır.

Erduru, Deran ve Çelik (2017) tarafından öğrencilerin muhasebe mesleği ile ilgili görüşlerini, mesleğe bakış açılarını ve muhasebe mesleğini seçme nedenlerini ve bakış açılarının demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programında eğitim gören 157 öğrenciye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarında cinsiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bununla birlikte eğitim durumu, yaş ve mezun olan lise değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Öztürk ve Kutlu (2017) çalışmalarında ön lisans ve lisans düzeyinde muhasebe eğitimi alan öğrencilerin bu derslerde teknolojik ürünlerin kullanımına bakış açılarını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çalışmanın hedef kitlesini; Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Kafkas Üniversitesi'ne bağlı Meslek Yüksek Okullarında öğrenim gören; muhasebe dersleri almış öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmaya temel oluşturan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin görüşleri ağırlıklı olarak muhasebe derslerinin bilgisayar, projeksiyon cihazı ve akıllı tahta gibi donanım araçları kullanılarak işlenmesinde yoğunlaşmıştır. Yazılım aracı olarak ise en fazla “İnternet Tabanlı Muhasebe Yazılım Programları”, “Paket Muhasebe Yazılım Programları” ve “Ofis Uygulamaları”nın kullanılması gerektiği sonucu elde edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Muhasebe ve muhasebecilik mesleğinin önemi küreselleşme sürecinde sosyal, ekonomik ve bilgi teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte artmaya başlamış ve meslek hem ticaret hayatında hem de gençlerin meslek seçiminde önemli bir yer edinmiştir. Bu bağlamda muhasebe ile ilgili bölümlerde öğrenimini sürdüren öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörlerin bilinmesi mesleki farkındalıklarının ortaya konulmasında önemli bir etkidir. Bu bağlamda bu araştırma ile İstanbul Üniversitesi ve Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programı öğrencilerinin muhasebe mesleğinin seçiminde kişisel becerilerinin ve iş hayatından beklentilerinin etkisinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

3.2. Yöntem

Araştırmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Literatür taranarak yapılmış akademik çalışmalarda yer alan anketlerden faydalanılmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun ilk bölümünde demografik özelliklere ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise çalışmanın ana konusunu oluşturan meslek seçimini etkileyen faktörlere ilişkin yargılara yer verilmiştir. İkinci bölümde yer alan 17 soruda 5’li likert ölçeği kullanılmış olup, anket formlarındaki cevaplar “SPSS for Windows 24.0 sürümü” ile analiz edilmiştir.

3.3. Veri Analizi

Bu araştırma, İstanbul Üniversitesi ve Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programında öğrenim gören ve araştırma kapsamında kullanılan anketteki sorulara uygun şekilde yanıt veren 125 öğrenciden elde edilen veriler ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilere ilişkin demografik faktörler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Öğrencilerin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımları

Cinsiyet	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)	Mezun Olunan Program	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
Kadın	78	62,4	Dış Ticaret	14	11,2
Erkek	47	37,6	Turizm ve Otelcilik	1	0,8
Toplam	125	100	Muhasebe	86	68,8
Yaş	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)	Bankacılık	2	1,6
17-18	16	12,8	Pazarlama	1	0,8
19-20	84	67,2	Diğer	21	16,8
21-22	23	18,4	Toplam	125	100
25-25+	2	1,6	Üniversite Sınavında Muhasebe Bölümü Tercih Sırası	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
Toplam	125	100	1-3 arası	99	79,2
Mezun Olunan Lise	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)	4-6 arası	16	12,8
Ticaret ve Meslek Lisesi	107	85,6	7-9 arası	5	4,0
Diğer Liseler	18	14,4	10 ve üzeri	5	4,0
Toplam	125	100	Toplam	125	100
Sınıf	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)	Öğrenim Görülen Üniversite	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
1.Sınıf	56	44,8	İ.Ü.	81	64,8
2.Sınıf	69	55,2	N.Ü.	44	35,2
Toplam	125	100	Toplam	125	100

Çalışmaya katılan öğrencilerin %62,4’ü kadın, %37,6’sı erkek; %67,2’sinin yaşı 19 ila 20 arasındadır. Öğrencilerin % 85,6’sı Ticaret ve Meslek Lisesinden mezundur ve mezun oldukları program sıralamasında Muhasebe birinci sırada yer almaktadır (%68,8). Öğrencilerin % 55,2’si ikinci sınıf öğrencisi ve % 64,8’si İstanbul Üniversitesi’nde eğitim görmektedir. Öğrencilerin şuan kayıtlı oldukları programı tercih etme sıralarına bakıldığında büyük bir kısmının ilk üç tercih arasında olduğu görülmektedir (%79,2’si). Araştırmaya katılan öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörlere ilişkin yargıları içeren sorulara vermiş oldukları yanıtların ortalamaları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Meslek Seçimi İle İlgili Sorulara Verilen Cevapların Ortalamaları

Sorular	N	Min.	Max.	Ort.	St. Sapma
Neden-sonuç ilişkisi kurabilme yeteneğim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,2160	1,18174
Çözüm odaklı ve analitik düşünme yeteneğim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,4160	1,15132
Bilgisayar kullanma becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,5920	1,25785
Takım çalışmasına yatkınlık ve iletişim becerilerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,5760	1,08705
Zaman yönetimi becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,3520	1,15183
Teorik bilgiyi uygulamaya aktarabilme becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,4720	1,11135
Sabırlı ve sakin biri olmam muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,2560	1,43068
Agresif ve sınırlı bir yapımın olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	2,0480	1,23037
Yeni bilgilere öğrenmeye açık olmam muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,7040	1,21830
Mesleğin saygın ve prestijli olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,5040	1,26761
Serbest çalışılabilir olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,7120	1,16962
İyi bir gelir elde edebileceğimi düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,6400	1,21416
İş imkânlarının çok olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,8720	1,17072
Kariyer hedefime ulaşmada iyi bir seçim olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,6320	1,32918
Mesleğin dinamik bir meslek olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,4640	1,18147
Bu mesleğin her zaman popüler olacağını düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,1840	1,36420
İyi bir yönetici olmak için muhasebe öğrenmem gerektiğini düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	125	1,00	5,00	3,6800	1,22869

Tablo 2’de görüldüğü üzere ankete katılan öğrencilerinin meslek seçiminde 3,87 ortalama ile en etkili faktörün “İş imkânlarının çok olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise 3,71 ortalama ile “Serbest çalışılabilir olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi yer almaktadır. Ankete katılan meslek yüksekokulu öğrencilerinin muhasebe alanında yer alan bir mesleği tercih etmeleri veya düşünmelerinde en az etkili unsur ise 2,04 ortalama ile “Agresif ve sinirli bir yapının olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesidir. En yüksek ortalama sonucundan da görüleceği üzere, meslek yüksekokulu öğrencilerinin büyük bir kısmı muhasebe mesleğinin seçimi konusundaki kararın muhasebe alanında geniş iş imkânlarının olduğu düşüncesi ile vermektedirler. Bu sonuç Akın ve Onat’ın (2015), Çelenk, Atmaca ve Horasan (2010), Ng ve diğerleri (2017), Zauwiyah vd. (2015) çalışma sonuçlarıyla da uyumludur.

Araştırmaya dahil olan muhasebe programı öğrencilerinin anket sorularına vermiş oldukları yanıtların standart sapmalarına göre “Takım çalışmasına yatkınlık ve iletişim becerilerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir” ifadesinin (1,08) en düşük standart sapmaya sahip olduğu, en yüksek standart sapmaya ise (1,43) “Sabırlı ve sakin biri olmam muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir” ifadesinin sahip olduğu görülmektedir.

Ankete meslek seçimi ile ilgili olarak yer verilen 17 soruya faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişkenin arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için değişkenleri daha az sayıda temel boyuta indirgemek veya özetlemek amacıyla yapılmaktadır (Çakır, 2014). Çalışmada yer alan veri setinin faktör analizine uygunluğunu ölçmek amacıyla öncelikle KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3: KMO ve Barlett’s Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,906	
Approx. Chi-Square	822,323	
Bartlett's Test of Sphericity	df	105
	Sig.	0,000*

*%1 seviyesinde anlamlı

KMO değeri, değişkenler arasındaki korelasyonun faktör analizi için uygun olup olmadığını test eder. Bu değer 0 ile 1 arasında değişir. “1” değerine yakınlık veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu, 0,50'nin altına bir değer ise veri setinin faktör analizine uygun

olmadığını ifade eder. Faktör analizi yapabilmek için ön şart değişkenler arasında korelasyon olmasıdır. Bartlett's Test of Sphericity sonuçları bize gerekli korelasyonun olup olmadığını açıklar. Bu değer anlamlılığı, yani sig. değeri 0,05 anlamlılık derecesinden düşük ise değişkenler arasında faktör analizi için uygun bir korelasyonun varlığından söz edilir.

Araştırma verilerinde elde edilen sonuçlara göre, KMO değerinin (,906), Bartlett's Test değerinin ise (,000) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar anketteki değişkenlerin faktör analizine uygun olduğunu ifade etmektedir.

Bir sonraki aşamada faktöriyel varyanslara bakılmıştır. Özdeğeri (eigenvalue) 1'in üzerinde olan 2 bileşen bulunmaktadır. Ölçek, kümülatif olarak bakıldığında ölçülmeye çalışılan özelliğin %56,001'sini açıklayabilmektedir. Söz konusu değer %50'in üzerinde olması bilginin yeterliliğini sağlaması açısından kabul görmektedir.(www.istatistik.gen.tr)

Meslek seçimini etkileyen yargıların anket sorularına göre dağılımı ve faktör analizi sonuçları Tablo 4' te yer almaktadır.

Tablo 4: Faktör Analizi Sonuçları

Anket Soruları	Faktör 1	Faktör 2
Neden-sonuç ilişkisi kurabilme yeteneğim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,812	
Çözüm odaklı ve analitik düşünme yeteneğim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,787	
Takım çalışmasına yatkınlık ve iletişim becerilerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir	0,778	
Teorik bilgiyi uygulamaya aktarabilme becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,719	
Yeni bilgilere öğrenmeye açık olmam muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,679	
Zaman yönetimi becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,678	
Kariyer hedefime ulaşmada iyi bir seçim olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,585	
Mesleğin dinamik bir meslek olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,543	
Bilgisayar kullanma becerim muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,538	
İyi bir yönetici olmak için muhasebe öğrenmem gerektiğini düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.	0,500	
Bu mesleğin her zaman popüler olacağını düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir		0,788
İş imkânlarının çok olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.		0,784
İyi bir gelir elde edebileceğimi düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.		0,764
Mesleğin saygın ve prestijli olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.		0,553
Serbest çalışılabilir olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.		0,476

Yapılan faktör analizi sonucuna göre meslek seçiminde aşağıda belirtilen iki faktör ön plana çıkmıştır;

Faktör 1: Kişisel Özellikler

Faktör 2: İş Hayatından Beklentiler

Faktör analizi sonrasında her bir boyutun güvenilirliğini test etmek amacıyla Alpha modeli kullanılmıştır. Cronbach's Alpha değerinin soru sayısına göre 0,60 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir. Faktör 1 için güvenilirlik analizi sonucu Cronbach's Alpha değeri 0,90, Faktör 2 içinse 0,796 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda her iki faktörde güvenilirlik test sonucunu karşılamaktadır.

Faktörlerin ortalamaları Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5: Faktör Ortalamaları

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma
Faktör 1: Kişisel Özellikler	125	3,258	0,91968
Faktör 2: İş Hayatından Beklentiler	125	3,51	0,86442

Tablo5'e göre kariyer faktörü 3,51 ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu ortalama muhasebe eğitimi alan öğrencilerin meslek seçiminde iş hayatından beklentilerinin kişisel özelliklerine nazaran öncelikli kriter olduğunu göstermektedir. Bu sonuç Ticoi & Albu (2018)'nin çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Faktör analizi gerçekleştirildikten sonra verilere ilişkin aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Hipotez 1: İş Hayatından Beklentiler muhasebe bölümünün seçiminde önemli bir etkidir.

Hipotez 2: Kişisel Özellikler muhasebe bölümünün seçiminde önemli bir etkidir

Hipotez 3: İş Hayatından Beklentiler faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 4: Kişisel Özellikler faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık vardır.

Araştırma ile ilgili oluşturulan Hipotez 1 ve Hipotez 2'nin test edilmesinde öncelikli olarak one-sample t testi kullanılmıştır. T testi sonuçları Tablo 6'daki gibidir:

Tablo 6: T Testi Sonuçları

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma	Anlamlılık
Kişisel Özellikler	125	3,5104	0,86442	0.000
İş Hayatından Beklentiler	125	3,5824	0,91968	0.000

Yapılan t-testi sonucu muhasebe bölümü öğrencilerinin meslek seçiminde hem kişisel özelliklerinin hem de iş hayatından beklentilerinin etkili olduğunu göstermektedir.($p<0,001$). Bu durumda H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmektedir. Bu sonuç Atmaca ve Çoşgun (2014) paralellik göstermektedir.

Meslek seçiminde önemli bir etken olan cinsiyet ile meslek seçiminde etkili olan faktörler arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek için bağımsız iki örnek t testi (Independent-Samplest-Test) uygulanmıştır ve sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7: Faktörler ile Cinsiyet Arasındaki İlişkiye Ait Hipotez Sonuçları

Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Ort. Farklılıkları	Anlamlılık	
Faktör 1	Kadın	78	3,5987	0,7169	0,2349	0,1418
	Erkek	47	3,3638	1,0578	0,2349	0,1821
Faktör 2	Kadın	78	3,7385	0,7238	0,4151	0,0139
	Erkek	47	3,3234	1,1372	0,4151	0,0281

Meslek seçimi ve cinsiyetin parametre olarak alındığı bağımsız iki örnek t testi sonucuna göre muhasebe bölümünde eğitim gören öğrencilerinin cinsiyetleri ile meslek seçimi faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,010$). Bu durumda H3 ve H4 hipotezleri red edilmektedir. Bu sonuç Çarıkçı (2017), Erduru, Deran ve Çelik (2017) paralellik gösterirken, Yıldırım vd. (2016) yaptıkları çalışmada cinsiyet meslek seçimi faktörleri arasında anlamlı farklılıklar bulmuşlardır.

Veri analizini özetleyecek olursak; kişisel beceriler ve iş hayatından beklentiler olmak üzere iki temel faktörden en yüksek ortalamanın kariyer faktörüne (3,51) ait olduğu tespit edilmiştir. Muhasebe öğrencilerin meslek seçiminde kariyer beklentilerinin kişisel özelliklerine nazaran öncelikli kriter olduğu görülmektedir. Araştırmanın hipotezlerinden olan “İş Hayatından Beklentiler Muhasebe Bölümünün Seçiminde Önemli Bir Etkendir.” ve “Kişisel Özellikler Muhasebe Bölümünün Seçiminde Önemli Bir Etkendir.” hipotezleri kabul edilmiştir.

Meslek seçimi faktörleri ile muhasebe bölümü öğrencilerinin cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaması nedeniyle “İş Hayatından Beklentiler Faktörü İle Cinsiyet Arasında Anlamlı Farklılık Vardır” ve “Kişisel Özellikler Faktörü İle Cinsiyet Arasında Anlamlı Farklılık Vardır.” hipotezleri reddedilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, meslek seçimi ile ilgili sorulara verilen cevapların ortalamasında meslek seçiminde etkili olan ilk unsurun (3,87) ortalama ile “İş imkânlarının çok olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada ise 3,71 ortalama ile “Serbest çalışılabilir olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi yer almaktadır.

4. SONUÇ

Muhasebe bölümünde öğrenim gören öğrenci profilinin belirlenmesi ve öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörlerin ortaya konmasının, yaşam boyu öğrenme temelli bir meslek olan muhasebe mesleğinin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle İstanbul Üniversitesi ve Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programında öğrenim gören öğrencilerin kişisel becerilerinin ve iş hayatından beklentilerinin meslek seçimine olan etkisini ortaya koymak amacıyla anket uygulaması yapılmıştır. Anket soruları neticesinde elde edilen veriler faktör analizi, tek örneklem t testi ve bağımsız iki örnek t testi ile analiz edilmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerine göre katılımcıların %62,4’ü kadın, %37,6’sı erkek olup, analiz sonuçlarına göre meslek seçimi faktörleri ile muhasebe bölümü öğrencilerinin cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Muhasebe bölüm öğrencilerinin meslek seçiminde etkili olan kişisel özellikler ve iş hayatından beklentiler faktörlerine ait t testi sonuçlarına göre her iki faktörün de öğrencilerin meslek seçiminde etkili olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, meslek seçimi ile ilgili sorulara verilen cevapların ortalamasında meslek seçiminde etkili olan ilk unsurun (3,87) ortalama ile “İş imkânlarının çok olduğunu düşünmem muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada ise 3,71 ortalama ile “Serbest çalışılabilir olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesi yer almaktadır. Öğrencilerin muhasebecilik mesleğini tercih etmelerinde veya düşünmelerinde en az etkili unsur ise (2,04) ortalama ile “Agresif ve sinirli bir yapının olması muhasebe bölümünü seçmemde etkilidir.” ifadesidir.

Sonuç olarak, anket uygulamasına katılan muhasebe ve vergi uygulamaları programı ğrencilerinin meslek seçimi tercihlerini muhasebe alanında iř imkânlarının fazla olması dūřüncesinin diğer faktörlere nazaran daha fazla etkilediği görölmektedir.

KAYNAKÇA

- About IFAC- History.* (2017). Nisan 11, 2018 tarihinde International Federation of Accountants: <https://www.ifac.org/about-ifac/organization-overview/history> adresinden alındı
- Akın, O., & Onat, O. K. (2015). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: Demografik Farklılaşmalar Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Economic and Administrative Studies* , 297-312.
- Alkan, G. (2015). İşletmelerin Önlisans Muhasebe Eğitiminden Beklentileri: İzmir’de Bir Araştırma,. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi* , 137-158.
- Atmaca, M., & Coşgun, N. (2014). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’ne Bağlı Meslek Yüksek Okullarında Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Motivasyonlarının ve Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 167-184.
- Aziz, D., Ibrahim, M., Sidik, M., & Tajuddin, M. (2017). Accounting Students’ Perception And Their Intention To Become Professionally Qualified Accountants. *2016 ICGA* (s. 1-17). Maleka: SHS Web of Conferences 36.
- Binici, H., & Arı, N. (2004). Mesleki ve Teknik Eğitimde Arayışlar. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 383-396.
- Coşkun, S., Kır, A., & Coşkun, S. (2017). İş Dünyasının Muhasebe Eğitiminden Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı* , 330-341.
- Çakır, N., Canbaz, S., & Gümüş, S. (2014). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimindeki Algı ve Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Uzunköprü MYO Örneği. *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi* .
- Çarıkcı, O. (2017). Muhasebe Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Motivasyonları ve Muhasebe Bölümünü Tercihlerinin İrdelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 1223-1233.
- Çelenk, H., Atmaca, M., & Horasan, E. (2010). Marmara Üniversitesi’nde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Alanına Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Öneri* , 159-171.
- Erduru, İ., Deran, A., & Çelik, S. (2017). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının İncelenmesi: Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, Cilt 5, Sayı 2*, 34-48
- Kızıl, C., & Gencer, K. (2016). Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Başarısına Etki Eden Faktörlerin Tespiti: Yalova Üniversitesi’nde Bir Uygulama. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi (İSMUS)* , 67-110.
- Kutluk, F., Dönmez, A., Demirel Utku, B., & Erdoğan, M. (2012). Expectation of accounting professionals from accounting education: An Antalya Research. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 418-423.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu.* (2018). Şubat 1, 2018 tarihinde MYK: <http://portal.myk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 01.02.2018. adresinden alındı
- Ng, Y.-H., Lai, S.-P., Su, Z.-P., Yap, J.-Y., Teoh, H.-Q., & Lee, H. (2017). Factors influencing accounting students’ career paths. *Journal of Management Developmen* , 319-329.
- Okan Gökten, P., & Gökten, S. (2016). Uluslararası Eğitim Standartlarına Genel Bakış: Geçerliliğinin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 49-66.
- Öztürk, S., & Kutlu, H. A. (2017). Muhasebe Eğitiminde Teknoloji Kullanılmasına Öğrencilerin Bakışı: Kafkas Üniversitesi’nde Bir Araştırma. *Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi* , 781-799.

- Samsuddin, M., Emel, N., Wahida , E., & Abd Sataa, F. (2015). Awareness, Motivations and Readiness for Professional Accounting Education: A Case of Accounting Students in UiTM Johor. *Procedia Economics and Finance* , 124-133.
- Țicoi, C.-F., & Albu, N. (2018). What factors affect the choice of accounting as a career? The case of Romania. *Accounting and Management Information Systems* , 137-152.
- Yıldırım, F., Ciğer, A., Kaya, A., & Kutluk, F. A. (2016). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Umutsuzluk Düzeyleri Ve Sektörde Kalma Niyetlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. *Global Business Research Congress (GBRC-2016)* (s. 183-191). İstanbul: PressAcademiaProcedia.
- Yıldız, Ş., & Ülkü, S. (2015). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Öğrenim Kazanımlarına İlişkin Bir Araştırma: Sakarya Örneği. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi* , 893-920.
- Zandi, G., & Naysary, B. (2013). The Behavioral Intention Of Malaysian Students Toward Accounting Discipline. *Accounting and Management Information Systems* , 471-488.
- Zauwiyah, A., Ismail, H., & R.N., A. (2015). To Be Or Not To Be: An Investigation Of Accounting Students' Career Intentions. *Education + Training* , 360-376.

Citation: Kurşuncu S. R. & İmadoğlu T. & Çavuş F. M. (2018), Mesleki Tükenmişlik Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisinde Örgütsel Nostaljinin Etkisi, BMIJ, (2018), 6(4): 952-968 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.288>

MESLEKİ TÜKENMİŞLİK VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ İLİŞKİSİNDE ÖRGÜTSEL NOSTALJİNİN ETKİSİ

Rabia Sultan KURŞUNCU¹

Tuğba İMADOĐLU²

Mustafa Fedai ÇAVUŞ³

Received Date (Başvuru Tarihi): 14/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 12/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Günümüzde, çalışma hayatının getirdiği stresle beraber kişinin mesleğe karşı duyarsızlaşmasıyla başlayan tükenmişlik, bunun sonucu olarak meydana gelen işten ayrılma niyeti çağımızın en büyük problemlerinden biridir. Mesleki tükenmişlik zor koşullar altında çalışmanın getirdiği stresten dolayı ortaya çıkmaktadır ve işten ayrılma niyeti ilişkisine kadar gidebilmektedir. Çalışanların tükenmişlik hissine kapılmasını sağlayan ve bunun sonucu olarak işten ayrılmaya iten birçok etken vardır. Bunlardan biri de nostalji duygusudur.

Bu çalışma Kahramanmaraş ve Osmaniye illerindeki eğitim kurumlarında kolayda örnekleme yöntemiyle kişilere doğrudan ulaşılarak yapılan nicel bir araştırmadır. Araştırmamızda güvenilirlik, regresyon ve korelasyon analizleri yapılmıştır.

Sonuç olarak mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyetini örgütsel nostaljinin etkilediği belirlenmiştir. Bu bağlamda örgütsel nostaljinin mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyetine etkisinin tespit edilmesi önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Tükenmişlik; İşten Ayrılma; Örgütsel Nostalji

JEL Kodları: L29, M12

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL NOSTALGIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN TURNOVER INTENTION AND OCCUPATIONAL BURNOUT

ABSTRACT

Today, occupational burnout starting with the depersonalisation of an individual to the occupation together with the stress of work life and turnover intention is one of the biggest problems of our age. Occupational burnout is defined as the physical and emotional devastation because of stress caused by working under difficult conditions. In this context, when an employee is not satisfied both physically and emotionally, turnover intention is observed. There are several factors that cause employees to feel occupational burnout, and to leave work. One of these is the nostalgia sentiment.

This is a quantitative research in which convenient sampling method has been used by contacting people directly in the educational institutions of Kahramanmaraş and Osmaniye cities. Reliability, regression and correlation analysis has been carried out in the research.

As a result, it is proposed that occupational burnout and turnover intention have been affected by organizational nostalgia. In this context, it is important to determine the effect of organizational nostalgia on the turnover intention and occupational burnout.

Keywords: Occupational Burnout; Turnover Intention; Organizational Nostalgia

JEL Codes: L29, M12

¹ Dr. Öğr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, rabianurhalis@gmail.com

² Dr. Öğr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, tugba-imadoglu@hotmail.com

³ Prof. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, mfcavus@osmaniye.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9430-3381>

<https://orcid.org/0000-0002-4202-4495>

<https://orcid.org/0000-0002-2515-5805>

1. GİRİŞ

Günümüzde çalışanların elde tutulması çok önemli hale gelmiştir. Çünkü yetenekler rekabet avantajını korumak ve devam ettirmekle eş değerdir (Scneider, 1987: 450). Çalışanların sahip olduğu bilgi, uzmanlık, yetenekler, kurumun hayatta kalabilmesi için en önemli sermayedir. Önemli bir çalışanın kaybı, bir kurumun hedeflerinin, verimliliğinin ve itibarının gerçekleşmesini tehlikeye atabilir (Schaufeli ve Greenglass, 2001: 503).

Modern çağın önemli bir fenomeni olarak ortaya çıkan “Tükenmişlik” terimi 1970’lerde Amerikalı psikolog Herbert Freudenberger tarafından ortaya atıldı. Bu terim Greene’nin 1961 yılında yayınladığı *A Burnt – Out Case* romanında, mesleklerde “bitkinlik ve iş için hissedilen öfke duygusu ile birlikte idealizmdeki düşüş” şeklinde tanımlanmıştır (Maslach vd., 2001: 398). Tükenmişlik, çalışanların elde tutulması için ciddi bir sorun teşkil etmektedir (Schaufeli vd., 2001: 503). Mesleki tükenmişlik, zor koşullar altında çalışmanın getirdiği stresten dolayı ortaya çıkan fiziksel ve duygusal yıkım olarak tanımlanmaktadır (Otay Demir, 2008: 30).

İşten ayrılma niyeti (turnover intention) kavramı örgütten ayrılma düşüncesinin bilinçli, planlı bir kararı ve niyetini tanımlamaktadır (Bartlett, 1999: 70). Bu bağlamda bir çalışanın işten ayrılması bir çok unsurdan etkilenebilir (Hom ve vd., 1992: 905). İşten ayrılma nedenleri arasında dışsal etkenler (işsizlik oranı, alternatif işler), örgütsel etkenler (yönetim tarzı, ücret, ödüllendirme), kişisel etkenler (aile, cinsiyet, yaş) olarak sayılabilir (Cotton ve Tuttle, 1986: 63).

Nostalji zaman açısından, kişinin geçmişindeki bir zaman dilimini geri getirir ve geçmiş deneyimlerini önyargılı veya seçici hatırlamaya sebep olur (Daniels, 1985: 45). Nostalji işletme açısından, çalışanların deneyimlerden etkilenmesi ve bugünkü ürün/hizmet seçimlerini etkileyen kişisel duygu olarak tanımlanmaktadır (Hwang ve Hyun, 2013: 252). Nostalji, mutlu ve rahat zamanları ya da gergin ve sıkıntılı dönemlerdeki anıları canlandırabilir (Holak ve Havlena, 1992: 384). Örgütsel nostalji, farklı bir durumda olmayan çok sayıda örgüt üyesinin perspektifine sahip ve örgütlerin sahip olduğu duygusal özellikleri de belirleyen yaygın bir durumdur. Bu bağlamda karakter ve olaylar hakkında örgütsel geleneği besleyen bir durum olarak tanımlanmaktadır (Gabriel, 1993: 119). Buna ek olarak, örgütsel nostalji, günümüz olaylarının yorumlanması yolunda önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca zengin bir sembolizm ve anlam kaynağı olarak hareket eder (Daniels, 1985: 45). Daha

genel olarak, nostaljinin incelenmesi, duyguların ve farklı düşüncelerin çalışmasında güçlü bir etkendir.

Organizasyonlarda duygusal yaşamın karmaşıklığını ve kararsızlıktaki temel etkenlerden biri nostalji kavramıdır. Bu çalışma, duygusal karmaşıklık ve kararsızlık durumun nedeni olan nostalji kavramının mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Üç kavramın bir arada kullanılmasıyla yapılan ilk çalışma olması nedeniyle literatüre önemli katkısı olacağı düşünülmektedir.

2. MESLEKİ TÜKENMİŞLİK

İlk olarak 1974 yılında “başarısız olma, ruhsal buhran, enerji ve gücün azalması ya da karşılanmayan istekler neticesinde bireyin iç kaynaklarında meydana gelen tükenme durumu” şeklinde tanımlanmıştır (Freudenberger, 1974: 159). O günden bugüne üzerine çok fazla araştırma yapılmış ve birçok araştırmacı tarafından, farklı şekilde tanımlanmıştır. Fakat günümüzde tükenmişliğin en çok kullanılan ve kabul gören tanımı, kendi adıyla da anılan Maslach Tükenmişlik Ölçeğini geliştiren Christina Maslach tarafından tanımlanmıştır. Maslach’a göre tükenmişlik: “İş yerinde yoğun duygusal isteklerle karşı karşıya kalan ve devamlı olarak diğer insanlarla yüz yüze iletişim halinde olan kişilerde ortaya çıkan fiziksel ve psikolojik yorgunluk, çaresizlik ve umutsuzluk hissinin, yapılan işe, hayata ve diğer insanlara karşı olumsuz davranışlar şeklinde yansıması ile meydana gelen bir sendrom”dur (Maslach ve Jackson, 1981: 99).

Jackson ve Maslach tükenmişliği, duygusal olarak tükenme, hissizleşme, başarısızlık hissi olarak üç bileşenli bir psikolojik sendrom şeklinde tanımlamışlardır (Cordes ve Dougherty, 1993:624). Tükenmişlik sendromu, öncelikle kişinin duygusal kaynaklarını tüketmesiyle meydana gelmektedir ve bu nedenle duygusal yönden tükenmesiyle son bulmaktadır. Duygusal yönden tükenen bir insan bir süre sonra insanlarla olan ilişkisini sınırlandıracak ve psikolojik olarak uzak olmayı tercih edecektir. Bu şekilde hissizleşme diğer bir anlatımla duyarsızlaşma aşaması kendini gösterir. Son basamakta ise birey eski tutum ve davranışlarıyla şuan ki tutum ve davranışını kıyaslayarak aradaki farkı görür ve sergilediği tavırların iş ortamına ve topluma katkılarının sınırlandığını düşünür. Kısaca kişi kendini işi konusunda müşterilerle iletişimde ve benzeri durumlarda yetersiz görmeye başlar (Freudenberger ve Richelson, 1981: 443). Kişinin bu şekilde olumsuz değerlendirme eğiliminde olması kişisel başarı boyutu içerisinde ifade edilmektedir (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001: 403).

Tükenmişliğin meydana gelmesinde bireysel ve örgütsel birçok faktör etkilidir. Bireysel olarak, kişinin kendi özellikleri tükenme konusunda çok etkilidir. Beklentilerinin karşılanması zor olan, empati duygusunu kullanamayan, öz yeterliliği olmayan kişilerin tükenmişlik sendromu yaşama olasılığı daha yüksektir (Cordes ve Dougherty, 1993: 624). Bireysel etkenlerin arasında yer alan demografik özellikler de tükenmişliği etkileyen en önemli sebeplerdendir. Fakat demografik özelliklerden biri olan cinsiyet konusunda yapılan araştırmalarda birbiriyle çelişmeyen sonuçlar elde edilmediği görülmüştür. Bazı araştırmalarda kadınların tükenmişlik oranı fazla çıkarken bazı araştırmalarda erkeklerin sayısı daha fazla çıkmaktadır (Torun, 1997: 48; Sürgevil, 2005: 108). Örgütsel faktörler içerisinde iş yükü, kontrol, ödüller, aidiyet, adalet ve değerler yer almaktadır (Budak ve Sürgevil, 2005: 97).

Tükenmişlik kavramı çalışma hayatındaki iş doyumuyla etkileşim halindedir. Yaptığı işte mutlu olmayan ve iş doyumuna ulaşmayan bireyde motivasyonda düşüklük yaşanmaya başlar (Rocca ve Kostanski, 2001: 24). Tükenmişliğin işgören devir hızının artırıcı etkisi de iş yerine fazladan maliyet getirmektedir (Izgar, 2001: 28). Diğer açıdan işe gitmeme veya çalıştığı kurumda bulunmasına rağmen işe katkı sağlamama/işten kaçma gibi durumlarda, ortaya çıkan verimsizlik çalışan maliyetini artırır (Rocca ve Kostanski, 2001: 19).

3. İŞTEN AYRILMA NİYETİ

İşten ayrılma niyeti, çalışanların iş yerindeki koşullarla alakalı memnuniyetsizliğinden dolayı ortaya çıkan bir durumdur (Balogun, vd., 2013: 10). Çalışanların iş tatmininin yüksek olması durumunda işten ayrılma niyetinin az olduğu gözlemlenmiştir (Aliyeva, 2013: 63). İşten ayrılma niyeti, çalışanın işi bırakmayı düşünmesi ve planlamasıdır. Planlama, fiilen terk etme düşüncesinden önceki basamaktır (Omar, vd., 2012: 195).

İşten ayrılma niyeti, bir çalışanın kuruluştan ayrılma arzusunu veya düşüncesini tanımlar (Martin Jr., 1979: 316, Tett ve Meyer, 1993:992). İşten ayrılma niyeti belirli bir süreçten oluşur (Suliman ve Al-Junaibi, 2010; 1479, Tett ve Meyer, 1993: 276). Bu süreç üç basamaktan meydana gelir (Falkenburg ve Schyns, 2007: 715). İlk başta işten ayrılmayı düşünür, ve ikinci olarak yeni iş aramaya başlar ve sonucunda bulduğu işleri değerlendirme aşamasına geçer (Falkenburg ve Schyns, 2007: 713, Mayfield ve Mayfield, 2008: 50). Çalışanın aklından başka bir işte çalışmayı geçirmesi işten ayrılma niyetinin habercisidir (Jaros, 1997: 321). İşten ayrılma niyetini etkileyen en önemli unsurlardan biri kuruma olan

bağlılıktır (Lee ve Bruvold, 2003: 989). Kurumda çalışmaya devam etmesinde ya da kurumdan ayrılma kararı vermesinde en önemli etkidir (Duygulu ve Abaan, 2007: 66).

Çalışanın kurumdan aldığı ücret ve maaş da işten ayrılma niyetini etkiler. Yapılan araştırmalara göre düşük ücrete, düşük motivasyona, işe devamsızlık ve işten ayrılma niyetine neden olduğu ortaya çıkmıştır (Gerhart ve Milkovich, 1990: 665). Alınan ücretin bireyi tatmin etmesi doğrultusunda işten ayrılma niyeti ortadan kalkacaktır (Iverson ve Buttigieg, 1999: 312).

İş alternatifinin bulunması da işten ayrılma niyeti ile ilişkili olduğu düşünülen diğer bir etkidir. Çalışan eğer iş yerinden ya da işinden memnun değilse ve farklı iş seçeneklerine sahipse kurumdan ayrılmayı tercih edecektir (Lee, vd., 2004: 715). Eğer çalışan işten ayrılmaya karar verdiyse işe olan ilgisi ve tavrı değişmekte ve diğer alternatifleri takip etmeye başlamaktadır. Sonuç olarak onları değerlendirme ihtiyacı duymaktadır (Hwang ve Kuo, 2006: 258).

4. ÖRGÜTSEL NOSTALJİ

Nostalji, geçmişteki yaşama duyulan aşırı sevgi ve özlem olarak tanımlanmaktadır. Nostalji, klasik olarak aile geleneklerini, ilişkileri, kutlamaları (tatiller, düğün, doğum günü, mezuniyet) ya da kültürel ritüeller gibi kişinin yaşamındaki önemli kişisel deneyimleri veya dönüm noktası olaylarını içerir (Abeyta vd., 2015: 408; Holak ve Havlena, 1992: 381; Wildschut vd., 2006: 975). Bireyler, geçmişinde kişiye ya da bir olaya sürekli özlem duyabilir, bu durum da kişiyi duygusal ve hassas yapabilir (Hepper vd., 2012: 403). İnsanlar, nostaljiyi, kararsız (fakat baskın olarak pozitif) bir durum içinde olma, sosyal hareket etme ve geçmişe yönelik duygu olarak tanımlarlar (Hepper vd., 2012: 403). Bu tanımlar kültürler boyunca aktarılmıştır (Hepper, vd., 2014:734). Örgütsel nostalji, kişinin geçmişindeki örgütsel yaşamına, konumuna, işleyişine, çevresine, olaylara (binalara, iş arkadaşlarına, liderlerine, kullanılan teknolojiye) karşı özlem ya da hasret duyma olarak tanımlanmaktadır (Gabriel, 1993:119). Örgütsel nostalji, kişisel ve kolektif olarak diğer nostalji biçimlerinden farklıdır. Örgütsel ve kişisel nostalji arasındaki ayrım çalışma yaşamı ile özel yaşam alanları arasındaki ayrıma dayanmaktadır (Clark vd., 2000: 748). Çalışanlar özel hayatlarını ve çalışma yaşamlarını farklı alanlarda (ev, ofis) ve zamanda (hafta içi, hafta sonu) yaşarlar. Biz örgütsel nostaljiyi özellikle geçmişteki çalışma ortamındaki deneyimlere (iş arkadaşlarıyla yapılan bir gezi ya da geçmişteki başarı) duyulan özlem olarak tanımlıyoruz (Gabriel, 1993: 119). Wildschut, Bruder, Robertson, Van Tilburg ve Sedikides (2014)'e göre "Kolektif

nostalji, belirli bir toplumsal kimliğe veya belirli bir grubun üyesi olarak kendini düşünmesidir. Kolektif nostaljiyi grup düzeyinde bir duygu olarak tanımlamıştır ve diğer grup üyeleriyle paylaşılan geçmiş deneyimlere bağlı olduğu belirtilmiştir (Wildschut vd., 2006: 975). Örneğin bir grubun arkadaşlarıyla tatile gitmesi veya diğer öğrencilerle mezuniyet kutlaması yapması gibi. Buna karşılık, örgütsel nostaljinin kolektif nostaljiden farkı, çalışma ortamındaki diğer grup üyeleriyle paylaşılmayan kişisel deneyimler olarak ifade edilebilir. Örgütsel nostalji , anıları sevmenin, hayatın yaşamaya değer kattığına ve bireyler bakımından bir anlam kaynağı olduğuna zemin hazırladığını varsaymaktadır (Hepper vd., 2012: 103; Reid vd., 2015: 158 ; Routledge vd.,2012: 452 ; Van Tilburg vd., 2013: 451).

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

5.1. Örneklem

Araştırma örneklemini Kahramanmaraş ve Osmaniye illerindeki eğitim kurumlarında çalışan öğretmenler oluşturmaktadır. 350 örneklem üzerinden toplanan anketlerden 311 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Eksik doldurulduğu için 39 anket değerlendirmeye alınmamıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem grubuna ilişkin frekans dağılımlarında cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, kurumdaki toplam çalışma süresi ve kurumdaki pozisyona ait beş farklı değişken kullanılmıştır. Söz konusu demografik özellikler Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Demografik Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	192	61,7
	Erkek	119	38,3
	Toplam	311	100,0
Yaş	20-24 yaş arası	7	2,3
	25-39 yaş arası	66	21,2
	30-34 yaş arası	62	19,9
	35-39 yaş arası	90	28,9
	40 yaş ve üzeri	86	27,9
	Toplam	311	100,0
Eğitim Düzeyi	Lisans	280	90,0
	Lisansüstü	31	10,0
	Toplam	311	100,0
Kurumda Çalışma Süresi	0-1 yıl	23	7,4
	2-5 yıl	118	37,9
	6-10 yıl	67	21,5
	11-20 yıl	77	24,8
	21 yıl ve üzeri	26	8,4
	Toplam	311	100,0
Kurumdaki Pozisyon	Müdür/Müdür Yrd.	35	11,3
	Öğretmen	276	88,7
	Toplam	311	100,0

Katılımcıların 192 (%61,7)'si kadın, 119 (%38,3)'u erkektir. Araştırmaya katılanların yaş aralığına bakıldığında en kalabalık yaş grubunu %28,9 oranla 35-39 yaş grubu ve en az olan yaş grubunu ise %2,3 ile 20-24 yaş grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında en fazla oran olan %90'nın lisans mezunu katılımcılara, en az oranın ise %10 ile lisansüstü mezunu katılımcılara ait olduğu görülmektedir. İşgörenlerin toplam çalışma sürelerine bakıldığında çalışma süresi 2-5 yıl arası olan katılımcılardan 118 (%37,9)'inin en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların kurumdaki pozisyonlarına bakıldığında 276 kişinin (%88,7) öğretmen olduğu ve 35 kişinin (%11,3) müdür-müdür yardımcısı olduğu görülmektedir.

5.2. Ölçekler

Mesleki tükenmişliğe yönelik çalışanların algılarını ölçmek için Maslach ve Jackson (1981) tarafından geliştirilen 22 ifade ve üç boyuttan oluşan Maslach Tükenmişlik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin boyutları duygusal tükenmişlik (9 ifade), duyarsızlaşma (5 ifade) ve kişisel başarı yoksunluğu (8 ifade) şeklindedir. İşten ayrılma niyetini ölçmek için Mobley ve arkadaşlarının (1979) geliştirdiği 3 ifade ve tek boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Maslach Tükenmişlik Ölçeği ile işten ayrılma niyeti ölçeklerinin Türkçe uyarlaması Kervancı (2015)'nin yüksek lisans tezinden alınmıştır. Örgütsel nostaljiyi ölçmek amacıyla Leunissen ve arkadaşlarının (2018) çalışmalarından çevirdiğimiz 3 ifade ve tek boyuttan oluşan ölçekten faydalanılmıştır. Ölçekler Beşli Likert ile yapılandırılmıştır. Mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ölçeklerinde yer alan ifadeler (1) kesinlikle katılmıyorum; (5) kesinlikle katılıyorum aralığında ölçülmüştür. Örgütsel nostalji ölçeğinde yer alan ifadeler (1) hiçbir zaman; (5) her zaman şeklinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

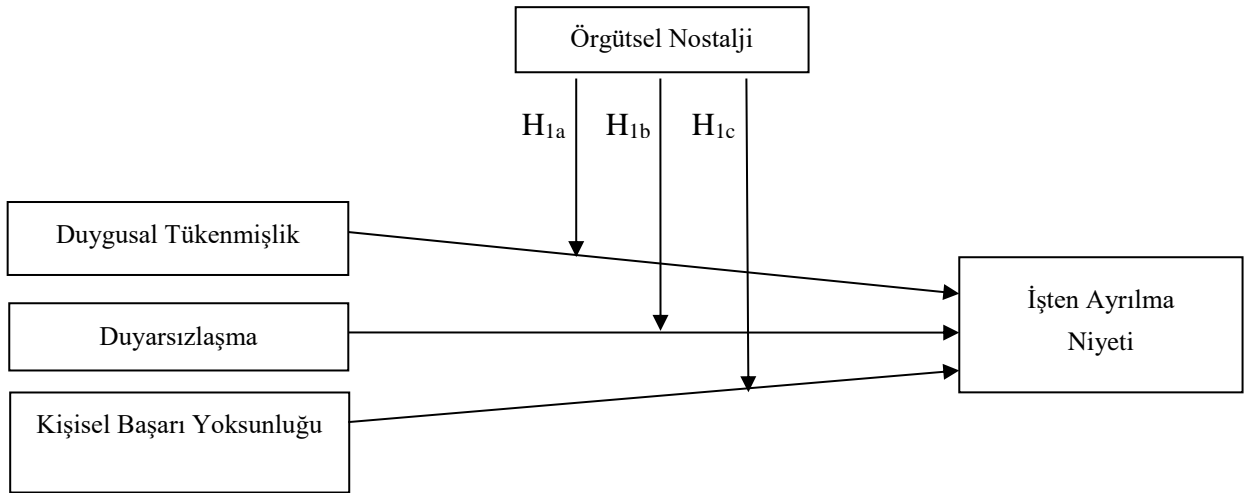
Ölçeklerin iç tutarlılığını değerlendirmek amacıyla Cronbach Alfa değerlerine bakılmıştır. Mesleki tükenmişlik ölçeğinin; duygusal tükenmişlik boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha=0.71$, duyarsızlaşma boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha=0.66$ ve kişisel başarı yoksunluğu boyutunun alfa katsayısı $\alpha=0.65$ değerlerine sahiptir. Bu değerler $\alpha \geq 0.60$ olduğu için güvenilirdir. Bu değerler ters ifadelere dönüştürüldükten sonra ve duyarsızlaşma boyutundan, güvenilirlik düzeyini önemli ölçüde düşürmesi sebebiyle, "işimde çok fazla çalıştığımı hissediyorum" maddesi çıkarıldıktan sonraki güvenilirlik sonuçlarıdır. Örgütsel nostalji ölçeğinin alfa katsayısı $\alpha=0.94$, işten ayrılma niyeti ölçeğinin alfa katsayısı $\alpha=0.87$ olarak bulunmuştur. Bu alfa değerleri ölçeklerin içsel tutarlılıklarının olduğunu göstermektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994).

5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket çalışması kullanılmıştır. Örnekleme dahil edilen Kahramanmaraş ve Osmaniye illerindeki öğretmenlere anket formu müdürler aracılığıyla ya da elden verilmiştir. Cevaplandırılan anket formları toplanarak anket numarası verildikten sonra SPSS 21.0 istatistik programı kullanılmış ve bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Aktarılan verilerin analizleri yine bu program aracılığıyla yapılmıştır.

Araştırmanın modeline göre duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve kişisel başarı olan tükenmişlik boyutlarının örgütsel nostalji bağlamında işten ayrılma niyetini etkileme derecesine bakılmıştır.

Mesleki tükenmişlik boyutlarının işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik (moderator) rolünü göstermek amacıyla aşağıdaki model geliştirilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın modeli

Araştırmanın amacı ve modeli kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_{1a}: Mesleki tükenmişliğe ait duygusal tükenmişlik boyutunun işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü vardır.

H_{1b}: Mesleki tükenmişliğe ait duyarsızlaşma boyutunun işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü vardır.

H_{1c}: Mesleki tükenmişliğe ait kişisel başarı yoksunluğu boyutunun işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü vardır.

5.4. Korelasyon Analizi

Mesleki tükenmişlik boyutları olan duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve kişisel başarı yoksunluğu ile işten ayrılma niyeti ve örgütsel nostalji değişkenlerine ilişkin yapılan Pearson korelasyon analizi ve tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5
1. Duygusal Tükenmişlik	1				
2. Duyarsızlaşma	,672**	1			
3. Kişisel Başarı Yoksunluğu	,602**	,602**	1		
4. Örgütsel Nostalji	-,196**	-,088	-,102	1	
5. İşten Ayrılma Niyeti	,304**	,299**	,343**	,145*	1
Ortalama	2,43	2,57	2,47	2,86	1,62
Standart Sapma	0,63	0,90	0,60	1,07	0,91

**p<0,01; *p<0,05

Analize tabi tutulan değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısı +1 ile -1 arasında bir değer almaktadır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre duygusal tükenmişlikle kişisel başarı yoksunluğu arasında ($r=0,602$, **p<0,01) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Duygusal tükenmişlikle işten ayrılma niyeti arasında ($r=0,304$, **p<0,01) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Duyarsızlaşmayla kişisel başarı yoksunluğu arasında ($r=0,602$, **p<0,01) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Duygusal tükenmişlikle örgütsel nostalji arasında ($r=-0,196$, **p<0,01) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Duyarsızlaşmayla örgütsel nostalji arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsızken ($p>0,05$), duyarsızlaşmayla işten ayrılma niyeti arasında ($r=0,299$, **p<0,01) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Kişisel başarı yoksunluğu ile örgütsel nostalji arasındaki ilişki istatistiki olarak anlamsızken ($p>0,05$), kişisel başarı yoksunluğu ile işten ayrılma niyeti arasında ($r=0,343$ **p<0,01) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Örgütsel nostalji ile işten ayrılma niyeti arasında da ($r=0,145$, *p<0,05) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

5.5. Hiyerarşik Regresyon Analizi

Duygusal tükenmişlik ve örgütsel nostalji değişkenlerinin işten ayrılma niyeti üzerindeki açıklayıcılık durumunu gösteren hiyerarşik regresyon analizi Tablo 3’te görülmektedir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiye bakılırken bazı bağımsız değişkenlerin sabit tutularak tahmin yapılmaya çalışılmasından dolayı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde bağımsız değişkenler modele belirli gruplar dahilinde sıra ile girilmiştir. Bu değişken bloklarının içinde birden fazla değişken bulunabilmektedir. R² değişiminin anlamlı olup olmadığını test etmemizi sağlar.

Tablo 3: Duygusal Tükenmişlik Ve Örgütsel Nostalji Değişkenlerine Ait Hiyerarşik Regresyon Analizi

Değişkenler	Model 1		Model 2	
	B	S.H.	B	S.H.
Duygusal Tükenmişlik	,315**	,049	-,001	,143
Örgütsel Nostalji	,194**	,049	-,231	,187
Duygusal Tükenmişlik x Örgütsel Nostalji			,164*	,069
R ²	,136		,151	
Düzeltilmiş R ²	,130		,143	
ΔR ²			,015	
F	24,200		18,226	
Sig.	,000		,000	

**p<0,01; *p<0,05

Hiyerarşik regresyon analizi sonuçları, duygusal tükenmişlik ve örgütsel nostaljinin işten ayrılma niyetini açıklamada anlamlı katkı yaptığını göstermektedir [$F_{(2,308)}=24,200$, $p<0,01$]. R² değeri işten ayrılma niyetinin %13'ünün duygusal tükenmişlik ile örgütsel nostalji tarafından açıklandığını göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; duygusal tükenmişlik (B=0,31, $p<0,01$) ile örgütsel nostaljinin (B=0,19, $p<0,01$) işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. Etkileşimsel terimimiz hem örgütsel nostalji hem de mesleki tükenmişliğin aynı anda işten ayrılma niyetine etkisini ifade etmektedir. İkinci modelde de etkileşimsel teriminin regresyona girilmesi işten ayrılma niyetinde %0.15'lik ilave varyansı açıklamış ve R²'deki bu değişim anlamlı bulunmuştur [$F_{(3,307)}=18,226$, $p<0,01$]. Etkileşimsel teriminin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; duygusal tükenmişlik ve örgütsel nostaljinin birlikte işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur (B=0,16, $p<0,05$). Görülmektedir ki; duygusal tükenmişlik ve örgütsel nostalji işten ayrılma niyetini arttırmakta ve duygusal tükenmişliğin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü bulunmaktadır. Duyarsızlaşma ve örgütsel nostalji değişkenlerinin işten ayrılma niyeti üzerindeki açıklayıcılık durumunu gösteren hiyerarşik regresyon analizi Tablo 4'de görülmektedir.

Tablo 4: Duyarsızlaşma Ve Örgütsel Nostalji Değişkenlerine Ait Hiyerarşik Regresyon Analizi

Değişkenler	Model 1		Model 2	
	B	S.H.	B	S.H.
Duyarsızlaşma	,287**	,049	-,014	,927
Örgütsel Nostalji	,158**	,049	-,131	,359
Duygusal Tükenmişlik x Örgütsel Nostalji			,107*	,033
R ²	,119		,132	
Düzeltilmiş R ²	,113		,124	
ΔR ²			,013	
F	20,798		15,566	
Sig.	,000		,000	

**p<0,01; *p<0,05

Hiyerarşik regresyon analizi sonuçları duyarsızlaşma ve örgütsel nostaljinin işten ayrılma niyetini açıklamada anlamlı katkı yaptığını göstermektedir [$F_{(2,308)}=20,798$, $p<0,01$]. R^2 değeri işten ayrılma niyetinin %11'inin duyarsızlaşma ve örgütsel nostalji tarafından açıklandığını göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; duyarsızlaşma ($B=0,28$, $p<0,01$) ile örgütsel nostaljinin ($B=0,15$, $p<0,01$) işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. İkinci modelde etkileşimsel teriminin regresyona girilmesi işten ayrılma niyetinde %0.13'lük ilave varyansı açıklamış ve R^2 'deki bu değişim anlamlı bulunmuştur [$F_{(3,307)}=15,566$, $p<0,01$]. Etkileşimsel teriminin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; duyarsızlaşma ve örgütsel nostaljinin birlikte işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($B=0,10$, $p<0,05$). Görülmektedir ki; duyarsızlaşma ve örgütsel nostalji işten ayrılma niyetini arttırmakta ve duyarsızlaşmanın işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü bulunmaktadır.

Kişisel başarı yoksunluğu ve örgütsel nostalji değişkenlerinin işten ayrılma niyeti üzerindeki açıklayıcılık durumunu gösteren hiyerarşik regresyon analizi Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5: Kişisel Başarı Yoksunluğu Ve Örgütsel Nostalji Değişkenlerine Ait Hiyerarşik Regresyon Analizi

Değişkenler	Model 1		Model 2	
	B	S.H.	B	S.H.
Kişisel Başarı Yoksunluğu	,330**	,048	,140	,153
Örgütsel Nostalji	,166**	,048	-,086	,198
Kişisel Başarı Yoksunluğu x Örgütsel Nostalji			,096	,074
R^2	,150		,155	
Düzeltilmiş R^2	,145		,147	
ΔR^2			,005	
F	27,249		18,777	
Sig.	,000		,000	

** $p<0,01$; * $p<0,05$

Hiyerarşik regresyon analizi sonuçları kişisel başarı yoksunluğu ve örgütsel nostaljinin işten ayrılma niyetini açıklamada anlamlı katkı yaptığını göstermektedir [$F_{(2,308)}=27,249$, $p<0,01$]. R^2 değeri işten ayrılma niyetinin %15'inin kişisel başarı yoksunluğu ve örgütsel nostalji tarafından açıklandığını göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; kişisel başarı yoksunluğu ($B=0,33$, $p<0,01$) ile örgütsel nostaljinin ($B=0,16$, $p<0,01$) işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. İkinci modelde etkileşimsel teriminin regresyona girilmesi işten ayrılma niyetinde %0.005'lik ilave varyansı açıklamış ve R^2 'deki bu değişim anlamlı bulunmuştur [$F_{(3,307)}=18,777$, $p<0,01$]. Etkileşimsel teriminin bağımlı değişkeni etkileme durumuna bakıldığında; kişisel başarı

yoksunluğu ve örgütsel nostaljinin birlikte işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etki göstermediği tespit edilmiştir ($B=0,096$, $p>0,05$). Görülmektedir ki; kişisel başarı yoksunluğu ve örgütsel nostalji işten ayrılma niyetini arttırmakta; ancak kişisel başarı yoksunluğunun işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü bulunmamaktadır.

Araştırma sonucunda H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri kabul edilirken H_{1c} hipotezi reddedilmiştir.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Son dönemlerde çalışanların çalışma koşullarının giderek zorlaşması ve zaman zaman bireylerin işten ayrılma niyeti içerisinde girmesi veya eskiyi hatırlayarak nostaljik duygular yaşaması sonucu eskiye dönme arzusu duymaktadırlar. Bu yüzden çalışanlar gün geçtikçe artan rekabet şartları ve sürekli olarak ilerleyen teknolojinin iş koşulları üzerindeki negatif etkisi ile ortaya çıkan nostaljik duygular bireyi tükenmişlik sendromuna ve işten ayrılma niyetine sürüklenebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerinde görev yapan öğretmenlerin mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyetleri üzerinde örgütsel nostaljinin etkisini incelemektir. Çalışmada öğretmenlerin örneklem olarak alınmasının nedeni, ülkemizdeki eğitim şartlarının durumu, öğretmenlerin nitelikleri, karşılaşılan sorunlar ve bu durumdan dolayı tüm dünyayı temsil eden örneklemin değerlerinin yüksek çıkacağına beklenmesidir. Bu araştırmanın bir ilk olması ve özellikle iş yükünün oldukça fazla olmasının ve git gide artmasının bireylerin eskiden yapılan birtakım faktörleri uygulamaları ile nostaljiye dönmek isteyip istememelerini belirlemek açısından farklı ve yararlı sonuçlar ortaya koyabilecektir.

Araştırma bulgularına bakıldığında, kadınların erkeklere oranla örgütsel nostaljinin etkisiyle daha fazla mesleki tükenmişlik yaşadıkları ve işten ayrılma niyeti içerisinde girdikleri görülmektedir. Bu çalışmada cinsiyet faktörünün etkili bir durum olması kurumda cinsiyet ayrımcılığının yapılması ya da kadınların ev-aile sorumluluklarının fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Çalışma sonucuna göre mesleki tükenmişlik boyutlarından olan duyarsızlaşma işten ayrılma niyetinde artış yapmaktadır. Örgütsel nostaljinin de işten ayrılma niyetini arttırdığı görülmektedir ve duyarsızlaşmanın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü olduğu söylenebilir. Ceylan (2013)'ın yüksek lisans projesinde de anket dahilinde ki çalışan kadınların kendilerini çok işler yapabilecek gücü bulamadıkları,

bu nedenle duyarsızlaşma yaşadıkları ve mesleki tükenmişlik duygusuna kapıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Mesleki tükenmişliğin diğer bir boyutu olan kişisel başarı yoksunluğu yine işten ayrılma niyetini arttırmaktadır. Örgütsel nostalji işten ayrılma niyetini arttırmasına rağmen kişisel başarı yoksunluğunun işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde örgütsel nostaljinin düzenleyicilik rolü bulunmamaktadır. Özen (2015)'in yüksek lisans tezinde de olduğu gibi öğretmenlerin iş-aile çatışması ile duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve işten ayrılma niyeti arasında doğrusal ve anlamlı bir ilişki söz konusudur. Ancak kişisel başarı yoksunluğu ile işten ayrılma niyeti arasından anlamlı bir ilişki yoktur.

Kısaca bu verilerin özetini yapmak gerekirse araştırmaya katılan öğretmenlerin tükenmişlik ile alakalı sorulara verdikleri cevaplar, tükenmişliğin alt ölçekleriyle (duyarsızlaşma, duygusal tükenme, kişisel başarı) ilgili aldıkları puanları göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda ise duygusal tükenmişlik boyutunun çalışanlarda yorgunluk, bitkinlik, enerji düşüklüğü, duygusal haz alamama, iş yüklerinin artması ve benzeri faktörler neticesinde duygusal tükenmişlik yaşayarak zamanla ikinci boyut olan duyarsızlaşma oluşmaktadır ve kişisel başarılarında da bu ölçüde düşüş olabileceği ortaya çıkmıştır. Bu nedenle işten ayrılma düşüncesinin de ortaya çıkması kaçınılmaz bir gerçek olmaktadır. Böyle düşünen bireylerin eskiye özlem duydukları ve kurumlarda, önceki iş koşulları ve ortamları aradıkları söylenebilir. Budak ve Sürgevil (2005), Gezer (2008) akademisyenlerde, Tolay Sabucuoğlu (2008) öğretmenler üzerine yaptıkları çalışmalarda, duygusal tükenmişlik ve duyarsızlaşma düzeylerinin düşük, kişisel başarısızlık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Oruç (2007) da çalışmasında öğretmenlerin düşük tükenmişlik yaşadığına ilişkin sonuçlar ortaya koymuştur. Yıldırım (2010) çalışmasında akademisyenlerin düşük düzeyde duygusal tükenmişlik ve duyarsızlaşma yaşadıklarını buna karşın yüksek düzeyde kişisel başarısızlık yaşadığı sonucuna varmıştır. Bu bağlamda çalışanlarının yaptıkları işi severek ve istekli yapabilmesi, onlardan daha fazla verim alınabilmesi için işlerin daha eğlenceli ve farklı hale getirilmesiyle daha çalışılır bir ortam oluşturulabilir. Bu şekilde işteki stres kaynakları azaltılabilir.

Diğer yandan çalışanların etkili iş yöntemlerini kullanmalarını sağlayarak iş yüklerini hafifletilebilir ve çalışanların beklentilerine ve önerilerine önem vererek kendilerini daha değerli hissetmeleri sağlanabilir. Ayrıca okullarda öğretmen destek birimleri oluşturularak öğretmenlerin çeşitli sorunlarıyla ilgilenilmesi, öğretmenlerin kendilerini değerli ve önemli hissetmelerini sağlayacaktır. Tükenmişlikle baş edebilmek amacıyla bireysel anlamda zaman etkili bir şekilde değerlendirilmelidir.

Tüm bunların yanı sıra duygusal tükenmişlik ve duyarsızlaşma boyutlarını ve etkisini azaltmak için sosyal aktiviteler yapılarak bireylerin sosyalleşme sürecini hızlandırarak iş yerindeki gerginliği azaltarak işten ayrılma niyetinden vazgeçmeleri sağlanabilir. Ayrıca işlerin daha programlı ve kapsamlı yürütülmesi için belirli aralıklarla eğitimler ve seminerler verilebilir. Bunların yanı sıra eski iş yerlerine duyulan özlemi azaltmak için de eski zamanlarda yapılan faaliyetler, eğitimler ara ara tekrarlanarak nostalji yaratılıp bu konuda farkındalık algısı oluşturularak eskiye duyulan özlem duygusu azaltılabilir.

KAYNAKÇA

- Abeyta, A., Routledge, C., Roylance, C., Wildschut, R. T., Sedikides, C. (2015). Attachment-related avoidance and the social content of nostalgic memories. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32, 406-413.
- Aliyeva, A. (2013). Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Ankara.
- Balogun, A. G., Adetula, G. A., Olowodunoye, S. A. (2013). Job conditions, psychological climate, and affective commitment as predictors of intention to quit among two groups of bank employees in Nigeria. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 15 (1), 9-19.
- Budak, G., Sürgevil, O. (2005). Tükenmişlik ve Tükenmişliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Analizine İlişkin Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama. *DEU, İİBF Dergisi*, Cilt 20, Sayı 2, s. 95-108.
- Ceylan, A. (2013). Çalışan Kadınların Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi: Edirne Örneği. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Projesi, Edirne.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53, 747-770.
- Cordes, C. L., Dougherty, W. (1993). A Review and an Integration of Research on Job Burnout. *The Academy of Management Review*, Vol. 18 (4), pp. 621 – 656.
- Cotton, J.L., Tuttle, J.M. (1986). Employee Turnover: A Meta-Analysis and Review with Implications for Research. *The Academy of Management Review*, 11 (1), 55-70.
- Daniels, E. B. (1985). Nostalgia and Hidden Meaning. *Amerikan Image*, 42, Boston.
- Duygulu, S., Abaan, S. (2007). Örgütsel Bağlılık: Çalışanların kurumda kalma ya da kurumdan ayrılma kararının bir belirleyicisi. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 61-73.
- Falkenburg, K., Schyn, B. (2007). Work satisfaction, organizational commitment and withdrawal behaviours. *Management Research News*, 30 (10), 708-723.
- Freudenberger, H. J. (1974), "Staff Burnout", *Journal of Social Issues*, Vol. 30, pp. 159 – 165.
- Freudenberger, H. J., Richelson, G. (1981). *Burn-Out; How to Beat the High Cost of Success*, Bantam Boks, Doubleday & Company, Inc, New York.
- Gabriel, Y. (1993). Organizational nostalgia: reflections on 'The Golden Age.' In S. Fineman (Ed.), *Emotion in organizations* London, UK: Sage. (pp. 118-141).
- Gerhart, B., Milkovich, G. T. (1990). Organizational differences in managerial compensation and financial performance. *Academy of Management Journal*, 33 (4), 663-691.
- Gezer, E. (2008). *Stres Veren Yaşam Olaylarının, Öğretim Elemanlarının, Depresyon ve Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Hepper, E. G., Ritchie, T. D., Sedikides, C., Wildschut, T. (2012). Odyssey's end: Lay conceptions of nostalgia reflect its original Homeric meaning. *Emotion*, 12, 102-119.
- Hepper, E. G., Wildschut, T., Sedikides, C., Ritchie, T. D., Yung, Y., Hansen, N., Zhou, X. (2014). Pancultural nostalgia: Prototypical conceptions across cultures. *Emotion*, 14, 733-747.
- Holak, S. L., Havlena, W. J. (1992). Nostalgia: An exploratory study of themes and emotions in the nostalgic experience. *Advances in Consumer Research*, 19, 380-386.
- Hom, P. W., Caranikas, F., Prussia, G. E., Griffeth, R. W. (1992). "A MetaAnalytical Structural Equations Analysis of a Model of Employee Turnover". *Journal of Applied Psychology*, 77 (6), 890-909.
- Hwang, J., Hyun, S. (2013). The impact of nostalgia triggers on emotional responses and revisit intentions in luxury restaurants: The moderating role of Hiatus. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 33, 250- 262.

- Hwang, I., Kuo, J. (2006). Effects of job satisfaction and perceived alternative employment opportunities on turnover intention: An examination of public sector organizations. *Journal of American Academy of Business* (2), 254–259.
- Iverson, R. D., and Buttigieg, D. M. (1999). Affective, normative and continuance commitment: can the “right kind” of commitment be managed? *Journal of Management Studies*, 36(3), 307–333.
- Izgar, H. (2001). *Okul Yöneticilerinde Tükenmişlik*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Jaros, S. J. (1997). An Assessment of Meyer and Allen’s Three-Component Model of Organizational Commitment and Turnover Intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 51(3), 319–337
- Lee, C. H., Bruvold, N. T. (2003). Creating value for employees: Investment in employee development. *International Journal of Human Resource Management*, 4(6), 981–1000.
- Lee, T. W., Mitchell, T. R., Sablinski, C. J., Burton, J. P., and Holtom, B. C. (2004). The effects of job embeddedness on organizational citizenship, job performance, volitional absences, and voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 47(5), 711–722.
- Leunissen, J. M., Sedikides, C., Wildschut, T., Cohen, T. R. (2018). Organizational nostalgia lowers turnover intentions by increasing work meaning: The moderating role of burnout. *Journal of occupational health psychology*, 23(1), 44.
- Martin Jr., T. N. (1979). A contextual model of employee turnover intentions. *Academy of Management Journal*, 22(2), 313–324.
- Maslach, C., Schaufeli Wilmar B., Leiter, Micheal P. (2001). Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, Volume: 52, 397-422.
- Maslach, C., Jackson, S. E. (1981), “The Measurement of Experienced Burnout”, *Journal of Occupational Behavior*, Vol. 2, pp. 99 – 113.
- Maslach, C., Leiter P. M. (1997), *The Truth about Burnout*, Jossey-Bass, San Francisco, Ca.
- Mayfield, J., Mayfield, M. (2008). The creative environment’s influence on intent to turnover: A structural equation model and analysis. *Management Research News*, 31(1), 41– 56.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 991–1007.
- Mobley, W. H., Griffeth, R. W., Hand, H. H., Meglino, B. M. (1979). Review and conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological bulletin*, 86(3), 493.
- Nunnally, J.C., Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*, 3rd ed. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Omar, K., Anuar, M., Majid, A. H. A., Johari, H. (2012). Organizational commitment and intention to leave among nurses in Malaysian public hospitals. *International Journal of Business and Social Science*, 3(16), 194–199.
- Oruç, S. (2007). *Özel Eğitim Alanında Çalışan Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Otay Demir, F. (2008) “Pazarlamanın Nostaljik Oyunu: Retro Markalama”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 33, 29-41.
- Özen, F. (2015). *Öğretmenlerde İş Stresinin İş-Aile Çatışması, Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi*. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Raquepaw, J. M., Miller R. S. (1989), “Psychotherapist Burnout: A Componential Analysis”, *Professional Psychology: Research&Practice*, 20 (1), pp. 32 – 36.
- Reid, C. A., Green, J. D., Wildschut, T., Sedikides, C. (2015). Scent-evoked nostalgia. *Memory*, 23, 157-166.

- Rocca, A. D., Kostanski, M. (2001) "Burnout and Job Satisfaciton amongst Victorian Secondary School Teachers: A Comparative Look at Contract and Permanent Employment", <http://www.atea.schools.net.au/papers/dellaroccaanna.pdf>.
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C., Juhl, J., Arndt, J. (2012). The power of the past: Nostalgia as a meaning-making resource. *Memory*, 20, 452-460.
- Schaufeli, W. B., Greenglass, E. R. (2001). Introduction to Special Issue on Burnout and Health. *Psychology & Health*, 16 (5), 501-510.
- Schneider, B. (1987). The People Make The Place. *Personnel Psychology*, 40 (3), 437-453.
- Suliman, A. A., Al-Junaibi, Y. (2010). Commitment and turnover intention in the UAE oil industry. *International Journal of Human Resource Management*, 21(9), 1472–1489.
- Tett, R. P., Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel psychology*, 46(2), 259–293.
- Tolay Sabuncuoğlu, E. (2008). Rol Çatışmasının ve Rol Belirsizliğinin Tükenmişlik ve İş Doyumu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 23 (19): 35-49.
- Torun, A. (1997), Stres ve Tükenmişlik, Endüstri ve Örgüt Psikolojisi-2. Baskı, Editör: Suna Tevrüz, Türk Psikologlar Derneği ve Kalder Derneği Ortak Yayını, İstanbul.
- Van Tilburg, W., Igou, E. R., Sedikides, C. (2013). In search of meaningfulness: Nostalgia as an antidote to boredom. *Emotion*, 13, 450-461.
- Yıldırım, Y. (2010). Beden Eğitimi ve Spor Yüksek okullarındaki Görevli Akademisyen Personelin Örgütsel Stres ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of personality and social psychology*, 91(5), 975.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Routledge, C., Arndt, J., Cordora, F. (2010). Nostalgia as a repository of social connectedness: the role of attachment-related avoidance. *Journal of personality and social psychology*, 98(4), 573.

Citation: Çelebi, Ü., Civelek, M. E. (2018), The Mediator Role Of Global Connectedness In The Relationship Between Logistics Performance And Human Development, BMIJ, (2018), 6(4): 969-980 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.321>

THE MEDIATOR ROLE OF GLOBAL CONNECTEDNESS IN THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS PERFORMANCE AND HUMAN DEVELOPMENT

Ümit ÇELEBİ¹

Mustafa Emre CİVELEK²

Received Date (Başvuru Tarihi): 30/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 22/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

Economic growth indicates a decent standard of living but it falls short of explaining human well-being and economic development in the long run. Human development, by being a broader concept, includes not only economic growth but also education and health indicators. It, therefore, better indicates longer term economic development and human well-being of a country. Number of studies already point to a significant relationship between logistics performance and economic growth. This research investigates whether a similar relationship between logistics performance and human development exists and the mediator role of global connectedness, which is related to both concepts. The purpose of this study, therefore, is to examine the mediator role of global connectedness in the relationship between logistics performance and human development. The results of the analysis show that global connectedness plays a partial mediator role in the relationship between logistics performance and human development.

Keywords: Logistics Performance Index, Global Connectedness Index, Human Development Index

JEL Codes: F15, F63, I31

LOJİSTİK PERFORMANS İLE İNSANİ GELİŞİMİŞLİK ARASINDAKİ İLİŞKİDE KÜRESEL BAĞLANTILILIĞIN ARA DEĞİŞKEN ROLÜ

ÖZ

Ekonomik büyüme iyi bir yaşam standardı olduğunu göstermesine rağmen uzun vadede insani refahı ve ekonomik gelişimi açıklamakta yetersiz kalmaktadır. İnsani gelişim, daha geniş bir kavram olarak, sadece ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda eğitim ve sağlık göstergelerini de içermektedir. Dolayısıyla, bir ülkenin uzun vadeli ekonomik kalkınmasını ve insan refahını daha iyi gösterir. Lojistik performans ve ekonomik büyüme arasındaki anlamlı ilişkiyi gösteren pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu araştırma benzer ilişkinin lojistik performans ve insani gelişim arasında olup olmadığına bakmakta ve her iki kavramlarda ilişkili olan küresel bağlantılılığın ara değişken rolünü incelemektedir. Analiz sonuçları küresel bağlantılılığın lojistik performans ve insani gelişim arasındaki ilişkide kısmi ara değişken rolü bulunduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik Performans İndeksi, Küresel Bağlantılılık İndeksi, İnsani Gelişim İndeksi

JEL Kodu: F15, F63, I31

¹ Dr. Öğr. Gör., İstanbul Ticaret Üniversitesi, umit.chelebi@hotmail.com

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ecivelek@ticaret.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-2779-4168>

<http://orcid.org/0000-0002-2847-5126>

1. INTRODUCTION

The purpose of this study is to examine the mediator role of global connectedness in the relationship between logistics performance and human development. Human development aims at an inclusive growth and hence not only includes economic growth but it also incorporates other indicators that enhance well-being each and every human in the planet through the higher quality of education and health (UNDP, 2016; Dinda, 2014). Economic growth, being an important means to achieve human development - though by no means an end - has already been explained by number of variables in the literature and some of these leading variables are globalization, economic integration, foreign direct investment, technological advancement, competitiveness and logistics performance, to name but a few (Solow, 1956; Romer, 1990; Borensztein et.al., 1998; Dreher, 2006; Fagerberg and Srholec, 2005; Chu, 2012; Chien-Chiang Lee, 2015; Gries et. al., 2018; Munim and Schramm, 2018; Saidi and Hammami, 2014). Human development, on the other hand, being a broader concept than economic growth, looks at more than the material opulence of the economies (Mukherjee and Krieckhaus, 2011). Alongside the economic well-being, it aims to explain how profoundly rich human lives are and how better social opportunities are created as a result of higher economic growth (Sen, 1999). A higher income ensuring decent standards of living would undoubtedly be seen as an indispensable part of citizens' well-being, and yet it would only be meaningful if it ultimately brings with it a higher quality of life. Growing economically does not guarantee higher levels of human development and quality of life (Unnikrishnan and Jagannathan, 2015). In fact, it may even be a limited, if not a misleading indicator of well-being (Moshirian, 2008). Higher quality of life in essence necessitates people to have freedom to choose and fair access to education and health (UNDP, 2016; Sen, 2005). Alongside economic growth, the higher quality of life through freedom to choose and fair access to education and health in turn makes the economic development of the countries more durable. To look at mere increase of gross national income (GNI) per capita figure would not thus be sufficient to indicate a success of economic development in the long run. The increase of GNI per capita as an indicator of economic growth is considered to be the only one aspect of the process of economic development. The quality of life and human well-being through better education and health, alongside with economic growth, are recognized as other important aspects of economic development (Sen, 1999). As the importance of longer term sustainable development resonates among the larger public sphere, the attention of policy makers have since shifted towards enhancing human well-being as part of their overall

objective of economic development (Mukherjee and Kriekhaus, 2011). This important shift of attention towards human development in turn necessitates as much economic as social and political factors to be taken into account (Kardam, 2005).

It is expected that logistics performance and global connectedness exert influence on human development in an increasingly globalizing world. Studies find logistics performance as being an important antecedent of economic growth, especially with its indirect role played via foreign direct investment and technological advancement (Chu, 2012; Munim and Schramm, 2018; Çelebi, 2018; Çelebi and Oktayer 2018; Çelebi et al., 2015). Foreign direct investment is seen as a primary indicator of global integration and connectedness (Dreher et. al., 2010). Technological advancement is one of the most critical parts of economic development explaining the differences in countries' development levels (Fagerberg et. al., 2009). As countries are getting more and more inter-connected globally through value chains, higher logistics performance becomes crucially important by ensuring a seamless flow of goods and services. These forces inevitably bring considerable impacts on human lives around the world. This study (by building on the earlier researches that determined the impact of logistics performance upon economic growth) aims to analyze the relations of logistics performance with human development via global connectedness, both of which, by being aggregate indicators, would enable the overall effect to be better seen, resulting therefore in further contributing to the field.

The initial driver triggering this study is to find out whether there is a relationship between logistics performance and human development. Global connectedness is related to both concepts. Therefore, the purpose of this study is to examine the mediator roles of connectedness in the relationship between logistics performance and human development.

In order to establish these inter-relations and determine the impact, the first part of this study will explain the definitions and background of the concepts in the model. The second part will consist of developing the hypotheses. The third part will outline the research method, sampling and measures. In the fourth part, the hypotheses will be tested and analyzed. The last part will draw the conclusion.

2. BACKGROUND

Logistics is conceptualized as the supply and delivery of the right product at the right place and at the right time, to the right user with the right and correct information by utilizing the most efficient and effective methods (Çelebi, 2018:19). The Logistics Management

Council defines logistics as part of the supply chain process that plans, conducts and controls the efficient and effective flow and storage of goods, services and information from the production point to the consumption in order to meet customer needs (Long, 2003:5). As the world production and trade are increasingly taking place within global value chains (GVCs), the necessity of seamless supply of products and services from one country to another raise the importance of logistics performance (Memedovic et al., 2008:355).

Among various indicators (such as Liner Shipping Connectivity Index and Air Connectivity Index), International Logistics Performance Index (LPI) is recognized as one of the most comprehensive indicators measuring the performance of logistics processes (Ojala and Çelebi, 2016). The incorporation of the sub-indexes of both public and private features makes the LPI hold a holistic view of logistics performance. As such, while the customs and infrastructure sub-indexes stay mainly in the public realm, international shipments, timeliness, logistics competences, track and traces remain in essence within the private sphere. LPI has been published bi-annually by the World Bank since 2007 and its use and importance has been on the increase ever since (OECD/ITF, 2016).

There are various indexes developed to measure globalization. These are AT&Kearney (AT Kearney/Foreign Policy, 2003), Dreher (2006) and Martens and Zywiets (2006) to name but a few. In addition to these indexes, DHL Global Connectedness Index (Ghemawat and Altman, 2016) is developed to reflect the depth and breadth of a country's integration with the rest of the world based on its flows of trade, capital, information and people. It is regarded as a proxy for globalization which is generally defined as a process of closer integration and global diffusion of goods, services, capital, information and people across national borders (Sirgy et. al., 2004). It is published on a yearly basis by Deutsche Post DHL Group.

The Human Development is on the other hand conceptualized as each and every human being living on the planet to enjoy the freedoms to fulfill one's full potential (UNDP, 2016). Human Development Index is based on education and health indicators as a minimal listing of capabilities alongside the economic well-being to capture basic quality of life (Sen, 2005). The rationale behind this is that higher income has no value if it is not translated into a higher life expectancy and better education to fulfill each and every individual's life aspirations (Mukherjee and Kriekhaus, 2011), an area that GNI or GDP indicators fail to capture (Sen, 2005).

3. HYPOTHESES DEVELOPMENT

3.1. The Effect of Logistics Performance Index on Global Connectedness Index

Higher logistics performance, by enabling seamless flow of goods and services among nations, develops GVCs and facilitates global integration and connectedness. Alongside the advances made in communication and transport technology, the higher efficiency and effectiveness reached in logistics processes have been playing a critical impact on global connectedness (Levinson, 2006). Development of global air express industry, increased level of e-commerce logistics, digitalization of customs processes, development of modern means of transport, use of intermodal containers are few examples of elements that contributed to the logistics performance allowing higher speed and productivity and, in turn, positively affecting global connectivity (Ohmae, 1996; Togan, 2016).

In the light of the existing literature the following hypothesis is developed:

H₁: Logistics performance index has a positive effect on global connectedness index

3.2. The Effect of Global Connectedness Index on Human Development Index

Inter-relations and impacts of globalization on the economies attract number of critics as well as supporters. Thirlwall (2013) points to the widening gap of income inequality and rent especially in lower growth periods and that globalization and trade liberalization have not in fact alleviated. Stiglitz (2002) draws attention to the importance of social development policies to improve education, health and environment to counteract the free market policy failures of neo-liberal economics. Despite a number of critics on the benefits of globalization, there are many studies undertaken that have confirmed the positive impact of globalization on human development. Bergh and Nilsson (2010) find that economic globalization has a robust positive effect on life expectancy. Dreher et. al. (2012) find a positive effect of globalization and economic freedom on human rights especially on physical integrity rights. Dollar (2004) finds that global integration has been a positive force for improving peoples' lives around the world especially in the developing countries with a fast degree of globalization. Wolf (2004) finds a rise in life expectancy, standard of living and adult literacy in the developing world as results of economic liberalization and international integration. Krugman draws attention to the overall benefits of comparative advantage and its importance in retaining the openness of the economies towards each other. Bhagwati (2004) describes the globalization as a positive force of causing a virtuous cycle enabling a faster economic growth and development. Tsai (2007) finds that global flows and exchanges positively impact human well-being.

In the light of the existing literature the following hypothesis is developed:

H₂: Global connectedness index has a positive effect on human development index

3.3. The Effect of Logistics Performance Index on Human Development Index

Easier, faster and cheaper access to products and services from around the world through higher level of logistics performance stimulates nations' level of human and economic development (OECD/ITF, 2015). The focus of logistics performance only upon trade and economic growth, does not make it a negligible driver of human development and well-being. As a matter of fact, the quality of physical infrastructure (especially in trade and transport) and in non-physical infrastructure (such as efficiency in administrative procedures) are two important pillars on which rests the economic development (Duranton et. al., 2014; Korinek and Sourdin, 2011). So much so that alongside trade and transport, physical infrastructure, development of institutional infrastructure and facilitation of trade to increase logistics performance exert an important influence on the sustainable economic development. As such, Sanchez et. al., (2014) finds that the rise in logistics performance positively impacts nations' economic development. Furthermore, timely delivery of goods and services through the quality and efficiency of international logistics services is critical. Especially the development of air express services as being the ready source of uplift around the world (not only of regular traffic but also of emergency deliveries) plays a crucial role in human and economic development (Morrell, 2011).

In the light of the existing literature the following hypothesis is developed:

H₃: Logistics performance index has a positive effect on human development index

3.4. The Mediator Role of Global Connectedness Index in the Relationship between Logistics Performance Index and Human Development Index

Participation as well as investment in the GVCs requires countries to have well-functioning logistics process. Countries especially the developing ones - that are behind in their level of human development- with better logistics performance are able to lower trade costs and increase speed reaching consequently a higher level of global connectivity (Hoekman, 2014). Lower trade costs and a higher degree of global connectedness as a result of better logistics performance in turn enable the countries to improve their level of economic and human development. Alongside the improvement of physical as well as non-physical infrastructure, rapid advances of transport technology and logistics methods enable lower costs and higher speed, positively impacting globalization (Togan, 2016). In contrast, poor

transport and trade infrastructures with higher costs and lower logistics performance cause a drop in global connectivity inhibiting economic development (Arvis et.al., 2015).

In the light of the existing literature the following hypothesis is developed:

H4: *Global connectedness index has a mediator role on the relationship between logistics performance index and human development index*

4. RESEARCH METHOD

Mediator analysis was conducted by using the method suggested by Baron and Kenny. According to Baron and Kenny, a variable plays a mediator role when the following conditions are met (Baron & Kenny, 1986):

- Change in the independent variable causes the mediator variable to change,
- change in the mediator variable causes the dependent variable to change and
- When the mediator and the independent variables are included into the analysis together, the influence of the independent variable on the dependent variable decreases or completely disappears.

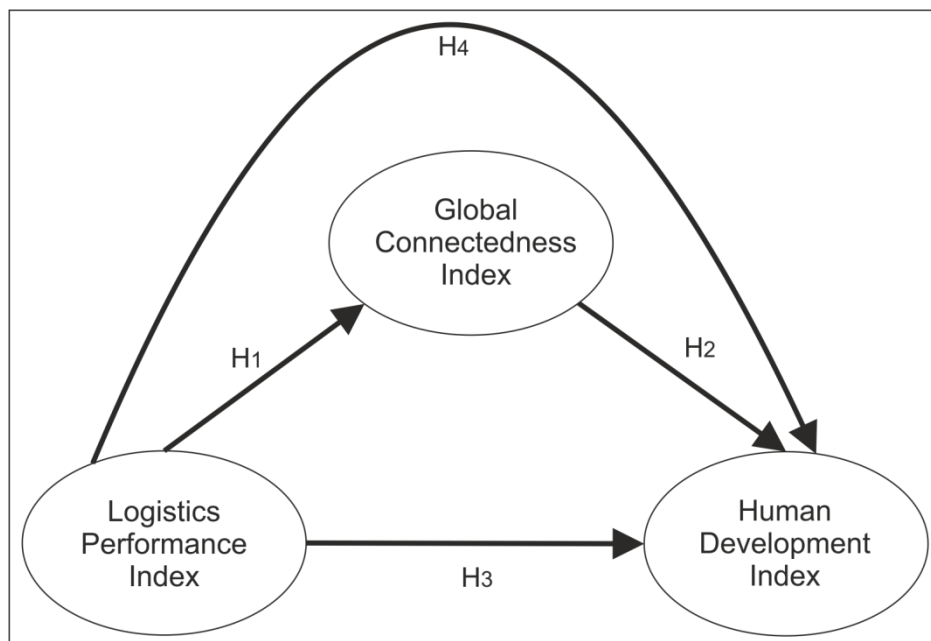


Figure 1. Conceptual Model

In Figure 1, the conceptual model of the research is shown. Hierarchical regression is used in order to test the hypotheses. Regression equations are as follows among constructs which are logistics performance index (LPI), global connectedness index (GCI) and human development index (HDI):

Model 1: $HDI = \beta_0 + \beta_1.LPI + \varepsilon$ (H₃)

Model 2: $GCI = \beta_0 + \beta_1.LPI + \varepsilon$ (H₁)

Model 3: $HDI = \beta_0 + \beta_1.LPI + \beta_2.GCI + \varepsilon$ (H₂ and H₄)

5. MEASURES AND SAMPLING

LPI, GCI and HDI indexes were used. Due to the fact that secondary data were used there was no need to determine the validity and reliability of the scales. Therefore confirmatory factor analysis was not conducted.

Logistics Performance Index (LPI) is an indicator of logistics performance published by World Bank since 2007 consisting of six components: customs, infrastructure, timeliness, international transport, logistics competencies, track and trace. It scales the country's logistics profile from 1 (worst) to 5 (best). LPI is based on the survey participants consisting of logistics experts around the world that are requested to evaluate the 8 countries with the highest business flow with their home country (Arvis et al., 2016).

Life expectancy, mean years of schooling and gross national income (GNI) are the three basic dimensions of Human Development Index (HDI). While life expectancy indicates a longer and healthier life, mean and expected years of schooling indicates an ability to have access to knowledge, and GNI per capita mirrors adequate standards of living. The data set is compiled from a number of sources cited in the technical note of HDI (UNDP, 2016:2). Life Expectancy at birth from UNDESA, expected and mean years of schooling are from UNESCO, Barro and Lee, UNICEF and multiple indicator cluster surveys and ICF macro demographic and health surveys. GNI per capita is from IMF, UNSD and World Bank (UNDP, 2016).

DHL Global Connectedness Index consists of trade, capital, information and people components as the four main types of cross border flows and measures the depth and breadth of the flows in the components globally. Depth measures the flows taking place internationally rather than domestically. Breadth, on the other hand, measures how much of a given country's international flows match with the global distribution of the same flow in the opposite direction. In other words how widely those flows are distributed among different nations (Ghemawat and Altman, 2016). Data set and statistics used to calculate the scores of the index are compiled from various and diverse sources (Ghemawat and Altman, 2016:241-248).

6. ANALYSIS RESULTS

Baron and Kenny’s method firstly require a relationship among the variables shown in the model (Civelek, 2018). Therefore Pearson correlation coefficients were calculated. As shown in the Table 1 the relationships among variables are statistically significant.

Table 1. Correlation Coefficients

	LPI	GCI	HDI
LPI	1		
GCI	,837*	1	
HDI	,759*	,798*	1

* Correlation is significant at the 0.01 level

Three models were developed to test the mediator effect. R and R² values of these models are shown in Table 2.

Table 2. Model Summaries

Models	R	R ²	Adjusted R ²	Standard Error of the Estimate
Model 1	0,759	0,576	0,575	0,65180317
Model 2	0,837	0,700	0,700	0,54817113
Model 3	0,815	0,664	0,663	0,58083804

Table 3. ANOVA Tables

Models	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	218,408	1	218,408	514,085	,000
	Residual	160,592	378	,425		
	Total	379,000	379			
2	Regression	265,414	1	265,414	883,267	,000
	Residual	113,586	378	0,300		
	Total	379,000	379			
3	Regression	251,810	2	125,905	373,193	,000
	Residual	127,190	377	0,337		
	Total	379,000	379			

In Table 3, ANOVA test results of each model are shown. ANOVA results show that the models are statistically significant.

Table 4. Hypotheses Results

Relationship	Model 1	Model 2	Model 3
LPI → HDI	0.759*		0.305*
LPI → GCI		0.837*	
GCI → HDI			0.542*

Note: Regression coefficients are standardized. *p<0.01

Sobel test was conducted (Sobel, 1982) in order to verify the results reached by Baron and Kenny method. As shown in Table 5, Sobel test result is significant.

Table 5. Sobel Test Results

	Sobel Test Statistic	P
LPI → GCI → HDI	9.51499949	0,00

7. CONCLUSION

As shown in Table 4, the results indicate significant and positive relation between LPI and GCI ($\beta_{\text{model2}} = 0.837$, $p < 0.01$). Therefore H₁ (logistics performance index has positive effect on global connectedness index) was supported. H₂ (global connectedness index has positive effect on human development index) was also supported due to the fact that the relationship between HDI and GCI is statistically significant ($\beta_{\text{model3}} = 0.542$, $p < 0.01$). H₃ (logistics performance index has positive effect on human development index) was supported ($\beta_{\text{model1}} = 0.759$, $p < 0.01$) and H₄ (global connectedness has a mediator role in the relationship between logistics performance and human development index) was partially supported ($\beta_{\text{model3}} = 0.305$, $p < 0.01$). The reason is that after the inclusion of the mediator variable into the model the effect of LPI on HDI did not disappear. But the value of the β coefficient seriously decreases. It was therefore concluded that GCI partially mediates in the relationship between LPI and HDI.

Motivation behind this research was to find out whether there is a relationship between logistics performance and human development and the results of this research have supported this relationship accordingly. The results also show that the global connectedness index plays a role in this relationship and this role has a partial mediator nature. These results lead to the following policy implications:

The efforts to improve the logistics performance of a country play a crucial role in the development of well-being of humans. In addition, policies increasing the global connectedness of a country should concurrently be implemented.

REFERENCES

- Arvis, J-F., Saslavsky, D., Ojala, L., Shepherd, B., Busch., C, Raj, A., Naula, T.,(2016),Connecting to Compete 2016, Trade Logistics in the Global Economy, LPI and Its Indicators,Washington,World Bank,pp. 1-62.
- Arvis, J-F., Duval, Y., Shepherd, B., Utoktham, C., Raj, A., (2015), Trade Costs in the Developing World: 1995-2012, Developing Trade Consultants, Working Paper, 2, 1-41.
- A.T. Kearney/Foreign Policy, (2003), Measuring Globalization, Foreign Policy Magazine Globalization Index, Jan-Feb 2003, 60-72.
- Baron, R., & Kenny, D., (1986), The Moderator - Mediator Variable distinction in Social Psychological Research: Conceptual, strategic and statistical Consideration. The Moderator - Mediator Variable distinction in Social Psychological Research Journal of Personality and Social Psychology, 1173-1182.
- Bergh, A., Nilsson, T., (2010), Good for Living? On the relationship between Globalization and Life Expectancy, World Development, 8 (1), 1191-1203.
- Bhagwati, J., (2004), In Defense of Globalization, Oxford, Oxford University Press.
- Borensztein, E., De Gregorio, J., Lee, J-W., (1998), How does foreign direct investment affect economic growth?, Journal of International Economics, 45, 115-135.
- Çelebi, Ü., (2018), Lojistiğin Ekonomideki Rolü, İstanbul, 1 ed., Atı Yayınları.
- Çelebi, Ü., Civelek, M., Çemberci, M., (2015), The Mediator Effect of Foreign Direct Investments on the Relation between Logistics Performance and Economic Growth, Journal of Global Strategic Management, 9(1), 17-21.
- Çelebi, Ü., Işıklar O., N., (2018), The Impacts of Logistics Performance upon Economic Growth through Foreign Direct Investment, Technological Development and Competitiveness: An Application of Structural Equation Modeling. Working article to be published.
- Chu, Z., (2012), Logistics and economic growth: a panel data approach, Springer, Ann Reg Sci, 49, 87-102.
- Civelek, M., (2018), Yapısal Eşitlik Modellemesi Metodolojisi, İstanbul, Beta.
- Dinda, S., (2014), Inclusive growth through creation of human and social capital, International Journal of Social Economics, 41 (10), 878-895.
- Dollar, D.,(2004), Globalization, Poverty, and Inequality since 1980, World Bank Policy Research Working Paper 3333, 1-46.
- Dreher, A.,(2006), Does globalization affect growth? Evidence from a new index of globalization, Applied Economics, 38, 1091-1110.
- Dreher, A., Gaston, N., Martens, P., Van Boxem, L., (2010), Measuring Globalization - Opening the Black Box. A Critical Analysis of Globalization Indices, Journal of Globalization Studies, 1(1), 166-185.
- Dreher, A., Gassebner, M., Siemers, L-H.R.,(2012), Globalization, Economic Freedom and Human Rights, Journal of Conflict Resolution, 56(3), 516-546.
- Duranton, G., Morrow M. P., Turner, A. M., (2014), Roads and Trade: Evidence from the US, Review of Economic Studies, 81, 681-724.
- Fagerberg, J., Srholec M., (2005), Catching Up: What are the Critical Factors for Success?”, UNIDO World Industrial Development Report,1-88.
- Fagerberg, J., Mowery, C. D., Verspagen, B.,(2009), Innovation, Path Dependency and Policy, The Norwegian Case, Oxford University Press.
- Ghemawat, P., Altman, S. A., (2016), DHL Global Connectedness Index, Deutsche Post DHL Group, Headquarters, Bonn, 1-248.
- Gries, T., Grundmann, R., Palnau, I., Redlin, M., (2018), Technology diffusion, international integration and participation in developing economies - a review of major concepts and findings, Int Econ Policy, 15, 215-253.
- Hoekman, B., (2014), Governance of Deeper Economic Integration in a Supply Chain World, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, Florence, European University Institute.
- Kardam, N., (2005), Turkey’s Engagement with Global Women’s Human Rights, Hants, Ashgate.
- Korinek, J., Sourdin, P.,:(2011), To What Extent Are High-Quality Logistics Services Trade Facilitating”, OECD Trade Policy Papers, 108, 1-41.
- Lee, Chiang-Chien, Chi-Chuan Lee, Chun-Ping Chang, (2015), Globalization, Economic Growth and Institutional Development in China, Global Economic Review, 44 (1), 31-63.
- Levinson, Marc: (2006), The Box, How the Shipping Container Made the World Smaller and the World Economy Bigger, Princeton New Jersey, Princeton University Press.
- Long, D., (2003), International Logistics Global Supply Chain Management, Massachusetts, Kluwer Academic Publishers.

- Martens, P., Zywiets, D., (2006), Rethinking Globalization: A Modified Globalization Index, *Journal of International Development* 18, 331-350.
- Memedovic, O., Ojala, L., Rodrigue, J-P., Naula, T., (2008), Fuelling the global value chains: what role for logistics capabilities?, *Int. J. Technological Learning, Innovation and Development*, Volume 1, Issue 3, pp. 353-374.
- Morrell, S. P., (2011), *Moving Boxes by Air, The Economics of International Air Cargo*, Ashgate Publishing.
- Moshirian, F., (2008), Globalisation, growth and insitutions, *Journal of Banking & Finance*, 32, 472-479.
- Mukherjee, N., Kriekhaus, J., (2011), Globalization and human well-being, *International Political Science Review*, 33(2), 150-170.
- Munim, H., Z., Schramm, H., J., (2018), The impacts of port infrastructure and logistics performance on economic growth: the mediating role of seaborne trade, *Journal of Shipping and Trade*, 3(1), 1-19.
- OECD/ITF,(2015), *Drivers of Logistics Performance A Case Study of Turkey*, Corporate Partnership Board Report, 1-54.
- OECD/ITF,(2016), *Logistics Development Strategies and Performance Measurement*, Roundtable Report, Paris, International Transport Forum, Issue 158, pp. 1-143.
- Ohmae, K.,(1996), *The End of The Nation State*, London, Harper Collins Publishers.
- Ojala, L., Çelebi, D., (2016), The World Banks's logistics performance index, LPI and drivers of logistics performance, *Logistics Development Strategies and Performance Measurement*, Paris, OECD/ITF, Issue 158, pp. 69-95.
- Romer, P. M.,(1990), Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, 98 (5), 71-102.
- Saidi, S., Hammami, S.,(2014), The Interaction Between Transportation, Foreign Direct Investment and Human Capital: A New Determinant of Economic Growth in Developing Countries (The Case of Tunisia), *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(11), 1-22.
- Sanchez, J. R.,Tomassian, C. G., Perrotti, E. D.,(2014), Economic Development and Logistics Performance, *Revista de Economia Mundial*, 38, 27-48.
- Sen, A., (1999), *Development as Freedom*, New York, Alfred A.Knopf Inc.
- Sen, A., (2000), Economics and Health, *The Lancet*, 354, siv20.
- Sen, A., (2005), Human Rights and Capabilities, *Journal of Human Development*, 6 (2), 151-166.
- Sirgy, M. J., Lee, D, Miller, C., Littlefield, E., J., (2004), The Impact of Globalization on a Country's Quality of Life: Toward an Integrated Model, *Social Indicators Research*, 68, 251-298.
- Sobel, M., (1982), Asymptotic intervals for indirect effects in structural equations models. *Sociological methodology*, 290-312.
- Solow, R.,(1956), A contribution to the theory of Economic Growth, *Quarterly Journal of Economics*, 70, (1), 65-94.
- Stiglitz, Joseph E.,(2002), Participation and Development: Perspectives from the Comprehensive Development Paradigm, *Review of Development Economics*, 6 (2), 163-182.
- Thirlwall, P, A.,(2013), *Economic Growth in an Open Developing Economy*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- Togan, S., (2016), *The Liberalization of Transportation Services in the EU and Turkey*, Oxford, Oxford University Press.
- Tsai, M-C., (2007), Does Globalization Affect Human Well-Being?, *Social Indicators Research*, 81, 103-126.
- UNDP, (2016), *Human Development Report*, Human Development for Everyone, New York.
- Unnikrishnan, R., Jagannathan, L.,(2015), A Study on Mediation Effect of Social Inclusion on Global Human Development, *BVIMR Management Edge*, 8 (1), 42-56.
- Wolf, M., (2004), *Why Globalization Works*, New Haven, Yale University Press.

Citation: Yalçinkaya, A. & Koraltürk, M. (2018) İktisat Ve İşletme Tarihi Kaynağı Olarak İş İnsanı Hatırat Ve Oto/Biyografileri: Türkiye’de Yayımlanan Eserler Üzerine Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 981-1014 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.291>

İKTİSAT VE İŞLETME TARİHİ KAYNAĞI OLARAK İŞ İNSANI HATIRAT VE OTO/BİYOĞRAFİLERİ: TÜRKİYE’DE YAYIMLANAN ESERLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Akansel YALÇINKAYA²

Murat KORALTÜRK³

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 07/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. İlk olarak, Türkiye’de iş insanlarını konu edinen hatırat, biyografi ve otobiyografi türündeki eserleri belirli boyutlara göre sınıflandırmak, ikincil olarak ise, iş dünyasına yönelik hatırat ve oto/biyografi eserlerinin iktisat tarihi ile işletme tarihi yazınlarına yönelik muhtemel katkılarını keşfetmektir. Bu bağlamda, çalışmanın yazarları tarafından derlenen 1947’den 2018’e kadar 278 kitap, içerik analizi ile ilgili kategorilere göre analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, Türk iş insanları üzerine yayınlanan kitapların çoğunun, onaylı eserler veya para karşılığı kaleme alınmış biyografiler olduğunu ve bu kitapların önemli bir bölümünün hagiografi niteliğinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Türk iş insanları ile ilgili yayınlanan kitapların çoğunluğu, sıfırdan zirveye turmanmaya ilişkin başarı öyküleridir. Araştırmanın sonuçları, Türk iş kadınlarının kitaplarının çok nadir olduğunu ve Türk iş kadınları hakkında sadece 8 kitap yayınlandığını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İş İnsanı, Biyografi, Otobiyografi, Anı

JEL Kodları: B31, N80, N84

MEMOIRS AND AUTO/BIOGRAPHIES OF BUSINESS PEOPLE AS ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT HISTORY SOURCE: A STUDY ON PUBLISHED BOOKS IN TURKEY

ABSTRACT

The aim of this paper is twofold. Firstly, to categorize the published memoir, biography and auto biography books of business people in Turkey by certain dimensions. Secondly, to explore the possible contributions of the published books on Turkish business people to economic and business history literature. In this context, 278 books from 1947 to 2018 compiled by authors of the study have been analyzed using content analysis according to related categories. Research results show that most of the published books on Turkish business people are authorized books or commissioned biographies and the majority of those books are hagiographies. In addition, many of the books published on Turkish business people are rags to riches stories. Results of the study also indicated that books of Turkish business women are very rare and there are only 8 books on Turkish business women.

Keywords: Business person, Biography, Autobiography, Memoir

JEL Codes: B31, N80, N84

¹ Bu çalışma, 27-28 Haziran 2018 tarihlerinde Bandırma’da düzenlenen International Conference on Empirical Economics and Social Science (ICESS’ 18)’de özet olarak sunulan bildirinin genişletilmiş ve güncellenmiş versiyonudur.

² Araş. Gör. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İşletme Bölümü, akansel.yacinkaya@medeniyet.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-7843-0612>

³ Dr. Öğretim Üyesi, Marmara Üniversitesi, İktisat Bölümü, mkoralturk@marmara.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-7454-310X>

1. GİRİŞ

Anı/hatırat, biyografi ve otobiyografi türü metinler tarihin kendisi değil tarihin kaynaklarıdır. Özellikle 90'lı yıllardaki postmodernizmin etkileri, tarih alanında adına yeni biyografi veya biyografiye dönüş (*biographical turn*) (Renders, De Haan ve Harmsma, 2016) denen akımı gündeme getirmiş, tarihsel merakın aktörlere ve onların kimliklerine, anlamlandırmalarına ve söylemlerine dikkat çekmiştir (Spiekermann, 2016). Bu denli ilginçliğine karşın, uzun zaman tarihçilerin biyografının işlevini sorguladığı ve bu türden uzak durarak; büyük adamların tarihi diye küçümsediği ve bizatihi insanın yerine ekonomik, demografik, ekolojik ve sosyal motiflerin peşinde koşmayı tercih ettiği de söylenmektedir (Kırmızı, 2013: 5).

Biyografi, tarihçiliğin zahmetli ve popüler, ama aynı zamanda tartışmalı ve ihtilaflı dallarından birisidir. Kimine göre, tarih yazıcılığına giden en asil yol, kimine göreyse tepki ve uyuşmazlık kaynağıdır (Lässig, 2013:29). “*Biyografi (yaşamöyküsü) denilen yazı türü başkasının hayatını kayda geçirmekle ilgilenir. Biyografi bir hayatı yorumlayarak yazıyla anlatmaktır, onu bir metnin kalıbına sokmaktır. Bir hayatın yazılı temsilidir, inşasıdır, canlandırılmasıdır, sunumudur*” (Kırmızı, 2015:156-157). Bu bağlamda, biyografi bir kişinin doğumundan ölümüne kadar olan yaşamının bilgi, belge, görsel ve sözlü saptamalar ile şahitliklere dayanarak, anlatı formunda, kendisi dışındaki bir başka kişi tarafından yeniden kurulması (Tekeli, 2001:15) olarak da tanımlanabilir. Tarihçilere göre ise biyografi, belgelerin tanıklığı ve aracılığıyla keşfedilip yeniden düzenlenerek inşa edilmektedir (Ortaylı, 1999). Otobiyografi ise kişinin kendi tarafından yazılmış biyografisidir (Şirin, 2015:269). Onu biyografiden farklılaştıran esas özelliği bir kişinin yaşam deneyimini kendisinin yazmasıdır (Tekeli, 2001:15). Hatırat ise bir kişinin hayata dair tecrübelerinin sonradan kayda geçirilmesidir (Şirin, 2015:269). Bu tür metinler bir tarih kaynağı olarak öznellik taşımaktadır.

Hatırat ve oto/biyografi türü eserlerin tarihsel birer kaynak olarak değerini vurgulayan çalışmalardan biri Lässig (2013)'e aittir. Esasında, biyografi yazımı bağlamında birtakım önerilerde bulunmak üzere yola çıkan Lässig (2013), biyografilerin kimliği oluşturan göstergeler aracılığıyla ve biyografiye konu öznenin yakın çevresiyle birlikte yazılması gerektiğini belirtmiştir. Bundan dolayı ona göre, söz konusu biyografi, biyografisi yazılan öznenin kuşağına ait bir kolektif biyografi olarak da okunabileceğini belirterek; biyografilerin ayrı bir değer taşıdığını vurgulamıştır. Birinci (2018: 274) de, özellikle hatırat türünden eserlerin edebiyatın ve tarihin önemli ve hassas kaynakları arasında olduğunu hem yazarların hem de baskıya hazırlayanların ve basanların bu tür eserlere gereken değeri vermeleri

gerektiğini belirtmektedir. Ona göre, hatırat türünden metinler, özellikle yakın çağ tarihinin en başta gelen kaynaklarıdır; zira beşerî bilgiler ancak bu türden kaynaklarda bulunmaktadır (Birinci, 2018:287). Bu tür eserlerde siyasi tarihten iktisat tarihine kadar, içtimai tarihten zihniyet tarihine kadar oldukça farklı alanlarda değerli bilgiler bulunmaktadır (Birinci, 2007:876). Dahası, en kötü hatıratın yazılmamış hatırat olduğu, zira bu tür eserlerin içerdikleri bilgilerin yerinin resmi veya gayri resmi başka kaynaklardan elde edilen bilgilerle ikame edilemeyeceği vurgulanmaktadır (Birinci, 2011:165). Tekeli (2001:16) de, her tarih yazısının daha sonraki tarihçiler tarafından kullanılan ikincil kaynaklar olduğunu ve bu bağlamda biyografiler ile otobiyografilerin de birer ikincil kaynak olarak düşünülüp değerlendirilebileceğini belirtmektedir.

Hatırat, biyografi ve otobiyografi türü eserlerin bahse konu bu önemine karşın, gerçekleştirilen kapsamlı yazın taraması özellikle yerli yazında bu yöndeki eserlere yönelik ilginin ve kullanımın hayli sınırlı olduğunu göstermektedir. Söz konusu tespit, bu eserlerden maksimum düzeyde istifade edecek alanlar söz konusu olduğunda akla gelen iktisat tarihi ile işletme tarihi bağlamında da büyük oranda geçerli olduğunu; ilgili alanlarda ikame edilmesi güç bilgiler ihtiva etmesine karşın bu eserlere yönelik birikimin hayli sınırlı düzeyde kaldığı da görülmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada, iktisat tarihi ile işletme tarihi alanları açısından hatırat, biyografi ve otobiyografi türü eserlerin önemine, değerine ve ilgili alanlarda kullanımına ilişkin geniş kapsamlı bir yazın incelemesinden sonra; bu eserlerin kullanımının ilgili alanlar açısından önemine değinilerek görgül olarak bu eserlere dayanan analizlere yer verilmiştir. İzleyen bölümde ise bu eserlere ilişkin Türkiye’deki birikimi ortaya koyan görgül bir araştırmaya yer verilerek, söz konusu eserlerin ilgili alanlarda daha verimli bir biçimde değerlendirilebilmesi amacıyla, eserler belirli boyutlar bağlamında analiz edilerek sınıflandırılmıştır. Çalışma, bulguların eleştirel ve yazınsal açıdan ifade ettiği çıkarımları içeren değerlendirme ve sonuç bölümüyle sonlandırılmıştır.

2. İKTİSAT TARİHİ BAĞLAMINDA İŞ İNSANI HATIRAT VE OTO/BİYOĞRAFİLERİ

İktisat tarihi yazını, özellikle de Amerikan kökenli iktisat tarihi yaklaşımı uzun yıllardır hatırat ve oto/biyografi türü eserleri odağına almıştır. Söz konusu yazına yakından bakıldığında, yalnızca iş insanlarını konu edinen biyografik sözlüklerden sıfırdan zirveye ulaşma hikâyelerine değin yazının bir hayli derinlik ve çeşitlilik kazandığı görülmektedir. Örneğin, Ingham (1983), yayınlamış olduğu “*Biographical Dictionary of American Business Leaders*” adlı biyografik iş insanları sözlüğü ile aralarında Alfred Chandler ve Thomas Cochran gibi

duayen isimlerin bulunduğu bir seçici kurul tarafından oluşturulan 450 isimlik eseri Amerikan ekonomi tarihine kazandırmıştır (Jeremy, 1985). Amerikan iktisat tarihi yazınının ilgili ve önemli bir bölümünü ise, sıfırdan zirveye (*rags to riches*) ulaşan girişimcilere odaklanan eserler oluşturmaktadır. Bu eserlerde sıklıkla vurgulanan ana kavram ise *Horatio Alger* mitidir. Bu akımdaki eserlerden birinde Sarachek (1978), 187 girişimcinin biyografileri ve şirket tarihleri üzerinden gerçekleştirdiği analizde, sıfırdan zirveye yükselen girişimcilerin büyük bölümünün babalarıyla problemlili bir büyüme dönemi geçirdiğini vurgulamaktadır. Naveh (1991) de, iş adamı biyografilerinin sıfırdan zirveye (*rags to riches*) hikâyeleri olarak ele alınabileceğini ve bu tür eserlerin sınıflararası sosyal geçişkenliğin mümkünlüğünü göstermesi bakımından Amerikan kamuoyunda geniş bir kitleye hitap ettiğini belirtmektedir.

İş insanlarının biyografilerine ekonomik açıdan yaklaşan Broeze (1996), bu yaklaşımın ekonomideki görünmez el yaklaşımına atıfla elleri görünür kılarak ekonomi tarihini insanileştirdiğini belirtmektedir. Yazar, ayrıca bu yaklaşımın tarihçilere farklı bakış açılarını adapte etme, alternatif bağlantılar kurma ve farklı temalar ile konuları takip edebilme fırsatı sunduğunu da belirtmektedir.

Birinci (2011:163), insan hakkındaki vasıtasız bilgilerin en büyük ve en dikkate değer bilgi kaynağının hatıra türünden eserlerde mevcut bulunduğunu belirterek; söz konusu bu tür eserlerin, iktisadi davranış içinde bulunan insanların zihniyet yapısını anlamak için çok kıymetli bilgileri ve yorum imkanlarını içerdiklerinin altını çizmektedir. İktisadi tarih kaynağı olarak yerli işadamı-girişimci ve profesyonel yöneticilerin anılarına, biyografi ve otobiyografilerine dikkat çeken çalışmaların başında Ayşe Buğra'nın *Devlet ve İşadamları* kitabı gelmektedir (Buğra, 1995). Buğra, Türkiye'de iş adamları-devlet ilişkisini bu metinlere dayanarak irdelemektedir. Bu kitapta, Türkiye'de büyük iş adamlarının oluşumu otobiyografik metinlere dayanılarak ele alınır.

Bu metinlerin kaynak olarak önemine yine Buğra'nın eseri bağlamında bakmakta yarar vardır. Örneğin Buğra, "*Türk işadamlarının iş alanı seçimlerini belirleyen uzmanlaşmanın büyük ölçüde rastgele yapıldığı*"nı bu metinlere dayanarak söylemektedir (Buğra, 1995:105). Yine bu metinlerden hareketle Buğra (1995:105-106); "*devletin, başlangıç döneminde kredi kaynağını oluşturmaya bile, ya işveren ya da en önemli müşteri olarak veya işadamının kariyerinin akışını değiştirecek bir projede ilk adım atmaya gerekli ana sermayeyi sağlayarak iş hayatındaki dönüm noktasında anahtar rolünü oynayabilmektedir.*" değerlendirmesini yapar. Buğra (1995:106), "*Her ne kadar bu işadamları açısından devlet tartışılmaz bir şekilde sorunlarının ve temel kaygularının kaynağını oluşturmakta ise de, gerek bu otobiyografiler*

gerekse benim işadamlarıyla yapmış olduğum görüşmeler, işadamlarının devletin ekonomide ağırlıklı bir şekilde yer almasını normal bir olgu olarak kabul ettiklerini göstermektedir. Hatta sık sık, hem de gıpta ile, iş hayatında devletin daha etkin rol aldığı bazı başarılı ülkeler örnek olarak verilmektedir.” 2018 yılında Ayşe Buğra için yayınlanan eser (Savaşkan ve Ertan, 2018:9) de, Buğra'nın akademik hassasiyetlerini ve zenginliğini yansıtan bir armağan olmasının yanında bir yandan da onun devlet-ekonomi ve toplum arasındaki çok boyutlu ilişkiyi konu alan literatüre sunduğu katkıları da gözler önün sermektedir. Buğra'nın devlet ve işadamları arasındaki ilişkiye dair bu saptama ve değerlendirmelerinin ana kaynağını iş adamlarının otobiyografilerinin oluşturması, bu tür metinlere iktisadi tarih kaynağı olarak daha dikkatli bakmayı bize düşündürmektedir. Bu metinler yalnızca iş adamlarının devlet algısını anlayabilmek için değil kısaca girişimci profillerine dair bilgi edinme şansını okurlara verdikleri için de önemlidir. Buğra (1987) bir başka ve benzer değerlendirmesinde ise, *Nejat Eczacıbaşı, Vehbi Koç ve Sakıp Sabancı* gibi iş adamlarının anıları üzerinden söz konusu girişimcilerin yükselişlerini ve büyümelerini Türkiye'nin ekonomik ve politik bağlamla ilişkili olarak ele almaktadır. Tekeli ve İlkin (1993) ise, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında Türkiye'nin ilk girişimcileri sayılabilecek büyük müteahhitlerin gelişiminde bayındırlık ve demiryolu projelerinin etkisini müteahhitlerin biyografi ve hatıratları üzerinden araştırmışlardır.

3. İŞLETME VE YÖNETİM TARİHİ BAĞLAMINDA İŞ İNSANI HATIRAT VE OTO/BİYOĞRAFİLERİ

İktisat tarihi yazını yanında, biyografi türü eserler, daha genç ve yeni gelişmekte olan bir alan olarak işletmecilik ve yönetim tarihi alanı ile birlikte örgüt ve yönetim araştırmaları alanı için de önemli ve değerli kaynaklardır. Özellikle, işletme tarihi bağlamında, bu tür eserler, araştırmacılara farklı kaynaklardan elde edemeyecekleri nitelikte bilgiye sahip olma fırsatını kolaylıkla sağladıkları için de oldukça kıymetlidirler. Örneğin Ford vd. (2005), otobiyografilerin adeta birer katılımcı gözlem gibi kişinin içsel düşüncelerini yansıtmaları bağlamında da oldukça değerli ve ayrıcalıklı kaynaklar olduğu belirtmekte iken; Jacobs (2007) ise biyografilerin, yönetim eğitiminde vakalar ve teoriler ile birlikte destekleyici materyaller olarak kullanılması gerektiğinin altını çizmektedir. Reveley (2010) de, işletme tarihçileri için girişimci otobiyografilerinin, yalnızca girişimcinin tecrübelerini içermediğini, aynı zamanda yazanın kendi gördüğü ve yorumladığı resim ile izlenimleri içerdiği için de oldukça değerli olduğunun altını çizmektedir. Benzer şekilde, Carson ve Carson (1998), yönetim tarihi araştırmalarının metodolojik olarak biyografileri de bir kaynak olarak içerecek şekilde çeşitlendirilmesinden söz etmektedirler. Otobiyografilerin örgüt araştırmalarında nasıl ve

neden kullanılması gerektiğine ilişkin yazına önemli bir katkı sunan Mathias ve Smith (2016) ise, otobiyografilerin liderlerin düşünceleri, eylemleri ve duyguları gibi gizil ve derinlemesine içeriklere sahip olduğunu ve araştırmacıların bu nadir kaynakları göz ardı etmemeleri gerektiğini belirtmektedir.

Mayo (2012) ise, yönetim ve örgüt araştırmaları alanının farklı bir alt alanı olan liderlik açısından konuya yaklaşmakta ve özellikle biyografilerin liderlik eğitiminde ve öğretiminde kullanımının oldukça yararlı olduğunu belirtmektedir. Biyografi ve anı türü eserlerin, akademisyenlere, iş insanlarının farklı durumlarda aldıkları kararlar, farklı zorluklara karşı tepkileri ile liderliğe ve iş dünyasına ilişkin değerleri ve tutumları gibi liderliğin ve girişimciliğin farklı tezahürlerini araştırma olanağı sunduğu belirtilmektedir. Söz konusu bu araştırmalarla bahse konu iş insanlarının hayatlarındaki olaylara ilişkin yorumlamalarını ve önemli dönüm noktalarını açığa çıkarma fırsatı sunduğu da ifade edilmektedir. Aynı zamanda, iş insanlarına ait biyografi türü eserlerin, özellikle iktisat veya işletme tarihi ile yönetim tarihi araştırmalarına yönelik olarak yararlı birer materyal olduğu da vurgulanmaktadır (Valtonen, 2007:8).

Hatırat ve oto/biyografi türü eserlerin girişimcilik tarihi araştırmaları bağlamındaki önemine dikkat çeken Spiekermann (2016), bu tür eserlerin girişimciliği (özellikle de göçmen girişimciliğini) analiz etmede önemli kaynaklar olduğunu belirtmekte ve işletme tarihi bağlamında biyografi kullanımının iki genel yaklaşımı olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki, biyografilerin girişimcilik araştırmalarındaki halihazırda var olan kuramların geliştirilmesinde kullanımı iken; diğeri ise işletme tarihçilerinin yeni girişimcilik tarihi adını verdikleri ve aktörlerin bireysel veya kolektif olarak piyasaları, sektörleri ve kapitalizmi dönüştürdükleri süreçleri ele alan yaklaşımdır. Corley (2006) ise, işletme tarihi bağlamında girişimci biyografilerinin hemen hemen bütün gelişmiş ülkelerde dikkate değer bir kaynak olduğunu göstermektedir.

Dawson ve Hjorth (2015), biyografilerin yönetim araştırmaları alanında kullanımını genişletecek bir açılım getirerek, söz konusu eserlerin aile işletmeciliği alanında yöntemsal bir açılım sağlayabileceğini ifade ederken; Lambrecht (2005) ise, biyografilerin vakaları destekleyici ve ailelerin hayat hikayelerini doğrulayıcı özelliklerinden dolayı aile işletmelerine ilişkin vaka analizi metodolojisini desteklemede kullanılması gerekliliğinden bahsetmektedir. Yönetim ve organizasyon alanında oto/biyografi türü eserlerin birer kaynak olarak kullanımına ilişkin önemli bir örnek ise, beş farklı geçmişe sahip ve farklı ülkelere gelen yöneticinin oluşumunu (*formation*) inceleyen Sims (1993)'in çalışmasıdır. Westley ve Mintzberg (1989)

ise, otobiyografik bir yaklaşımla *Edwin Land, Steve Jobs, Rene Levesque, Lee Iaocca* ve *Jan Carlzon* gibi beş liderin otobiyografisi üzerinden liderliği analiz etmişlerdir. Watson (2009) da, *GEC-Plessey Telecommunications* şirketinin kıdemli yöneticisi *Leonard Hilton*'ın otobiyografisi üzerinden yönetici kimliği inşasını analiz etmiştir.

Söz konusu bu olumlu ve önemli yönlerine karşın, Knowles (2013), iş insanlarının biyografilerinin tamamının tarihçilerden ziyade gazeteciler ve/veya iş dünyası yorumcuları tarafından kaleme alındığını; bunun sonucunda da işletme tarihi yazımında bu eserlerin kendine önemli bir yer edemediğini belirtmektedir. Ona göre, bu eser sahiplerinin akademi dışından gelen “tarihçiler” olması ve bu nedenle üretimlerinin akademik titizlikten yoksun olduğuna yönelik inancın varlığı bunun başat sebebidir.

İş insanlarının hatırat ve oto/biyografi türü eserlerinin yerli yazındaki kullanımına baktığımızda, söz konusu eserlere ilişkin yoğun bir ilgi olmamakla birlikte dikkate değer çalışmaların olduğu göze çarpmaktadır. Birinci (2011:166) de, özellikle iş insanlarını konu edinen hatırat ve oto/biyografi türü eserlerin tam bir tespitini yapacak ayrı bir çalışmaya ihtiyaç olduğunu ifade ederek, bugüne değin yayınlanmış bulunan bu tür eserlerin Türkiye'nin yakın devir iktisadi tarihinin kıymetli, nadir ve gözden uzak kalmış hikayelerini ihtiva ettiğinin altını çizmektedir. Bu çalışma, işaret edilen bu boşluğu giderme amacına yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, ilginç bir biçimde, yerli yazında bu tür eserlerden yararlanan çalışmaların yalnızca işletme tarihi ile örgüt kuramı gibi makro yaklaşımlarla sınırlı kalmadığı, ayrıca liderlik, insan kaynakları ve girişimcilik gibi daha mikro düzeyli çalışmaların da olduğu söylenebilir. Örneğin, yerli yönetim ve organizasyon yazımında bu tür eserlerden bir kaynak olarak hayli erken bir dönemde yararlanan Erdoğan (2000; 2001)'un çalışmaları dikkat çekicidir. Otobiyografilerin, girişimciliğin psiko-sosyal ortamı hakkında önemli bir bilgi kaynağı olduğunu belirten ve Türk iş hayatında başarılı olmuş girişimci işadamlarının otobiyografilerini analiz ederek onların kariyer gelişimlerini incelemeyi amaçlayan Erdoğan (2000), işadamlarının kariyer gelişimini incelerken, kariyer aşamaları yerine, deneyimlerin daha anlamlı olduğunu; bu noktadan hareketle, işadamlarının kariyer gelişimini deneyimler ışığında açıklamanın daha yararlı olduğunu ifade etmektedir. İnsan kaynakları alanındaki oto/biyografi türü eserlerin bir kaynak olarak kullanımına ilişkin daha güncel katkılar da yine Erdoğan ve arkadaşlarından gelmiştir. Akademik ilgisini girişimci iş adamlarından profesyonel yöneticilere yönlendiren yazar, Türkiye'nin önde gelen dört CEO'sunun kariyer inşalarını oto/biyografi türü eserleri üzerinden incelemiş ve incelemeye konu yöneticilerin hayli prestijli ve ayrıcalıklı aile ve eğitim geçmişlerinin motivasyon sağlamakla birlikte

kariyerlerinin başlangıcında zengin bir sosyal sermaye sağladığını da belirtmektedir (Erdoğan, 2016). Türkiye'nin önde gelen dört CEO'sunun CEO markalaşmasını yine benzer şekilde oto/biyografileri üzerinden inceleyen Erdoğan ve Esen (2018) ise, CEO'ların kariyer markalarının belirleyicilerini değişime yönelik liderlik, izlenim yönetimi, kariyer geçmişleri ve şirketin markası olarak sıralamışlardır.

İnsan kaynakları araştırmaları yanında, Türkiye'deki iş insanlarını konu alan hatırat ve oto/biyografiler liderlik araştırmalarında da kendine yer bulmuştur. Örneğin, Vatansever (2017), *Sabancı Holding* üst düzey yöneticilerinden *Turgut Uzer*'in otantik liderliğini otobiyografisi olan "*Olymp ve Faniler*" adlı eser üzerinden analiz etmiştir.

Yönetim ve organizasyon tarihi bağlamında hatırat ve oto/biyografi türü eserler, örgüt kuramı alanı bağlamında da ilgi devşirmiştir. Buna ilişkin, örneğin Ağlargoç (2015), *Vehbi Koç*'un otobiyografi kitaplarından ve hakkında yazılan diğer eserlerden hareketle kurumsal bir analiz gerçekleştirerek; Türkiye bağlamında iş adamı kavramının betimlenmesi adına *Vehbi Koç*'un gerçekleştirdiği kurumsal işleri belirlemiştir. Dirlik ve Erçek (2015) ise, bu tür eserlerin kullanımında önemli bir adım atarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında, Türkiye'deki işletme gruplarının sahip ve yöneticileri ile ilgili hatırat ve oto/biyografiler yanında hem örgüt kuramı alanı hem de işletme tarihi alanı için hatırat ve oto/biyografiler gibi önemli birer kaynak olan kurum ve şirket tarihlerini de analize katarak; bu eserlerin genel olarak Türk iş sistemini anlamada sundukları bilgilerin önemine ve değerine değinmişlerdir. Erçek (2012) ise, Türk işletme gruplarının kuruluşuna ilişkin dinamikler üzerinden bu grupların kökenlerini ve belirgin özelliklerini yazında hâkim paradigmanın aksine söz konusu grupların kurucularının otobiyografileri ve buna ek olarak şirket tarihleri üzerinden analiz etmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de iş insanlarını konu edinen hatırat, biyografi ve otobiyografi türündeki eserleri belirli kategoriler dâhilinde sınıflandırmak ve iş dünyasına yönelik hatırat ve oto/biyografi yazınının özelliklerini belirleyerek iktisat tarihi ile işletme tarihi alanlarına yönelik kullanımlarını artırmaktır. Çalışma, ayrıca Türkiye'deki hatırat, biyografi ve otobiyografi türündeki eserleri belirleyerek özellikle iktisat tarihi ile işletme tarihi başta olmak üzere bu eserlerin sosyal bilimler için taşıdığı potansiyeli ortaya çıkarmayı da hedeflemektedir.

Türkiye'deki iş insanlarının hayatını ve tecrübelerini anlatan anı, biyografi ve otobiyografi türündeki eserler, iktisat tarihi ile işletme tarihi alanlarına katkıları dışında, Cumhuriyet'i makroekonomik değişkenler aracılığıyla değil, mikro düzeyde, iş hayatıyla

ilişkili olarak yazmak gibi yeni bir açılım sağlaması nedeniyle de oldukça değerlidir. Zira İlhan Tekeli'ye göre, kurum tarihleri, aslında mikro tarih yazımının altyapısını hazırlamaktadırlar ve kendisi böyle bir deneme yapmanın değerli bir uğraş olduğunun da altını çizmektedir (Cengizkan, 2007). Benzer şekilde, Birinci (2011:165) de, Türkiye'de son yıllarda hatırat türünden eserlerin yazarları ve buna bağlı olarak mevzuunun ve muhtevasının değişmesiyle birlikte iktisadi alandaki bilgilerin de arttığını ve böylece iktisadi hayat ve uzun vadede iktisat tarihi ile iktisadi zihniyetin değişmesi hakkındaki araştırmalar için çok kıymetli bilgilerin ortaya çıktığını ve bu konudaki yorumlara zemin hazırladığını belirtmektedir.

Araştırmayı önemli kılan bir başka husus, sadece iş insanlarına odaklanmamakla birlikte, genel olarak bu tür eserlerin tam bir tespitini yapabilmeyen uzun bir zamana muhtaç ve zorlu bir araştırmayı gerektirdiğinin zikredilmesidir (Birinci, 2007:871). Zira, hem genel olarak hatırat ve oto/biyografi türüne ait eserlerin alelade bir listesinin bile bulunmadığı ve izahlı bir bibliyografyaya gereksinim olduğu (Birinci, 2007:871, 881) hem de iş insanlarına ilişkin bu tür eserlerin bir tespitini içerecek bir çalışmaya ihtiyaç olduğu (Birinci, 2011:166), araştırmının önemini ve değerini gözler önüne sermektedir. Araştırmanın bir diğer önemi ise, yerli yazında biyografik bilgi üretiminin eksik olması ve maalesef üretilen biyografik bilgilerin de araştırmalarda tatmin edici düzeyde kullanılmamasıdır (Birinci, 2016:51). Bu bağlamda, araştırmının kısıtlı düzeyde de olsa bu konuda katkı sağlaması beklenmektedir.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacına ulaşabilmek için çalışmanın yazarları tarafından Türkiye'deki iş insanlarının hayatını ve tecrübelerini anlatan anı, biyografi ve otobiyografi türündeki eserlere ilişkin bir liste⁴ oluşturulmuştur. Söz konusu liste, *TBMM Kütüphanesi*, *Salt Araştırma*, *Milli Kütüphane*, *İBB Atatürk Kitaplığı* ve *ULAKBİM Toplu Katalog* üzerindeki taramalar sonucunda hazırlanmıştır. Prestij eser olarak basılan ve yalnızca belirli kimselere sunulan eserlere ise, ikinci el kitap satış platformu Nadir Kitap web sitesi üzerinden gerçekleştirilen taramalarla ulaşılmıştır.

Söz konusu liste çalışmanın iki yazarı tarafından kodlanarak nicel içerik analizi uygulanmıştır (Bilgin, 2006). İçerik analizi, nitel veri analiz türleri arasında en sık kullanılan yöntemlerden biridir. İçerik analizi ağırlıklı olarak yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesinde kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde tümdengelimci bir yol takip edilmektedir. İçerik analizinde araştırmacı öncelikli olarak araştırma konusu ile ilgili kategoriler geliştirmektedir.

⁴ Söz konusu liste, çalışmanın ekler bölümünde yer almaktadır.

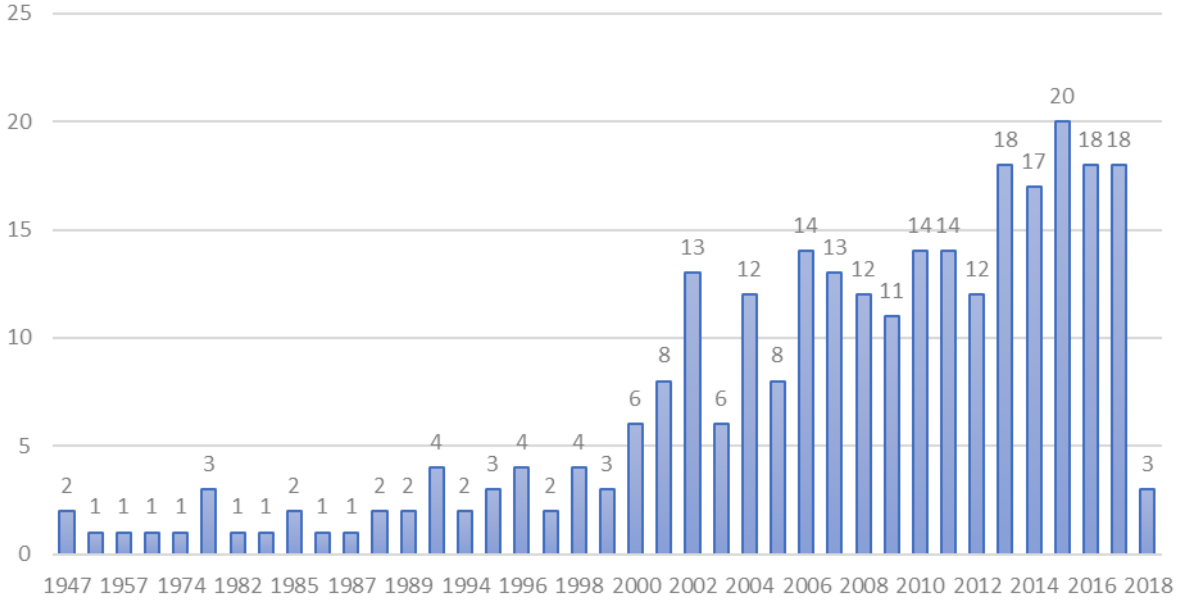
Araştırmacı daha sonra, incelemiş olduğu veri setinde, bu kategoriler içerisine giren kelime, cümle ya da resimleri saymaktadır (Özdemir, 2010:335). Yöntembilim yazınında içerik analizinin nicel ve nitel bir yaklaşımla gerçekleştirileceği belirtilmektedir. Buna göre, kavramlar ve ifadeler arasında istatistiksel ilişkiler araştırılmışsa bu tür nicel içerik analizi olarak isimlendirilir (Şencan, 2005:533). İçerik analizinin nicel veya nitel olması gerektiğini ileri sürenler arasındaki tartışmanın halen sürdüğünü ve hatta analiz sonucu verilen sonuçların nicel olmayacaksa içerik analizi yapmaya gerek dahi olmadığını belirtenler de vardır (Koçak ve Arun, 2006:23). Zira içerik analizi, ortaya çıkışı bağlamında metin formundaki verilerle sayısal analiz yürütmeye dayalıdır ve esas olarak nicel araştırma geleneği içinde yer almaktadır (Kuş, 2007:32). İçerik analizine temel teşkil eden, analiz öncesinde yazarlar tarafından belirlenen ve kodlamada kullanılan boyutlar; yayın yılı, sektör, yazar, iş insanının cinsiyeti, kitabın basım ve dağıtımını ile yayınlandığı yayınevi olarak şeklinde belirlenmiştir.

6. BULGULAR

Çalışma kapsamında incelemeye tabi, girişimci, iş insanı ve profesyonel yöneticilere ilişkin anı/hatırat, biyografisi veya otobiyografi olarak kaleme alınmış olan 278 adet kitap bulunmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde, çalışmanın bulguları içerik analizi kapsamında incelenen boyutlar bağlamında sırasıyla verilmiştir.

6.1. Eserlerin Yayın Yılı

Çalışma kapsamında analiz edilen kitapların yayın yılları itibariyle dağılımına bakıldığında, eserlerin 1947 yılından 2018'e uzanan 70 yılı henüz aşmış olan bir periyotta yayınlandıkları görülmektedir. 278 kitabın yayın yıllarına göre dağılımına bakıldığında ise 1980'li yılların başlarına kadar yalnızca altı adet kitabın yayınlandığı (1947, 1949, 1957, 1972, 1974) dikkati çekmektedir. Tespit edebildiğimiz kadarıyla bu alandaki ilk eserler 1947 yılında, iş adamı ve siyasetçi Nuri Demirağ'ın Ziya Şakir tarafından kaleme alınan "*Nuri Demirağ Kimdir?*" adlı biyografisi ile Rizeli iş adamı Şakir Kopuz'un otobiyografisi olan "*Kopuzlar*" adlı eserlerdir. Geriye kalan 272 kitabın ise 1980'lerden bugüne uzanan süreçte yayınladığı anlaşılmaktadır. Bu 272 kitabın 1980'lerden bugüne uzanan süreçte yayın yıllarına göre dağılımına bakıldığında ise yıl bazında 10 ve üstünde kitabın 2000'li yıllarda yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Analiz kapsamında incelenen eserlerin yayın yıllarına göre dağılımı Şekil 1.'de görülmektedir.



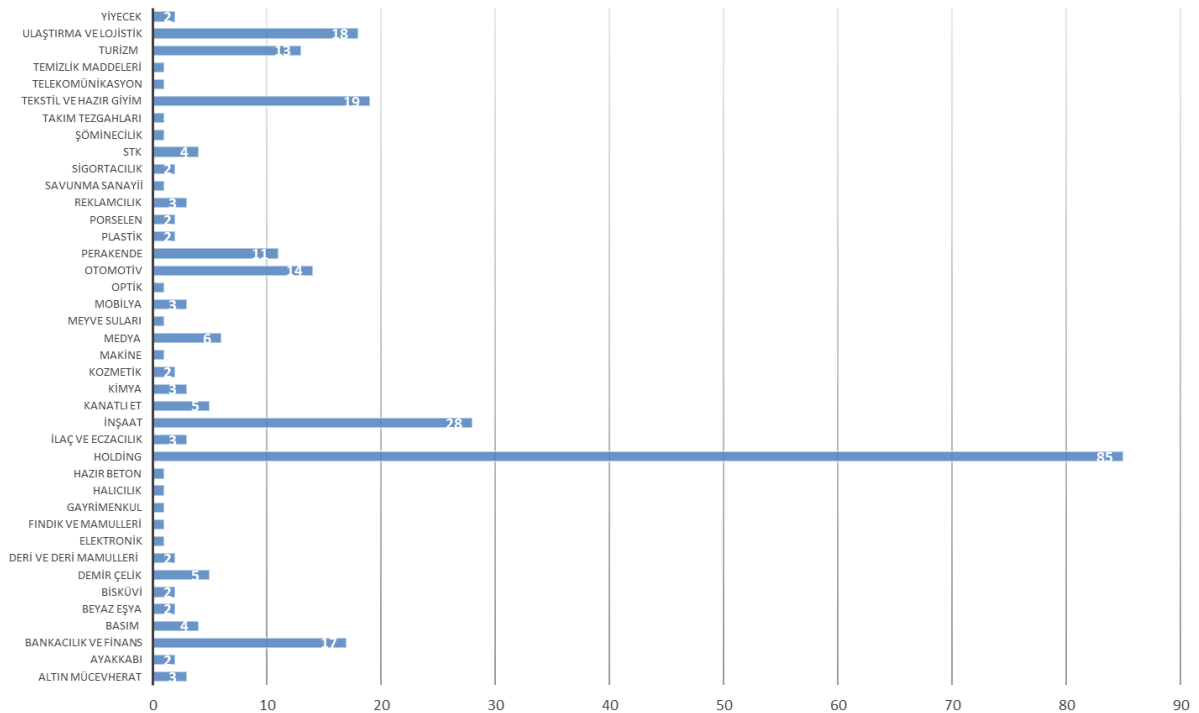
Şekil 1: Yayın Yıllarına Göre Analiz Edilen Eserler

Yukarıdaki grafiği yorumlamak gerekirse, 1980’lerden itibaren Türkiye’de uygulamaya alınan ve 2000’li yıllarda daha derin etkileri görülen neo-liberal iktisat politikalarının kronolojik seyriyle, bu kitapların yayın periyodları arasında bir paralellik kurmak mümkündür. Başka bir ifadeyle girişimciliğin ön plana çıktığı, özel sektörün ekonomide başat rol oynamaya başladığı süreçle bu kitapların yayın periyodları arasında bir ilişki olduğu söylenebilir. Girişimci sınıfı büyüdükçe, daha göz önüne çıkar hale geldikçe kendini ifade etmek için çeşitli halkla ilişkiler araçlarından yararlandığı gibi bu kitaplardan da yararlanmaya çalıştıkları ileri sürülebilir. Bali (2002)’nin çalışması bu hususa bir nebze olsun açıklık getirmektedir. Ona göre, ideolojik çatışmaların egemen olduğu 1970-80 yıllarında işveren-işçi ilişkileri son derece gergin ve gerilimli bir görüntü çizmekteyken, bunun sonucunda işçi sendikaları ile sol kesimin sermaye çevrelerine karşı çok sert bir muhalefet yürütmeleri nedeniyle iş adamları ve sanayicilerin birincil kaygısı, kamuoyunda fazla görünür olmamak, özel yaşamlarını basının gözünden uzak tutmak ve dikkatleri kendilerine çekmemektir (Bali, 2002:18-19). Bali (2002:35), 1970’li yıllarda kamuoyunda görünmemek için azami gayret sarf eden iş adamlarının, 1980 sonrasında kamuoyunda ise azami derecede yer almak için ellerinden geleni yaptıklarını belirtmektedir. Benzer şekilde Buğra (1995) da, eserinde Türk iş kültürüne içkin (*embedded*) bir biçimde iş adamlarının servetleri ve zenginliklerinden dolayı özellikle Türkiye’nin dışa açıldığı 1980’li yıllara değin bir mahcubiyet duyduklarını zikretmektedir. Alpendler (1966:1) bu yorumu daha da ileri götürerek, Türkiye’de girişimciliğin çoğu zaman spekülâtör ve hatta hırsız olarak görüldüğünü ve girişimciliğin uzun yıllar saygın vatandaşların giremeyeceği bir alan olarak değerlendirildiğini belirtmiştir. Bu hususta, Vehbi Koç’un

hayatının *Fehmi Çok* adlı müstear bir isimle çok da olumlu değerlendirmeler içermeyen bir biçimde kurgulanıp *İmparator* adıyla biyografik roman olarak yayınlanması (Toy, 1974) ve hatta Vehbi Koç'un bu kitabın ne maksatla yazıldığını ve gayesini soruşturması (Dündar, 2006) durumu gibi ilginç durumlarda vardır. Bu alanda yayınlanan eserlerin özellikle 1980 yılı ve sonrasındaki istikrarlı artışını bu hususlara bağlamak yanlış olmayacaktır.

6.2. İş İnsanın Faaliyet Gösterdiği Sektör

Girişimci, iş insanı ve profesyonel yönetici anıları, biyografisi veya otobiyografisi olarak kaleme alınmış 278 adet kitabın hangi sektörde faaliyet gösterdiği tüm çabalara karşın tespit edilemeyen daha küçük ölçekli 3 iş insanının haricinde, geriye kalan 275 kitabın yazarının veya yaşam öyküsü anlatılan kişinin faaliyet gösterdiği sektörler göre dağılımını yapmak mümkündür. Sektörel dağılımı belirleyebilmek adına temel olarak İstanbul Sanayi Odası'nın sektör raporları referans alınmış olup; buna göre en büyük grubu 84 kitapla "holding" olarak nitelendirilebilecek büyük ve çeşitli sektörleri çatısı altında toplayan işletmelerin patron veya yöneticilerinin anı veya biyografilerini anlatan kitaplar oluşturmaktadır. Bu grubu 28 kitapla inşaat sektörü, 18 kitapla ulaştırma ve lojistik, 18 kitapla banka ve finans, 19 kitapla tekstil ve hazır giyim, 14 kitapla otomotiv, 13 kitapla turizm ve 10 kitapla perakende izlemektedir. Şekil 2.'de analiz kapsamında incelenen eserlerin sektörler göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 2: Analiz Edilen Eserlerin Sektörlere Göre Dağılımı

İlgili grafik anılarını veya yaşam öykülerini anlatan veya yaşam öyküleri anlatılan kişilerin faaliyet gösterdikleri sektörlere göre dağılımının, tıpkı bu tür kitapların yayınının yıl bazında artış gösterdiği 1980'lerden itibaren izlenmeye başlanan ve 2000'lerde gelişerek süren neo-liberal politikaların bir yansıması olduğu tespitinin, Türkiye'de özel sektörün daha görünür olduğu sektörlere işaret ettiğini de göstermektedir. Grafikten çıkan bir diğer ilginç sonuç ise, kitaba konu olan iş insanının birden çok iş alanını da kapsayacak bir biçimde holding çatısı altında faaliyetlerini yürütüyor oluşudur. Söz konusu bu husus, holding formunun oluşumu, iş insanını holdingleşmeye iten sebepler ve holdinglerin (veya işletme gruplarının) çeşitlenme süreçleriyle ilişkilendirildiğinde birtakım çıkarımlar yapılabilir. Holding formunun Türkiye'deki kurumsallaşması üzerine çalışan Özen ve Yeloğlu (2006:62), Vehbi Koç'un biyografisi kitapları üzerinden yaptıkları değerlendirmede; Koç'u 1963 yılında holding yapısını benimsemeye iten nedenlerin topluluğun sürekliliğini sağlamak, artan sayıdaki şirketleri etkili bir biçimde eşgüdümleme ve denetleme ile profesyonel yöneticileri şirkete ortak ederek denetimi sağlamak şeklinde üç başlık altında toplanabileceğini belirtmektedirler. Buradaki nedenlerden biri olan çok sayıda ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri koordineli bir biçimde yönetebilme ihtiyacının holdingleşmede önemli olduğu düşünülmektedir. Zira, Buğra (1995), Türkiye'deki iş ortamına hâkim olan yüksek belirsizliğin *işletme gruplarını riskleri farklı iş alanlarına yönlendiren bir çeşitlendirme davranışına yönelttiğini zikretmektedir. Bu bağlamda, ele aldığımız listedeki 85 eser üzerinden bir değerlendirme yapmak gerekirse, özellikle 2000'li yıllarla birlikte holding adının daha önce zikredilen eşgüdüm ve vekalet avantajlarından çok daha ziyade taşıdığı ölçek ve büyüklük anlamında görece saygın örgütlerden kenardaki örgütlere yayıldığı* söylenebilir (Özen ve Yeloğlu, 2006). Bu doğrultuda, holding yapısının Türkiye'de, ABD'de olduğu gibi sadece çeşitlenmiş şirketleri daha etkin koordine ve kontrol etme sorununa yönelik değil, daha da fazla çeşitlenmenin bir aracı olarak da meşrulaştırıldığı da ifade edilmektedir (Özen, 2017:18). Bu noktada, çalışma kapsamında incelediğimiz örnekler de, bize bu hususu destekler bir biçimde, birden fazla farklı ve hatta bazen aynı alanda faaliyet gösteren iş insanlarının holding adının meşruluğundan ve kanıksanmışlığından dolayı bu adı tercih ettiklerini göstermektedir.

6.3. Eserlerin Yazar(lar)ı

Girişimci, iş insanı ve profesyonel yönetici anıları, biyografisi veya otobiyografisini konu edinen 278 kitabın kaçını kitaplara konu olan kişilerin kaleme aldığı veya kaçını kimin yazdığı sorusunun yanıtı da önemlidir. Buna göre 278 kitabın 151'inin, kitabın "kahramanı" tarafından yazıldığı söylenebilir. 120 kitabın ise profesyonel bir yazar tarafından kaleme

alındığı görülmektedir. 5 kitabın, hayat hikâyesi anlatılan kişilerin yakınları tarafından, 2 kitabın ise anonim eser olduğu anlaşılmaktadır. 24 kişinin yazar veya profesyonel yazar olarak birden fazla kitap yazdığı görülmektedir. Bu 24 kişinin 12'si iş adamı ve yönetici iken 12'si profesyonel yazardır. En çok anı veya biyografik kitap kaleme alan 8 kitapla *Sakıp Sabancı*'dir. Sabancı'yı 4 kitapla *Can Kıraç*, 3'er kitapla *Selçuk Yaşar* ve *Nejat F. Eczacıbaşı* izler. *Vehbi Koç*, *Zühtü Şenyuva*, *Vural Görener*, *Refik Baydur*, *Recep Gencer*, *Nurettin Çarmıklı*, *Bülent Şenver* ve *Burhan Karaçam*'ın 2'şer kitabı bulunmaktadır. Profesyonel yazarlardan en çok kitap kaleme almış olanlar 5'er kitapla *Rıdvan Akar*, *Mehmet Gündem* ve *Mehmet Altun*'dur. Bu yazarları 3'er kitapla *Murat Kuter*, *Hulusi Turgut*, *Fatih Vural*, *Çiğdem Tüzün* ve *Can Dündar* izlemektedir. *Silvan Gümüş*, *Osman Çakır*, *Cem Akış* ve *Atilla Oral* ise 2 kitabın yazarıdır.

Tablo 1: Analiz Edilen Eserlerin Yazarlara Göre Dağılım Durumu

İş İnsanı		Profesyonel Yazar	
<i>Sakıp Sabancı</i>	8	<i>Rıdvan Akar</i>	5
<i>Can Kıraç</i>	4	<i>Mehmet Altun</i>	5
<i>Selçuk Yaşar</i>	3	<i>Murat Kuter</i>	3
<i>Nejat Eczacıbaşı</i>	3	<i>Hulusi Turgut</i>	3
<i>Vehbi Koç</i>	2	<i>Fatih Vural</i>	3
<i>Zühtü Şenyuva</i>	2	<i>Çiğdem Tüzün</i>	3
<i>Vural Görener</i>	2	<i>Can Dündar</i>	3
<i>Refik Baydur</i>	2	<i>Silvan Güneş</i>	2
<i>Recep Gencer</i>	2	<i>Cem Akış</i>	2
<i>Nurettin Çarmıklı</i>	2	<i>Osman Çakır</i>	2
<i>Bülent Şenver</i>	2	<i>Atilla Oral</i>	2
<i>Burhan Karaçam</i>	2		

6.4. Eserlere Konu İş İnsanın Cinsiyeti

Girişimci, iş insanı ve profesyonel yönetici anıları, biyografisi veya otobiyografisini konu edinen 278 kitabın konu edindiği iş insanının cinsiyetine yakından bakıldığında, ülkemizde iş dünyasındaki eril hakimiyetin iş insanlarını konu edinen kitaplar söz konusu olunca da varlığını devam ettirdiğini görmekteyiz. Buna göre, incelenen 278 eserin 270'inin erkek iş insanını konu edindiği ve yalnız 8'inin kadın iş insanını ele aldığı görülmektedir. Bu söz konusu 8 eserin yarısı iki iş kadını konu edinmektedir. *Rıdvan Akar* tarafından ilki 2000 ikincisi ise 2017 yılında kaleme alınan eserlerde *Vehbi Koç*'un kızı olan ve bir dönem Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği görevinde de bulunan *Suna Kıraç*'ın hayatını ele almaktadır. Yine benzer şekilde, VIP Turizm'in kurucularından olan ve Türkiye'nin ilk kokartlı rehberi de olan *İnci Pirinçcioğlu*'nun hayat hikayesi ise biri kendisi tarafından olmak üzere 2002 ve 2007 yıllarında kaleme alınmıştır. Söz konusu bu dengesiz durumu açıklama adına

Türkiye’de üst düzey kadın yöneticilerin profiline ilişkin araştırmalar yapan Kabasakal (1998; 1999)’ın çalışmaları yararlı bilgiler sunmaktadır. Zira “Türkiye’de Üst Düzey Kadın Yöneticilerin Profili” adlı çalışmasında, üst düzey kadın yöneticilerin ortak özelliklerinden birinin ilginç bir biçimde ön plana çıkmamak olduğunu belirterek, Türkiye’deki kadın yöneticilerin ön plana çıkmamaya özen gösterdiklerinin altını çizmiştir (Kabasakal, 1998).

Yukarıda özetlenen tablo, daha önce de ifade edildiği üzere Türk iş dünyasının genel görünümü ile paralellik arz etmektedir. Zira Türkiye’de büyük burjuvazinin örgütlendiği dernek olan TÜSİAD, 1971 yılındaki kuruluşundan sonra 1984 yılında Güler Sabancı’nın üye olarak kabul edilmesine değin tamamı erkeklerden oluşan bir patronlar kulübü hüviyetindeydi (Tamer, 2010). Her ne kadar bugüne değin *Ümit Boyner, Arzuhan Doğan Yalçındağ ve Cansen Başaran Symes* gibi kadın başkanlar tarafından yönetilmiş olsa da, TÜSİAD’ın açık isminin “Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği” olarak değiştirilmesine ve bu bağlamda, TÜSİAD’ın ismindeki eril çağrışımın giderilmesine 18 Ocak 2018 tarihindeki TÜSİAD’ın 48. Genel Kurul Toplantısı’nda karar verilmiştir. Buna göre, ilgili genel kurul toplantısında getirilen; *“Derneğimizin adında geçen “işadamları” kelimesinin, tüm üyelerimizi kapsayacak, dernek amaç ve faaliyetleri ile eşgüdümlü olacak ve 21. yüzyılın gerek ve ihtiyaçlarına hitap edecek şekilde “iş insanları” olarak değiştirilmesi önerilmektedir. Bu isim değişikliği derneğimizin kısaltması olan TÜSİAD markasının kullanımında bir değişikliğe yol açmayacaktır.”* şeklindeki öneri ile söz konusu değişiklik gerçekleştirilmiştir (TÜSİAD, 2018). Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) verilerine göre de, Türkiye tüm OECD ve Avrupa ülkeleri arasında kadın girişimci oranının en düşük olduğu ülke konumundadır (Öğüt, 2006).

6.5. Eserlerin Basımı ve Dağıtımı

Çalışma kapsamında, ilgili eserlerin basımı, eserlerin hangi kitap formatında basıldığı ve ne şekilde dağıtıldığı da inceleme konusu yapılmıştır. Buna göre, incelenen 278 kitabın 270’i sadece basılı olarak okuyucularla buluşmuş iken; 8’i fiziki olarak basılmakla birlikte, dijital olarak erişilebilecek şekilde de bulunmaktadır. Dijital olarak erişilebilir 8 eserden ikisi Ulusoy Holding’in kurucularından *Saffet Ulusoy*’un anılarını ele alan kitaplar iken; kalan altı eser farklı sektörlerdeki iş insanlarını ele alan eserlerdir.

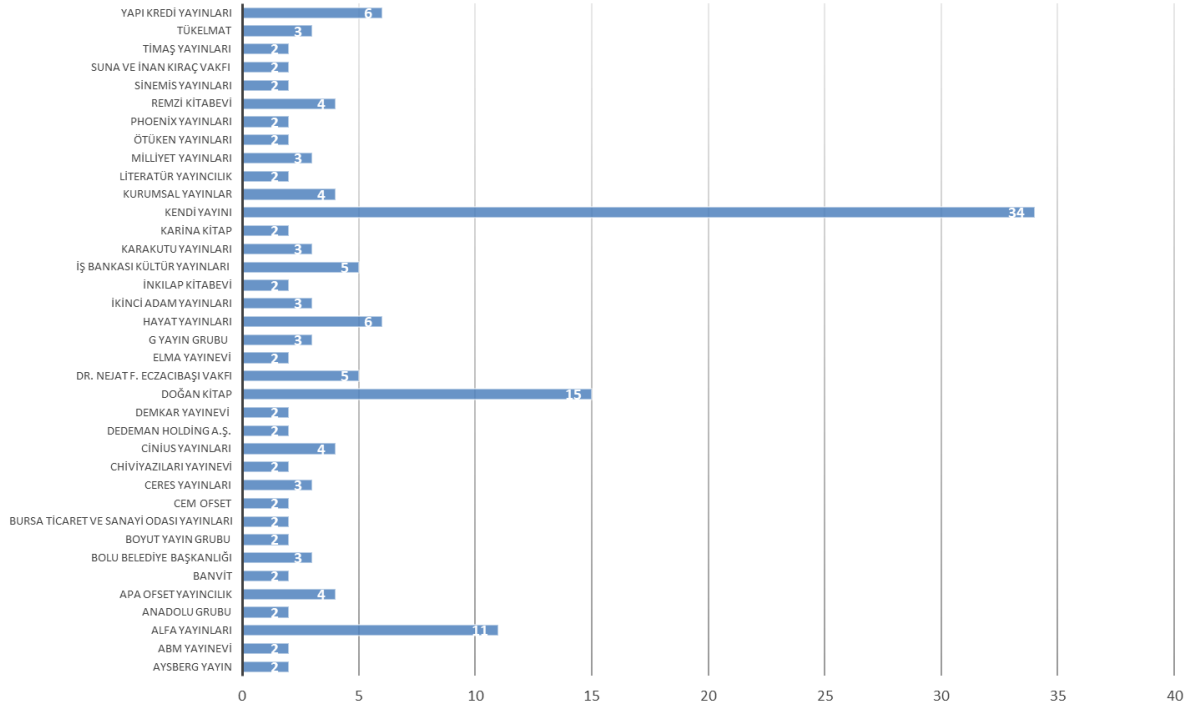
İncelemeye olanak sağlayan bir diğer boyut ise, yayınlanan eserlerin basım türü ile ilgilidir. Buna göre, bazı eserler karton kapaklı ve birinci veya ikinci hamur kağıtların kullanıldığı kitaplar iken; bazıları ciltli, büyük boy ve kuşe kâğıda basılan ve prestij kitap denilen türdedir. İncelenen eserler bu bağlamda değerlendirildiğinde, 241 eserin birinci

kategoriye girecek şekilde basıldığı; buna karşın 37 eserin ise ciltli ve kuşe kâğıda basımının yapıldığı görülmektedir. Prestij kitap olarak adlandırılan bu tür eserlerin, daha önce de zikredildiği üzere ilgili iş insanları tarafından birer “PR” malzemesi veya aracı olarak kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Zira Bali (2003) de, prestij kitap denen ve doksanlı yılların başından itibaren kültür dünyamıza giren bu kitap türündeki prestij kelimesinin “şirketin şanına şöhretine lâayık” olarak anlaşılması gerektiğini ifade ederek; bu tür kitaplarla güdülen amacın özel sektörün artık sadece ve sadece kâr amacını gütmeye başladığı mesajını kamuoyuna iletmek gibi bir mesaj kaygısı olduğunun altını çizmektedir. Benzer bir biçimde Birinci (2011:166) de, iş adamlarına ilişkin bu tür eserlerin, satış ihtiyacından uzak olmaları ve kâfi derecede dağıtılmamaları sebebiyle yeteri kadar dikkat çekmediğini ve alaka görmediğini belirtmiştir. Bu noktada, belirtilmesi gereken son bir husus ise, bazı eserlerin hem prestij hem de normal baskı olarak basılıp prestij eserin yalnızca belirli bir kesime normal baskının ise genel bir satış ve dağıtımına sunulduğu birkaç istisnanın da var olduğudur.

İş insanlarının hayatına ve tecrübelerine yer veren biyografi ve otobiyografi türündeki eserlerin birer “PR” aracı olarak kullanıldığının en önemli göstergelerinden biri bu tür kitapların çoğunlukla ilgililerinin ulaşabileceği genel bir satış ve dağıtım ağına çıkarılmadan belirli bir kesime yönelik olarak hazırlanmasıdır. Bali (2003) de bu durumu vurgular şekilde, özellikle prestij olarak basılanlar olmak üzere bu kitapların ortak özelliklerinin, satışa sunulmamaları ve medya sektörü çalışanlarına, protokol listelerinde yer alan zevata ve kitabı yayınlayan müessesenin kalburüstü müşterilerine armağan edilmeleri olduğunu belirtmektedir. İncelenen eserlerin satış ve dağıtımını da bu hususu destekler niteliktedir. Buna göre, incelenen 278 eserin 107’si (%38) gibi büyük bir çoğunluğunun genel satış ve dağıtımını yapılmayarak, belirli protokol listelerinde yer alan kimselere sunulduğu görülmektedir.

6.6. Eserlerin Yayımlandığı Yayınevi

Girişimci, iş insanı ve profesyonel yönetici anıları, biyografisi veya otobiyografisini konu edinen 278 kitabın hangi yayınevi tarafından yayımlandığına bakıldığında, söz konusu iş insanlarının 34’ünün eserlerini herhangi bir yayınevinde değil de kendi olanakları ile kendi yayınları olarak bastırdıkları görülmektedir. Şekil 3.’te analiz kapsamında incelenen eserlerin yayınevlerine göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 3: Analiz Edilen Eserlerin Yayınevlerine Göre Dağılımı

İlgili grafikten görülebileceği üzere, 15 eser Doğan Kitap, 11 eser ise Alfa Yayınları tarafından yayınlanmıştır. Yine Hayat Yayınları ve Yapı Kredi Yayınları tarafından 6 eserin yayınlandığı, bu yayınevlerini ise Nejat Eczacıbaşı ile ilgili 5 kitabın basımını gerçekleştiren Dr. Nejat F. Eczacıbaşı Vakfı'nın izlediği söylenebilir.

6.7. Eserlerin Yayın Dili

Girişimci, iş insanı ve profesyonel yönetici anıları, biyografisi veya otobiyografisini konu edinen 278 kitabın yazıldığı dil açısından bakıldığında, eserlerin 277'sinin Türkçe kaleme alındığı ve fakat bazı büyük girişimci ve iş adamlarının eserlerinin yabancı dillerde de yayınlandığı görülmektedir. Söz konusu tek eser, Öger Holding'in kurucusu olan ve anılarını 2002 yılında Almanca olarak yayınlayan *Vural Öger*'in 2003 yılında Türkçe olarak basımı gerçekleştirilen "*Benim Almanyam Benim Türkiyem*" adlı kitabıdır. Benzer şekilde, örneğin, Şahinler Holding'in kurucusu olan Kemal Şahin hayatını ele alan eserinin, 2000 yılında dilimizde yayınlanmışken, 2002 yılında Almanca olarak Almanya'da yayınlandığı görülmektedir. Buna ek olarak, 10 eserin ise İngilizce dilinde de yayınlandığı görülmektedir. Bu 10 eserden ikisi aynı iş insanını-*İshak Alaton*'u- konu edinirken; diğerleri *Vitali Hakko*, *Şarik Tara*, *Sakıp Sabancı*, *Vehbi Koç* ve *Jak Kamhi* gibi iş dünyasının büyük ölçekli girişimcilerini konu almaktadır. İlginç olan husus, İngilizce olarak basılan eserlerden ikisinin

girişimcilerden ziyade pek de rastlanılmayacak biçimde profesyonel yöneticileri konu edinmesidir. Buna göre, bu eserlerden ilki uzun yıllar Türk Hava Yolları'nın genel müdürlüğünü ve yönetim kurulu başkanlığını yürüten *Cem Kozlu*'nun kaleme aldığı “*Bulutların Üstüne Tırmanırken: THY, Bir Dönüşüm Öyküsü*” adlı kitabı iken, diğeri Koç Topluluğu'nda uzun bir süre çeşitli kademelerde üst düzey yöneticilik yapmış olan *Bernar Nahum*'un biyografisi olan “*Mösyö Bernar Nahum - Türk Otomotiv Endüstrisinin Duayeni*” adlı çalışmadır.

7. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışma kapsamında, girişimci, iş insanı ve profesyonel yöneticilere ilişkin anı/hatırat, biyografi veya otobiyografi olarak kaleme alınmış olan 278 adet kitap incelenmiştir. İncelemeye konu olan boyutlardan birisi olan kitabın yayın yılı bağlamında, eserlerin neredeyse tamamına yakınının 80'li yıllardan sonra yayınlandığı ve iş dünyasında bu türlere yönelik eserlerin söz konusu bu yıllardan sonra görünürlük kazandığı söylenebilir. Diğer yandan, çalışma bulguları incelenen kitaplara konu iş insanlarının faaliyet gösterdikleri sektör açısından incelendiğinde, eserlerin oldukça büyük bir bölümünün ilgili veya ilgisiz olmak üzere birden fazla alanda faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, eserlerin yazarlarının dağılımı ve bu alanda birden çok eser üretmiş olan yazarların durumu, söz konusu alanın sektörleşme emareleri gösterdiğini ortaya koymaktadır. Çalışmanın ilginç ve ilerideki çalışmalarla izah edilmeye açık olan bir diğer bulgusu, incelenen 278 eserin 270'inin erkek iş insanını konu edindiği ve yalnız 8'inin kadın iş insanını ele almasıdır. Eserlerin ilgi duyanlara ulaşabilmesi ve daha geniş kapsamlı bir okuyucu kitlesinin dikkatine sunulabilmesi bağlamındaki bir diğer önemli bulgu da bu tür kitapların çoğunlukla ilgililerinin ulaşabileceği genel bir satış ve dağıtım ağına çıkarılmadan belirli bir kesime yönelik olarak hazırlanmasıdır. Bu bulguyla yakından ilişkili bir diğer sonuç ise, söz konusu eserlerin önemli bir kısmının yazarın kendi olanaklarıyla yayınlanmasıdır. Son olarak, inceleme kapsamındaki eserlerin birkaç istisna dışında tutulursa neredeyse tamamına yakınının Türkiye'deki hedef kitle düşünülerek tek bir dilde yayınlanmış olmasıdır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, iktisat tarihi ile işletme tarihi bağlamında düşünüldüğünde birtakım çıkarımlar yapmak mümkündür.

İlk olarak, çalışma kapsamında incelenen eserlerin birkaç istisna dışında tutulursa neredeyse tamamının onaylanmış (*authorized*) nitelikte çalışmalar olduğu söylenebilir. Bu çalışmada görgül olarak tespit edilen bu duruma ilişkin Bali (2018:9) de her ne kadar *Vehbi Koç* ve *Nejat Eczacıbaşı* gibi Cumhuriyet'in birinci kuşak işadamlarının biyografileri ve

hatıratları yayınlanmışsa da bu alanın halen çok bakir olduğunu ve bu alanda yazılan bütün eserlerin “resmi” yani biyografisi yazılan şahıs ve/veya ailesi tarafından “onaylanmış” eserler olduğunu belirtmektedir. Ona göre, böyle bir tarih yazımı söz konusu anlatılarda çok büyük boşluklara sebep olmaktadır (Bali, 2018:10). Söz konusu hususun belki de en önemli sebebi eserlerdeki aşırı yüceltme övgüsüdür (*hagiografi*).⁵ Bali (2018)’ye benzer şekilde, Paxman (2018), Türkiye’ye ekonomik ve sosyal bağlam açısından benzer bir ülke olan Meksika’da (Alper, 2002:28) iş dünyasına ilişkin biyografileri ele aldığı eserinde, incelediği eserlerin çoğunluğunun gazeteciler tarafından kaleme alınan ve büyük oranda *hagiografi* özelliği taşıyan onaylı biyografiler (*commissioned biography*) olduğunu belirtmektedir. Knowles (2013) da, uzun yıllardır işletme literatüründe, iş dünyasının liderlerinin biyografilerinin çoğalmasına karşın, bu tür eserlerin büyük çoğunluğunun dönemin ekonomik ve sosyal bağlamına odaklanmaktan çok ilgilendiği kahramana yoğunlaşan ve eleştirellikten uzak *hagiografi* türünde olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, bu tür eserlerle konu edinilen iş insanlarının yüceltilerek bu yönde bir imaj çizilmesi hedeflenmektedir.

Eserlere sinmiş olan bu aşırı yüceltme tavrının önemli kaynaklarından birinin kendi kendisini yapma stratejisi (*self made man*) olduğu söylenebilir. Tekeli (2001:16), kapitalist bir toplumda bir nesil içinde önemli başarılar elde etmiş bir işadammın otobiyografisini yazarken böyle bir strateji izleyeceğini ve toplumdaki saygınlığını salt kendisinin başarılarının büyüklüğüne dayandırarak sağlamak isteyeceğini belirtmektedir. Bununla birlikte, söz konusu eserlerin özellikle de kurum tarihi olanları başta gelmek üzere o kuruma özgü bir kültür inşası amacıyla hazırlanmış olabileceği de gözden uzak tutulmamalıdır.

Analiz sonucu elde edilen bulgulardan şaşırtıcı olan bir diğeri ise, eserlere konu olan iş insanlarının cinsiyet dağılımındaki dengesizliğe ilişkindir. Bu bulgunun şaşırtıcı olmasının başat sebebi, üst düzey yönetici ve girişimci olmak üzere birçok iş kadının ana aktörü olduğu günümüz Türk iş dünyasının gerçekleri ile pek uyuşmamasıdır. Bu durumla ilgili muhtemel açıklama olarak Kabasakal (1998)’ın görüşü ikna edici gözükmektedir. Zira, birçok eşitsizlik yanında iş dünyasında cinsiyet bağlamında bir eşitsizlikle birlikte kariyer yollarında da cam tavanlarla karşılaşan kadınların yükselme ve başarı öykülerinin (yazılması durumunda) oldukça ilginç hikayeler barındıracağı açık olmasına karşın gün yüzüne çıkamamaları izaha muhtaçtır. Bu bağlamda da ilerleyen dönemdeki çalışmalarda cevap aranmak üzere çalışılması gereken konuların başında gelmektedir. Bu sebeple, ileride yapılacak çalışmalar, örneğin iş dünyasında

⁵ *Hagiography*, esasında Bizans’ta azizlerle ilgili yazılan biyografilere verilen isimdir. Bizim kültürümüzdeki menkıbeye benzediği söylenmektedir. Günümüzde ise, küçültücü anlamda, sadece kahramanı öven, kutsal biriymiş gibi sunan biyografiler için kullanılmaktadır (Kırmızı, 2013:275).

başarılı olmuş ve göz önünde bulunan ve fakat bu tür bir esere konu olmamış iş kadınları ile birebir görüşmeler ve derinlemesine sorgulamalar yapılmalıdır.

Araştırmanın bulguları bağlamında yapılabilecek bir diğer çıkarım ise, Türkiye’de prestij kitapları yayınlamada uzmanlaşmış bir avuç yayınevi, ajans ve yazar ile söz konusu kurumlardan bu hizmeti satın alan müşterilerin bulunduğu (Bali, 2003) ve adına prestij yayıncılık denen bir sektörün oluşmuş olduğudur. Bu tespit, çalışmamız açısından iki muhtemel değerlendirmeye olanak vermektedir. Bunlardan ilki, prestij yayıncılık bağlamında biyografi yazarlığının profesyonelleşmesi veya profesyonel bir biyografi yazarlığı uğraşının oluştuğunun görülmesidir. Özellikle, referansların ve daha önceki etkili işlerin yeni eserler vermede önemli olduğu bu alanda, *Rıdvan Akar* gibi bazı yazarların bağımsız bir biçimde, *Mehmet Altun*, *Murat Kuter* ve *Cem Akış* gibi bazılarının ise bu konuda uzman yayınevi ve ajans çatısı altında oldukça önemli ve kamuoyunun tanıdığı birden çok iş insanının biyografileri olduğu görülmektedir. Bu husustaki ikinci önemli nokta ise, bu tür bir yayıncılık uğraşının bu alandaki eserlerin, Bali (2003) ve Birinci (2011)’nin çok yerinden bir şekilde vurguladıkları üzere ilgilere ulaşmasını oldukça güçleştirdiği gerçeğidir.

KAYNAKÇA

- Ağlargoöz, O. (2015). Kurumsal İşlerin Analiziyle İşadamı Kavramının Betimlenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 15(1), 99-110.
- Alper, C. E. (2002). Business cycles, excess volatility, and capital flows: Evidence from Mexico and Turkey. *Emerging Markets Finance & Trade*, 25-58.
- Alpender, G. (1966). *Big Business and Big Business Leaders in Turkey*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Michigan State University, Department of Management, Michigan.
- Bali, R. (2002). *Tarzı-ı Hayattan Life Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bali, R. (2003). Prestij kitapları neye yarar! *Akşam-lık*, 19 Eylül 2003.
- Bali, R. (2018). *Safehaven - İkinci Dünya Savaşı Sonrasında Türkiye'deki Nazi Varlıkları Meselesi*. İstanbul: Libra Kitap.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnekler, Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Birinci, A. (2007). Bir Tarih Kaynağı Olarak Hatırat Türünden Eserlere Dair Meseleler. *XV. Türk Tarih Kongresi*, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Birinci, A. (2011). İktisat Tarihi Araştırmalarının Bir Kaynağı Olarak Hâtırat Türünden Eserler: M. Şerif Korkut'un Hatıratında Burdur'un İçtimai ve İktisadî Manzarası. Tokdemir, E., Günçavdı, Ö. ve Kayam, S. S. (Ed.), *Prof. Dr. Haydar Kazgan'a Armağan-Yakın Tarihimizin İktisadî Panoraması*, 163-182, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Birinci, A. (2016). Türkiye'de Biyografi Geleneği. *Yediküta Tarih ve Kültür Dergisi*, 99: 49-53.
- Birinci, A. (2018). *Tarihin Kara Kitabı*. İstanbul: Kopernik.
- Broeze, F. (1996). Business biography and economic history: Robert Brooks, the Union Bank of Australia, and the development of imperial finance, 1837-1876. *Australian Economic History Review*, 36(1), 64-88.
- Buğra, A. (1987). Review Article: The Late Coming Tycoons of Turkey. *Journal of Economics and Administrative Studies*, 1(1), 143-155.
- Buğra, A. (1995). *Devlet ve İşadamları*. Ankara: İletişim Yayınları.
- Cengizkan, A. (2007). İlhan Tekeli ile "Cumhuriyetin Harcı" Üzerine: Türkiye'de Modernite ve Tarih Yazımı. *Mimarlık Dergisi*, 333.
- Corley, T.A.B. (2006). Historical Biographies of Entrepreneurs. Casson, M., Basu, A., Wadeson, N. ve Yeung, B., (Ed.), *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*, (138-157), Oxford: Oxford University Press.
- Dawson, A., & Hjorth, D. (2012). Advancing family business research through narrative analysis. *Family Business Review*, 25(3), 339-355.
- Dirlik, S. ve Erçek, M. (2015). Türkiye'deki İşletme Grupları, Sahipleri ve Yöneticileri İle İlgili Kitaplar Üzerine Bir İnceleme. 23. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Dündar, C. (2006). *Özel arşivinden belgeler ve anlarıyla Vehbi Koç*, İstanbul: Doğan Kitap.
- Erçek, M. (2012). Exploring Turkish Business Groups: Origins, Salient Characteristics and Evolutionary Dynamics. *XVI. World Economic History Congress*, Stellenbosch University, South Africa.
- Erdoğan, N. (2000). Otobiyografilerin Analizi Yoluyla Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi Hakkında Bir Araştırma. 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi.
- Erdoğan, N. (2001). Girişimci İşadamlarının Gelişim Deneyimleri ve Girişimcilik Yetkinlikleri Arasındaki İlişkinin Hayat Tarihi Yöntemiyle İncelenmesi. 9. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Erdoğan, N. (2016). Bundling career capital with intertwined governance structure: Career construction of pioneering CEOs in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 407-416.
- Erdoğan, N. ve Esen, E. (2018). Constructing the CEO Personal Brand: The Case of Four Pioneering CEOs in Turkey. *Corporate Reputation Review*, 21, 37-49.

- Ford, E. W., Duncan, W. J., Bedeian, A. G., Ginter, P. M., Rousculp, M. D. ve Adams, A. M. (2005). Mitigating risks, visible hands, inevitable disasters, and soft variables: Management research that matters to managers. *Academy of Management Perspectives*, 19(4), 24-38.
- Ingham, J. N. (1983). *Biographical Dictionary of American Business Leaders*. California: Greenwood Publishing Group.
- Jacobs, D. (2007). Critical Biography and Management Education. *Academy of Management Learning & Education*, 6(1), 104-108.
- Jeremy, D. J. (1985). A gallery of distinguished individuals: the Biographical Dictionary of American Business Leaders. *Business History Review*, 59(2), 278-283.
- Kabasakal, H. (1998). Türkiye’de Üst Düzey Kadın Yöneticilerin Profili. Berktaş Hacımiraçoğlu, A. (Ed.), *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, (303–312). İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Kabasakal, H. (1999). A profile of top women managers in Turkey. Z. F. Arat (Ed.), *Deconstructing Images of the Turkish Women*, (225–240). New York, NY: Palgrave.
- Kırmızı, A. (2015). Biyografi. Şimşek, A. (Ed.), *Tarih İçin Metodoloji*, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kırmızı, A. (Hazırlayan). (2013). *Otur Baştan Yaz Beni*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Knowles, H. (2013). Writing Biography as Business History: Some Methodological Approaches. 5. *Annual Conference of Academic Association of Historians in Australian and New Zealand Business Schools*, Sydney: University of Sydney.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
- Kuş, E. (2007). Sosyal bilim metodolojisinde paradigma dönüşümü ve psikolojide nitel araştırma. *Türk Psikoloji Yazıları*, 10(20), 19-41.
- Lambrecht, J. (2005). Multigenerational transition in family businesses: A new explanatory model. *Family business review*, 18(4), 267-282.
- Lässig, S. (2013). Modern Tarihte Biyografi – Biyografide Modern Tarihyazımı. Abdülhamit Kırmızı (Haz.), *Otur Baştan Yaz Beni*, (Çev. C. Özkılıç), İstanbul: Küre Yayınları.
- Mathias, B. D. ve Smith, A. D. (2016). Autobiographies in organizational research: using leaders’ life stories in a triangulated research design. *Organizational Research Methods*, 19(2), 204-230.
- Mayo, A. (2012). The use of history and biography to teach leadership. Friedman, W. A. ve Jones, G. (Eds.) *Teaching Business History: Insights and Debates*, Papers Delivered at Harvard Business School.
- Naveh, E. (1991). The Transformation of the "Rags to Riches" Stories: Business Biographies of Success in the Progressive Era and the 1920s. *American Studies International*, 29(1), 60-80.
- Ortaylı, İ. (1999). Türk Tarihçiliğinde Biyografi İnşası ve Biyografik Malzeme Sorunsalı. *Osmanlı’dan Cumhuriyete – Problemler, Araştırmalar, Tartışmalar*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye’de kadın girişimciliğin ve yöneticiliğin önündeki güçlükler: cam tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 56-78.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özen, Ş. (2017). Çok Bölümlü Yapı Türkiye’ye Gelince Nasıl Holding’e Dönüştü? Yerel ve İthal Yönetim Uygulamalarının Merkez ve Çevre Ülkelerde Meşrulaştırılması. *Yönetim ve Çalışma Dergisi*, 1(1), 2-22.
- Özen, Ş. ve Yeloğlu, H. O. (2006). Bir örgüt kimliği olarak ‘holding’ adının inşası ve aşınması: Eşanlı kurumsallaşma ve çözülme üzerine bir model önerisi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(1-2), 45-84.
- Paxman, A. (2018). Business biography in Mexico: the state of the genre, its usefulness, and how to research one. *Secuencia: revista de historia y ciencias sociales*, (100), 185-211.
- Phillips Carson, P. ve Carson, K. D. (1998). Theoretically grounding management history as a relevant and valuable form of knowledge. *Journal of Management History*, 4(1), 29-42.
- Renders, H., De Haan, B. ve Harmsma, J. (2016). *The Biographical Turn: Lives in History*. London: Taylor & Francis.

- Reveley, J. (2010). Using autobiographies in business history: a narratological analysis of Jules Joubert's Shavings and Scrapes. *Australian Economic History Review*, 50(3), 284-305.
- Sarachek, B. (1978). American entrepreneurs and the Horatio Alger myth. *The Journal of Economic History*, 38(2), 439-456.
- Savaşkan, O. ve Ertan, M. (2018). Giriş. Savaşkan, O. ve Ertan, M. (Ed.). *Türkiye'nin Büyük Dönüşümü: Ayşe Buğra'ya Armağan*, (9-24). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sims, D. B. (1993). The formation of top managers: A discourse analysis of five managerial autobiographies. *British Journal of Management*, 4(1), 57-68.
- Spiekermann, U. (2016). Why Biographies? Actors, Agencies, and the Analysis of Immigrant Entrepreneurship. Berghoff, H. ve Spiekermann, U. (Ed.). *Immigrant Entrepreneurship: The German-American Experience since 1700*, (37-51). Washington, DC: GHI.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Şirin, İ. (2015). Seyahatname, Hatırat ve Mektup. Şimşek, A. (Ed.), *Tarih İçin Metodoloji*, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Tamer, M. (2010). Sabancı: 'TÜSİAD'da yıllarca tek kadın üye olarak yalnız kaldım. *Milliyet*, 21 Ocak 2010.
- Tekeli, İ. (2001). Bireyin Yaşamı Nasıl Tarih Oluyor? *Toplumsal Tarih*, 95, 13-20.
- Tekeli, İ. ve İlkin, S. (1993). Türkiye'de Büyük İnşaat Mütahhitlerinin Doğuşunda Cumhuriyetin Bayındırlık ve Demiryolu Programlarının Etkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 20, 1-21.
- Toy, E. (1974). *İmparator*, Ankara: May Yayınları.
- TÜSİAD. (2018). TÜSİAD 48. Genel Kurul Bülteni. İstanbul. https://tusiad.org/tr/tum/item/.../8869_b5483054678e80af0574c8819a5078e1, (25.7.2018).
- Valtonen, H. (2007). Does culture matter? Entrepreneurial attitudes in the autobiographies of twentieth-century business leaders in Finland and the United States. In *Business History Conference. Business and Economic History On-line: Papers Presented at the BHC Annual Meeting*. Business History Conference.
- Vatansever, Ç. (2017). Bir Oto-Biyografi Üzerinden Otantik Liderliği Yorumlamak: Turgut Uzer'in Olymp ve Faniler Kitabı. *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 43-68.
- Watson, T. J. (2009). Narrative, life story and manager identity: A case study in autobiographical identity work. *Human relations*, 62(3), 425-452.
- Westley, F., & Mintzberg, H. (1989). Visionary leadership and strategic management. *Strategic management journal*, 10(S1), 17-32.

EK: ÇALIŞMADA İNCELENEN ESERLER

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
1	Paşalarlı Mehmet Işık ve Işıksay'un Doğuşu	Stüleyman Çalıışkan	2004	Batkol Basımevi
2	Altıncı Çocuk Altun Çocuk Atasay Atasay Kamer	Mehmet Altun	2014	Atasay Kuyumculuk A.Ş.
3	Ortak akli: Tahtakale'deki bir hırdavatçı dükkanından Anadolu'da Haldun'un zaman zaman yaşadığı	Kâmil Yazıcı	2007	Anadolu Grubu
4	50 Yılda Devrialem Nuro'l'un Dünyası	Nürettin Çarmıklı	2017	Kendi Yayını
5	Yokuştta 65 Yıl	Mazhar Apa	1984	Apa Ofset Yayıncılık
6	İbrahim Cevahir Tarihe Not Düşüyorum	Ünal Bolat	2017	Kendi Yayını
7	Don'dan Domates'e	Altan Barkmen	2013	Mum Kitap
8	Sevdam Üsküp, Vatanim Türkiye: İlyas Özsüter	Mehmet Altun	2014	Kurumsal Yayınlar
9	Babam Ahmet Veli İbrahim Menger	Safiye İmre	1993	Kendi Yayını
10	Doğa ve İnsan Sevdam	Ali Nihat Gökyığıt	2016	ANG Vakfi
11	Başkann Seyir Defteri	İsa Dal	2016	SomKitap
12	Törelere Boyun Eğmedim	Sabri Demirdögen	2007	Arkaplan
13	Girişimciliğe ve Kültüre Adanmış Bir Ömür Şefik	Memduh Ahmet Mahiroğulları	2010	Önder Matbaacılık
14	Belgeler ve Anılarla Yapı Kredi	Orhan Topçuoğlu	2006	Kendi Yayını
15	Enayi mi Sanayici mi?	Adil Gökçadır	2004	Kendi Yayını
16	Rumeli'den Mustafakemalpaşaya	Recep Gürvardar	2015	Mustafakemalpaşa Kültür ve Sanat
17	Banker Kastelli Şeytan mıydı? Melek mi?	Memduh Bayraktaroğlu	2008	Epsilon
18	Ters Kepçe Bir Turizmcinin 50 Yılı	Stüha Alntemiz	2013	Ekin Yayın
19	Kırk: Erhan Öner 40. Yıl Kitabı	Mehmet Altun	2010	Kurumsal Yayınlar
20	Profesyonel	Doğan Slay	2001	Maya Kitap
21	Üç Çeyrek Asırlık Koca Çınar Yaşar Çelik	Eser Yamaç Önal-Muzaffer	2007	Yücel Ofset
22	Avludaki Ayak İzleri Bahattin Bursalı Yaşam Öyküsü	Jakim Çelik	2003	Kendi Yayını
23	Bir Cumhuriyet Çocuğunun Yaşam Öyküsü	Bahri Ersöz	2012	Ofis Yayın
24	Bedensiz Mutluluk	Faik Sönmez	2010	G Yayın Grubu
25	Burası Yapı Kredi, Fark Oradaydı	Burhan Karaçam	2006	Yapı Kredi Yayınları
26	Dönüşüm Yolculuğu	Burhan Karaçam	2015	Remzi Kitabevi
27	Kabuğundan Taşan Adam: Nirun Şahingray	Cem Aktaş	2011	G Yayın Grubu
28	Müftü Kanuni: Bir Kimyacının Hikayesi	Cem Aktaş	2016	G Yayın Grubu
29	Genç bir işadammın izlenimleri	Davut Doğan	2002	Kendi Yayını

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yaymevi
30	Bir şehrin hayatına dokunan adam - Yılmaz Oruç	Tolga Aydoğan	2016	Denizler Kitabevi
31	Ana Duası	Nusret Arsel	2012	Yapı Kredi Yayınları
32	Can Kırış Antika Adam	Mehmet Gündem	2017	Alfa Yayınları
33	Can Kırış Eldivensiz Adam	Mehmet Gündem	2017	Alfa Yayınları
34	Kolajlı Taşlamalar	Can Kırış	2004	Apa Ofset Yayıncılık
35	Anılar Olaylar	Can Kırış	2004	Apa Ofset Yayıncılık
36	FB - Feyyaz Berker	Mehmet Altun	2015	Kurumsal Yayınlar
37	Necati: Necati Akçağlılar'ın Hayatından Anılar ve Anılar	Mehmet Altun	2012	Kurumsal Yayınlar
38	90'a yaklaşırken: Asım Kocabıyık kitabı	Esra Üstündağ	2011	Türkiye İş Bankası Yayınları
39	Tazlar köyünden Borusan'a	Asım Kocabıyık	2004	Doğan Kitap
40	Şakir Zümre : İlk Silah Fabrikatörü	Atilla Oral	2012	Demkar Yayınevi
41	Ben Patron Değilim: Gıda Sektöründeki Tamkılıgım	Vural Görener	1998	Banvit
42	Hala Patron Değilim	Vural Görener	2008	Banvit
43	Bir Hayat Hikayesi	İzzet Özlilhan	1999	Anadoluh Grubu
44	Sus Konuşma: Bir Yatırımcının Başına Gelenler	Hayyam Garipoğlu	2006	Topkapı Yayıncılık
45	Ömer Derindere - Yenilgi Yenilgi Zafere	İbrahim Öztürk	2014	Sistem Matbaacılık
46	Geçmişten Geleceğe Yazılan Mektup - İsmail Kavlu Hayatı ve Anıları	M. Bülent Kılıç	2006	Berkay Ofset
47	Gönlü Kırmaz Pazarından Ticaretin ve İnsanın Kalbine: Yaşar Duru	Tevfik Taş	2014	Duru
48	Bursa'da Bir Mucit Kamil Tolun'un Yaşam Öyküsü	Murat Kuter	2009	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
49	Faik Çelik'in Yaşam Öyküsü: Polatlardan Global Pazarı Uzanan Bir	Murat Kuter	2010	Kuter Yayıncılık
50	Dr. Cevdet Tuna	Fusun Güvenç	2016	Artikel
51	Adresini Arayan Mektuplar Bir İş Adamının Portresi ve Anıları İsmet	Reyhan Yıldız	2011	Goa Basım Yayın
52	Koç'ta 44 Yılım	Bernar Nahum	1988	Milliyet Yayınları
53	Mümkündür mucizeler: Rafael Torel'in hayatı	Batya Kebudi-Rita Ender	2007	Gözlem Kitap
54	Hayatım, Vakko	Vitali Hakko	1997	Vakko Yayınları
55	Uzanlar: Bir Korku İmparatorluğunun Çöküşü	Nedim Şener	2004	Güncel Yayıncılık
56	Alınımın teriyile: İbrahim Polat	Firuzan Gürbüz	2007	Doğan Kitap
57	İhtiner Servete Sahip Olmak Değil Ona Layık Olmaktır	Zühtü Şenyuva	2006	Ebru Grafik
58	Plazaların Efendisi Aydın Doğan Bir Medya İmparatorunun Öyküsü	Emin Karaca	2003	Karakutu Yayınları

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
59	Cavit Çıtak Hayallerim ve Otomobil	Arslan Mengüç	2009	Dünya Yayıncılık
60	Yılmaz Ulusoy / Yılmayan Bir Adamın Öyküsü	Mehmet Soysal	2005	Medya+İK
61	Özel Arşivinden Belgeler ve Anılarıyla Vehbi Koç 1961-1976	Can Dündar	2013	Yapı Kredi Yayınları
62	Özel Arşivinden Belgeler ve Anılarıyla Vehbi Koç 1. Cilt	Can Dündar	2006	Doğan Kitap
63	Bir Cumhuriyet aydını: Mehmet Ali Kağıtçı	Mehmet Saroğlu	2008	İş Bankası Kültür Yayınları
64	İzzet Baysal (1907-2000): cumhuriyetin öncü sanayicisi	Nuray Özdemir	2010	Phoenix Yayınları
65	Barak'tan Avrasya'ya (Yaşadıklarım, Gördüklerim, Öğrendiklerim)	Bekir Okan	2010	Doğan Kitap
66	Beyoğlundan Sütlüceye Bir Satıcının Beko-Arçelik Yılları (1983-2009)	Koral Boro	2011	Sokak Kitapları
67	Bir Anadolu Efsanesi Şefik Çerçioğlu	Silvan Güneş	2011	Hiperlink Yayınları
68	Özdemir Sabancı Bir Türk Samurayı	Ufuk Sandık	1996	Ad Yayıncılık
69	Türk Sanayinde Bir Uzun Yol Kaptanı: Hasan Subaşı	Pembe Candaner	2015	Türkiye İş Bankası
70	Ben Buraya Hayallerimle Geldim	Ertuğrul Kurdoğlu	2014	Seala Yayıncılık
71	Yılmayan Adam Kemal Coşkun	Saylan Murat	2010	Seçil Ofset
72	Emin Erdoğan Hayatı ve Hatıraları - Yaşadıklarımın Bir Kısmı Bilinsin	Osman Çakır	2015	Kendi Yayını
73	Şansı Arayacak Vaktim Olmadı	Hüseyin Bayraktar	2004	Kendi Yayını
74	Bir Ömrü Deriyorum	Hasan Yelmen	2009	Derimod
75	Azimli, Erdemli ve Girişimci Bir Egelinin Yaşam Öyküsü	Cevdet İnci	2006	İnci Holding
76	Dostlar Meclisi	Kadir Kameronoğlu	2009	Kendi Yayını
77	Bir Anıt Adam Vehbi Koç	Yaşar Yaşar	2000	Kendi Yayını
78	Altın Yol	Mehmet Gülşay	2007	D&D Kitap
79	Ben Demiştim	Saffet Ulusoy	2000	UND
80	Yaşadıklarım ve Hatırladıklarım	Mehmet Şuhubi	2005	Cem Ofset
81	Gizemli Patron: M. Emin Karamehmet	Aydın Haskebabçı	2002	Karakutu Yayınları
82	Babama Söz Verdim: Hayatım, Anılarım	Nurettin Çarmıklı	2006	Arkadaş Yayınları
83	Dibace'nin Ertesi Günü Ergun Kağıtçıbaşı'nın Anıları	Sevinç Baysal	2010	Uludağ Üniversitesi
84	Babama Çin'de Fabrika Kuracağımı Söylesem Gülerdi	İzzet Bayraktar	2016	Bayraktarlar Holding
85	Yılmaz Babaoğlu	Raşit Keskin	2008	Çizgi Kitabevi
86	Can Kıracı'nın Camhıraş Mektubu	Atilla Oral	2014	Denkar Yayınevi

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yaynevi
87	Çölde Çiçek Yetiştirmek	İlhan Erdoğan	2005	Miad Yayınları
88	Gördüklerim, Yaşadıklarım	Jak V. Kamhi	2013	Remzi Kitabevi
89	Rüzgarımı Kendi Yaratan Adam Mustafa Vasfi Diren	Haşım Akman	2013	Dimes
90	Hayatla Yapılan Anlaşma - Ali Durmaz 1935-2004	Fatma Durmaz Yılbirlik	2009	Kendi Yayını
91	Türk Kâğıt Sanayinin Öncüsü Mehmet Ali Kâğıtçı	Baki Kara	2004	Sappi Yayınları
92	İnci / İnci Pirinçioğlu'nun Gerçek Yaşam Öyküsü	İnci Pirinçioğlu	2007	Boyut Yayın Grubu
93	Aklımda Kalkanlar	A. Fethi Ağralı	2011	Esen Apaydın
94	Yılmaz Ulusoy: Dostlarının kaleminden iş hayatında 55 yıl	Burhan Akdağ, Burak Saraçoğlu, Cevdet Öztemel, Reyhan	2013	Doğan Kitap
95	Kenan Oltan: Fındık Kabağundan Çıkan Dev	Murat Taşkın	2017	Kendi Yayını
96	Hayat Okul Gibidir	Selçuk Yaşar	1994	Tükelmat
97	Kumda İz Bırakmak	Hüseyin Keçici	2002	Soyut
98	Eskişehir Sanayi Odası'nın 10 Yılı ve Mümtaz Zeytinioğlu	ESO	1981	Eskişehir Sanayi Odası Yayınları
99	En Değerli Hazine Dostluk ve Saygınlıktır	Zühütlü Şenyuva	2009	Kendi Yayını
100	Ben De Tekstilciyim	Rüştü Akın	1995	Kendi Yayını
101	60 Yılda Öğrendiklerim Yaşadıklarım Yaptıklarım	İrfan Tufan Karaoğlu	1994	Kendi Yayını
102	Nuh Mehmet Küçükçalkın Hayatı - Artık Güneş Batıyor	Nasıde Gökbudak	2010	Kendi Yayını
103	Tuncer Güvensoy Kitabı : Yarım Kalan Bir Öykü	Neşe Doster	2008	Aras Doğu İnşaat
104	Bir Hayat Hikayesi Mehmet Kemal Dedeman	Zeynep Avcı	1996	Kendi Yayını
105	Ben Mithat Öztüre	A. Nedim Atilla-Nezih Öztüre	2013	Öztüre A.Ş. Kültür
106	Özel Sektör Yılları	Selçuk Maruflu	2010	Kendi Yayını
107	Bir Bayilik Öyküsü: Vehbi Koç ile Kırk Yıl	Salih Sayar	1999	Kendi Yayını
108	Hayırların mühendisi: büyük hayırsever İzzet Baysal'ın sağ kolu Ahmet Baysal'ın	Selami Özsoy	2013	Phoenix Yayınları
109	Bir Otaecim Öyküsü	Niyazi Kurtan	2005	Kurtan Bilim Sanat Eğitim Vakfı
110	Yarımlar İçin Erdoğan Özgörkey 75.Yıl Anısına	Erdoğan Özgörkey	2008	Eskiz Basım
111	Turizm'de Bir Duayen	İnci Pirinçioğlu	2002	Selçuk Yaşar Spor ve Eğitim
112	Modern bir "Koroğlu ve Ayvaz" hikayesi: İzzet Baysal & Ahmet Baysal	Hüseyin Tunçay	2016	Bolu Belediye Başkanlığı
113	İlklere Adamı ; Şerafettin Erbayram	Hüseyin Tunçay	2016	Bolu Belediye Başkanlığı
114	Sabuna Adanmış Bir Ömür: Bilal Sabuncu Anlatıyor	Bilal Sabuncu	2015	Kendi Yayını

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yaynevi
115	Göç Yollarından Bugünlere İsmail Keskinoğlu'nun 101 Yıllık Olağanüstü	Bahar Erkum	2013	Keskinoğlu
116	İnşaatlarda Yetmiş Yıl: Hatırladıklarım	Mebus Ergüvenç	2006	İntes
117	Dr. Üzeyir Garih	Sevgi Aslan	2002	Alarko Eğitim Vakfı
118	Kemal Uzan Kendi Kaleminden Bir İmparatorluğun Çöküşü	Mustafa Yılmaz	2006	Neden Kitap
119	Sanayiciliğe Sırağışı Bir Yolculuk	Şerif Ünan	2014	Cinius Yayınları
120	Fuad Bezman: bir duayen'in hatıratı	Nermin Bezman	2002	PMR
121	Hafiften bankacılık	İbrahim Betil	2002	Ana Yayıncılık
122	Zirvede 15 Yıl	Refik Baydur	2006	Sinemis Yayınları
123	Beyaz yakalı Cem Uzan fenomeni	Memduh Taşlıcalı	2002	Karakutu Yayınları
124	Yaşadığım Günler	Kazım Taşkent	2008	Yapı Kredi Yayınları
125	Cumhuriyet'in Başarı Öyküsü Asım Kocabıyık 1924-2012	Zafer Toprak	2014	Borusan Holding A.Ş.
126	Terzi Çıraklığından Patronluğa	Nihat Serbes	2001	Der
127	Türkiye'nin En Cömert Hayuseveri: Kadir Has	Hulusi Turgut	2013	Kadir Has Üniversitesi
128	Zeminden Zirveye: Hasan Türek	Aşık Nuri Şahinoğlu	2002	Ege Ofset
129	Vehbi Koç İle 30 Yıl	Fazlı Ayverdi	2001	Kendi Yayını
130	Yaşadığım Yıllar	Fehim Yenice	2002	Tamga Yayınları
131	Mösyö Bernar Nahum - Türk Otomotiv Endüstrisinin Duayeni	Adrian Streater	2011	Çiğlembik Yayınları
132	Türkiye'sine Sevdalı Adam Halit Narin	Ahmet Güner Elgin	2009	Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası
133	Sanayinin içinden görüş ve düşünceler	Alber Bilen	1997	Ezgi Ajans
134	Babam Nuh Ağa ve Ben Hayatım Anılarım	Muharrem	2009	Yeniden Ajans
135	Atatürk Aydınlığında Yaşamak	Kazım Taşkent	1981	Bımbırdirek Matbaacılık
136	Bir İş Bankasının Öyküsü	Mustafa Kemal Sayıl	2004	İş Bankası Kültür Yayınları
137	Görüş ve Öneriler	İshak Alaton	2000	Cem Ofset
138	İş Hayatının 21 Gizli Kuralı	Vural Çakır	2007	Mediacat
139	Hayatım	Recep Gençer	2004	Alkan Matbaası
140	Girişimci Bir Sanayicinin Anıları (İyi Bir Sanayici Nasıl Olunur)	Recep Gençer	2012	Ege Basım
141	Pat pat: bankacının not defterinden	Orhan Topçuoğlu	2002	Kendi Yayını
142	Kelimelerle Dokunan Türkiye	Halit Narin	2006	Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
143	Bir idealden gerçeğe-Türk Elektronik Sanayinin Önderi Y. Mith. M. Hacı Kamoy	M. Hacı Kamoy	2003	Devran Matbaacılık
144	Bir imparatorun iyüzü, Asil Nadir	Bora Paran	2002	Milliyet Yayınları
145	Duygularım Düşüncelerim İnançlarım	Kazım Taşkent	1989	Ceyma Matbaası
146	Erver Ören Ağabey'in Ardından Mesajlar, Makâleler, Hatıralar	Ömer Faruk Yılmaz	2014	İhlas Vakfı Yayınları
147	Bizim Şarık	Çiğdem Tüzün	2015	TPR Ofset
148	Mösyö Bernar Nahum (1911-1995)	Can Kırac	1995	Kendi Yayını
149	Anılar ve Öneriler	Refik Baydur	2008	Sinemis Yayınları
150	Aklımda kalanlar	Saffet Ulusoy	2005	Aysberg Yayın
151	Ben Demiştim 2 Geçti Artık	Saffet Ulusoy	2005	Aysberg Yayın
152	Yarım Yaşayan Adam	Fatih Vural	2017	Net Kitap
153	Geriyeye Bakmak Yok	Fatih Vural	2013	Alfa Yayınları
154	Markaların Efendisi Caner Tunaman	Fatih Vural	2015	Alfa Yayınları
155	Onun Kumaşı Farklıydı : Ahmet Sapmaz & Güneş Sanayi'nin Hikayesi	Kemal Sezer	2017	Hayıtkitap
156	Bir Dünya Kurmak ; Hüsnü Özyeğin'in Yaşam Öyküsü Eser Öyküsü	Rıdvan Akar	2017	Özyeğin Üniversitesi
157	İdealler Gerçekleşirken : Suna Kırac'ın İzinde 10 Yıllık Öyküsü	Rıdvan Akar	2017	Suna ve İnan Kırac Vakfı
158	Ömrümden Uzun İdeallerim Var	Rıdvan Akar	2000	Suna ve İnan Kırac Vakfı
159	Benim Kale'm (Sadık Özgür'ün Yaşam Öyküsü)	Rıdvan Akar	2011	Kale Kilit ve Kalıp Sanayi
160	Muhtarrem Balat : Bir Akıl İnsanı	Şenol Er	2016	E Yayınları
161	Bağdat'tan İstanbul'a Dönüm Bugünüm	Nezir Kırdar	2016	Cinius Yayınları
162	Sabri Ülker'in Hayat Hikayesi	Hulusi Turgut	2014	Doğan Kitap
163	Toprak ağalığımdan sanayiciliğe: Osmanlı'dan Cumhuriyete Kayserili Molu ailesinin	Mehmet Çetin Şahin	2013	Dergah Yayınları
164	Rıza Güral'ın Toması	Rıdvan Akar	2011	Chiviyazları Yayınevi
165	Gadaynan Gadeyim	Cemal Çandır	2018	Boyut Yayın Grubu
166	Bir Gönül Hikayesi	Gönül Talu	2018	Alfa Yayınları
167	Koç'ta Üç Nesil : Sanayi Barışına Adanmış Bir Hayat Hikayesi	Tuğrul Kudatgöbilik	2017	Yapı Kredi Yayınları
168	Gerekirse Dünyayı da Surtlarsın	Ali Araplarlı	2016	Cinius Yayınları
169	Sigortacılığın Duayeni David Kohen : Sigortacı Bir Ailenin Beş Nesillik Serveni	Birant Yıldız	2015	Literatür Yayıncılık
170	Yalnız Yürümeyeceksin	Mehmet Cemal	2014	Hayat Yayınları

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
171	Şark Tara Anlatıyor	Çiğdem Tüzün-Sühan	2015	Doğan Kitap
172	Şark Tara : Sımların Ötesinde	Çiğdem Tüzün-Sühan	2014	Doğan Kitap
173	Aklında Kalkanlar	Baran Tuncer	2013	Tarihçi Kitabevi
174	Gemileri Yakmada Üstüne Yok. Sema Saydam Volkan'ın Hikayesi.	Mehmet Gündem	2016	Alfa Yayınları
175	Ehl-i dil bir işadımı Şevket Demirci (1942-2009): Şevket Baba	Mustafa Özdamar	2015	Kırkkandil Yayınları
176	Tuza'nın Penceresinden Mehmet Tuza Kitabı	Kaan Özkan	2015	Paşken A.Ş.
177	Birlikten Kuvvet Doğuran Başkan	İsmail Hakkı Dokuzlu	2015	Cinius Yayınları
178	Lüzumlu adam İshak Alaton	Mehmet Gündem	2012	Alfa Yayınları
179	Lüzumsuz adam İshak Alaton	Mehmet Gündem	2012	Alfa Yayınları
180	Kaşmır Yolu	Aysen Zamanpur	2012	Doğan Kitap
181	Sanayide bir mühendisin 60 yılı : 1946-2006	Turhan Onur	2012	MESS
182	Besnili bilge: Mehmet Erdemoğlu : yaşamı, ilkeleri, eserleri	Aysun Öner	2011	Doğan Kitap
183	Bulutların üstüne turmarıken: THY, bir dönüşüm öyküsü	Cem Kozlu	2007	Remzi Kitabevi
184	İşadımı fabrikası Hasan Balcı	Melih Arat	2011	Varlık Yayınları
185	İş Bankasında 60 Yıl	Cahit Kocaömer	2011	Doğan Kitap
186	O dağın ardında ne var? Celal Aras kişisel tarih anlatısı (1957-2008)	Aylin Süer Alparslan	2011	Chiviyazıları
187	Hayat mücadele değil, mücadele hayattır	Rıza Kutlu Işık	2010	Careta Yayıncılık
188	Liderlik Gönül İşidir	Ömer Bolat	2009	Hayat Yayınları
189	Kazım Taşkent ve Yapı ve Kredi Bankası	Sadi Abaç	1981	Yapı Kredi Yayınları
190	Önemliyorum Öneriyorum	Yılmaz Ulusoy	2009	Doğan Kitap
191	Hizmete Adanmış Bir Ömür	Cengiz Kaptanoğlu	2009	Stil Matbaacılık
192	Ahmet Keleşoğlu: Başarıya Adanmış Bir Yaşam	Murat Koraltürk	2008	Selçuk Ecza Deposu
193	İki Dünya	Filiz Ofloğlu	2008	Cumhuriyet Kitapları
194	Mecit Bahçıvan: Rahva Krallığından Peynir Krallığına	Saylan Murat Hekimoğlu	2007	Timaş Yayınları
195	Rüzgara Karşı Bir Başarı Öyküsü	Mehmet Çanakçı	2008	Kendi Yayımları
196	Neden?	Halil Bezmen	2006	Literatür Yayıncılık
197	Amerika'da Kırk Yıl Kadıköy'den Wall Street'e Yaşam Kavgam	Yılmaz Erolgaç	2016	İkinci Adam
198	Kadir Has: Vatan boreu ödiyorum	Hulusi Turgut	2006	Kadir Has Vakfı

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
199	Varolmanın Yolunda Zengin Olmak	Mehmet Tanrısever	2005	Kendi Yayını
200	Zirvedeki Şahin-Hayatım ve Fikirlerim	Kemal Şahin	2000	Hayat Yayınları
201	Ak Altının Ağası: Hacı Ömer Sabancı'nın Hayatı	Nimet Arzık	1972	Tur Yayınları
202	Bıraktığım yerden Hayatım	Sakıp Sabancı	2004	Doğan Kitap
203	Kopuzlar - Rizeli Bir İş Adamının Gerçek Yaşam Öyküsü (1892-1963)	Şakir Kopuz	2003	Kaknüs Yayınları
204	Eli Acıman: sevmediği sözcük reklam, aşık olduğu mesleği reklamcılık	Nil Baransel	2003	Doğan Kitap
205	Bir Yaşam İksiri: Dr. Nejat F. Eczacıbaşı	Can Dünder	2003	Türkiye İş Bankası Yayınları
206	İş hayatımdan kesitler ve gençlere tavsiyeler	Üzeyir Garih	2000	Hayat Yayınları
207	Benim Almanyam Benim Türkiyem	Vural Öger	2003	Altın Kitaplar
208	Kulağınıza Küpe Olsun	Bülent Şenver	2001	Remzi Kitabevi
209	Hayat Bazen Tatlıdır	Sakıp Sabancı	2001	Kendi Yayını
210	Öldüren Sır: Garih : sıradışı bir Musevi'nin portresi	Abdullah Muradoğlu	2001	Bakış Yayınları
211	İzlenimler, Umutlar	Nejat F. Eczacıbaşı	2001	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı
212	Kuşaktan Kuşağa	Nejat F. Eczacıbaşı	1982	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı
213	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı İçin Yazılanlar	Anonim	1999	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı
214	Bir Kent Bir İnsan: İzmir'in Son Yüzyılı S. Ferit Eczacıbaşı'nın Yaşamı ve	Yaşar Aksoy	1986	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı
215	Sivil Toplum Lideri Dr. Nejat F. Eczacıbaşı	Celâl Ertuğ	1998	Bilgi Yayınevi
216	Hayatım	Selçuk Yaşar	1996	Tükelmat
217	Çınarım İzi	Mehmet Kemal	1998	Dedeman Holding A.Ş.
218	Gönül Galerimden	Sakıp Sabancı	1988	Kendi Yayını
219	Hatıralarım, Görüşlerim, Öğütlerim	Vehbi Koç	1987	Vehbi Koç Vakfı
220	Hayat Hikayem	Vehbi Koç	1974	Kendi Yayını
221	İşte Hayatım	Sakıp Sabancı	1985	Aksoy Matbaacılık
222	Para Başarının Mükafatıdır	Sakıp Sabancı	1985	Kendi Yayını
223	Rusya'dan Amerika'ya Gezdiklerim Gördüklerim	Sakıp Sabancı	1989	Kendi Yayını
224	Değişen ve Gelişen Türkiye	Sakıp Sabancı	1993	Güzel Sanatlar Matbaası
225	Daha Fazla İş Daha Fazla Aş	Sakıp Sabancı	1993	A4 Ofset Basımevi
226	Hacı Ömer	Sadun Tanju	1993	Apa Ofset Yayıncılık

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yayınevi
227	Anılarımla patronum Vehbi Koç	Can Kıracı	1995	Milliyet Yayınları
228	Yeni Bir Türkiye	Nejat F. Eczacıbaşı	1998	Dr. Nejat F. Eczacıbaşı
229	İşte Tecrübelerim	Davut Doğan	2016	Hayat Yayınları
230	Trabzon'dan dünyaya açılan bir marka ve ardındaki büyük başarı hikayesi : Celâl	Nurgül Günaydın	2015	Medya İletişim Yayıncılık
231	Hayalden Holdinge	Erol Akça	2016	Efil Yayınevi
232	Kendi İşimi Kendin Bul	Uğur Ekşioglu	2015	İnkılap Kitabevi
233	Yüz Binlerce İş Yaratın Adam	Tufan Sevinçel	2013	Alfa Yayınları
234	Dün Gibi	Ketty Hakko	2010	Promat
235	Zoraki bankacı: bir dönemin perde arkası	Metin Berk	2014	Abm Yayınevi
236	Zoraki bankacı zorda	Metin Berk	2015	Abm Yayınevi
237	Cihad ve MÜSİAD	Ömer Cihad Vardan	2012	Timaş Yayınları
238	Tarıladan Şanghay'a: çalışkanlığın ve inancın zaferi	Ali Rıza Koç	2012	Destek Yayınları
239	Basım Sanayiinde 35 Yıl	Oktay Gürel	2004	Kendi Yayın
240	CEO'luga Uzman Yol	Tufan Darbaz	2010	Sistem Yayıncılık
241	CEO Hazım Kantarcı	Hazım Kantarcı	2013	Ofset Yayınevi
242	Perakendede Liderlik - Perakende de Diriliği Kaybetmeden İrileşmek	Servet Topaloğlu	2008	Hayat Yayınları
243	Bir Cumhuriyet çocuğunun hayat hikayesi: Türk milletine borcumuz var: İdris	Osman Çakır	2014	Ötügen Yayınları
244	Birleşen Arılar Göral Çatak Yaşam Öyküsü	Mehmet Sadık Bozkurt	2017	Yason Yayıncılık
245	Çekilin Ben Doktor Değilim!	Gökhan Taş	2016	Ceres Yayınları
246	Yeni Ceo Sensin	İzzet Karaca	2015	Papercam Medya
247	Atölyeden Patronluga Beş İşadamının Sıra Dışı Hikayesi	Özbey Men	2016	Kendi Yayın
248	Tecrübesizliğin Şansındır	Ahmet Paksoy	2013	Alfa Yayınları
249	İtibar ve İtimat	Sedat Üründül	2016	Üründül Grup
250	Bendeniz Ahmet Cavcav	Ahmet Cavcav	2014	Karina Kitap
251	Başarıyı Ararken Nasıl Yapmalı	Fahri Kuz	2007	Fahrikuz Yayınları
252	Borsa Kralı	Nasrullah Ayan	2017	Sorum Yayınları
253	Hatıralarım	Abdurrahman Akman	2011	Gündoğan Yayınları
254	Duygusal Sermaye	Mehmet Semih	2012	Final Kültür Sanat Yayınları

Sıra No	Eser Adı	Yazar	Yayın Yılı	Yaymevi
255	Birlikte Başarmak	Mehmet Semih	2017	Elma Yaymevi
256	Hayata İhten Bakış	Aydın İhten	2017	Ceres Yayınları
257	Her Hayat Bir Mirastır - Berat Cömertöğlü	Silvan Güneş	2015	Karina Kitap
258	Kanatlı sektörünün öncülerinden : Yusuf Yar	Hüseyin Tunçay	2017	Bolu Belediye Başkanlığı
259	Yedi Yaşında Bindiğim Kamyonun Frenleri Patladı ve Hayata Yuvarlandım	Ataman Özbay	2014	Elma Yaymevi
260	Daha Yeni Baslıyor: Geleceğin Dünyasında Esneklik, Yakınsama, Ağ Yapısı Ve Karanlık	Faruk Eczacıbaşı	2018	Koç Üniversitesi Yayınları
261	Rubikon - Bir Reklamcılık Efsanesi	Süheyl Gürbaşkan	2017	İnkılap Kitabevi
262	İş'te Hayat: Başarıların Hikayesi	Hasan Koç	2015	İkinci Adam Yayınları
263	Nuri Demirağ Hayat ve Mücadeleleri	M. Necmettin Delorman	1957	Nu.D Matbaası
264	Nuri Demirağ - Türkiye'nin Havacılık Efsanesi	Fatih Dervişoğlu	2007	Ötügen Yayınları
265	Nuri Demirağ Kimdir?	Ziya Şakir	1947	Kenan Matbaası
266	Nuri Demirağ: Uzun İnce Bir Yolda Bitmeyen Şarkımız	H. Caner Akkurt	2015	Yeni Türkiye Yayınları
267	Bir Öncünün Romanı Nuri Demirağ	Muhittin Şimşek	2017	Alfa Yayınları
268	Hayallerini Uçuran Adam: Nuri Demirağ	Mehmet Bahattin	2013	İstanbul Ticaret Odası
269	Teşebbüslerim Reisliklerim	Süreyya İimen	1949	Hilmi Kitabevi
270	Sözlerinde Saklı : Mehmet Kemal Dedeman'ın hayata dair sırları : [bir lider analizi]	Mehmet Kayhan Kamal	2007	Dedeman Holding A.Ş.
271	Kurucu Başkan Doğan Ersöz	Murat Kuter	2017	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
272	Saklım Gizlim Yok (Anılar ve Yorumlar)	Gazanfer Sanlıtop	2002	Bilge Yayınları
273	Markalı Konutun Başöğretmeni Aykut Mutlu: Bana Mütteahhit Demeyin	Nevzat Basım	2013	TK Yaymevi
274	Takım Tezgahları Sektöründe 30 Yıllık Tecrübe	Bülent Bozkurt	2010	İkinci Adam Yayınları
275	Küçük Bir Girişimin Öyküsü	S. Soner Selçuklu	2006	Sistem Yayıncılık
276	100 Milyonluk Araba	Osman Yaşar	2018	Ceres Yayınları
277	Fikret Aktekin'in Yaşam Anıları	İsmet Aktekin	2017	Doğan Kitap
278	Mühendis: Ersin Arnoğlu'nun Yapı Merkezi İle Bütünleşen Hayatı	Anonim	2014	Kendi Yayını

Citation: KAMIŞLI M. & SEVİL G. (2018), Borsa İstanbul Alt Sektör Endeksleri Arasındaki Oynaklık Yayılımlarının Analizi, BMIJ, (2018), 6(4): 1015-1032 doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.381>

BORSA İSTANBUL ALT SEKTÖR ENDEKSLERİ ARASINDAKİ OYNAKLIK YAYILIMLARININ ANALİZİ¹

Melik KAMIŞLI²

Güven SEVİL³

Received Date (Başvuru Tarihi): 26/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 25/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Yatırımcılar portföy riskini azaltmak amacıyla sektörel çeşitlendirmeye gidebilmektedir. Bu durumda sağlıklı yatırım kararlarının verilebilmesi için sektörler arasında ilişkilerin doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle krizler sektörler arasındaki oynaklık yayılımları üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Bu bağlamda çalışmada krizlerin ve farklı tipteki şokların Borsa İstanbul (BİST) alt sektör endeksleri arasındaki oynaklık yayılımları üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak 2001 Finansal Krizi ve 2008 Küresel Krizi baz alınarak belirlenen dönemler için DCC-GARCH analizi uygulanmıştır. Sonuçlar Asya Krizi, Rusya krizi, 1999 Depremi, 2002 genel seçimi, 2003 Körfez Savaşı, Gezi Parkı olayları, 17-25 Aralık operasyonları, Merkez Bankası faiz politikaları ile sektörler için özgü olayların yayılımları etkilediğini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Sabit Koşullu Korelasyon Testi, Dinamik Koşullu Korelasyon Modeli, Portföy Yönetimi

JEL Kodları: C58, G01, G11

ANALYSIS OF THE VOLATILITY SPILLOVERS AMONG BORSA İSTANBUL SUB-SECTOR INDICES

ABSTRACT

Investors may prefer sectoral diversification in order to reduce the portfolio risk. In this case, investors should determine the relationships between the sectors properly in order to make healthy investment decisions. Especially crises directly affect volatility spillovers between the sectors. In this context, it is aimed to determine the effects of crises and different types of shocks on volatility spillovers among Borsa İstanbul (BIST) sub-sector indices. In accordance with this purpose The DCC-GARCH analysis is applied to the series which are determined based on 2001 Financial Crisis and 2008 Global Crisis. The results indicate that Asian Crisis, Russia Crisis, 1999 Earthquake, 2002 general election, 2003 Gulf War, Gezi Park events, 17-25 December operations, Central Bank interest policies and industry-specific events also had effects on spillovers.

Keywords: Constant Conditional Correlation Test, Dynamic Conditional Correlation, Portfolio Management

JEL Codes: C58, G01, G11

1 Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finansman Bilim Dalı Doktora öğrencisi Melik KAMIŞLI tarafından Prof. Dr. Güven SEVİL'in danışmanlığında tamamlanan "Finansal Krizlerde Borsa İstanbul Alt Sektörleri Arasındaki Oynaklık Yayılımı: Yön, Frekans Boyutu ve Şoklar Bağlamında Analiz" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, melikkamisli@gmail.com

3 Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi,

<https://orcid.org/0000-0001-6419-2257>

<https://orcid.org/0000-0001-7592-3799>

1. GİRİŞ

Yatırımcılar portföylerini oluştururken çeşitlendirmeden maksimum düzeyde faydalanabilmek amacıyla hisse senedi piyasasında yer alan alt sektörleri baz alarak varlık dağıtımını kararlarını alabilirler. Ancak farklı türdeki krizlere bağlı olarak değişen oynaklık yayılımları sonucunda, yatırımcıların portföylerini çeşitlendirerek düşük risk ile yüksek getiri elde etme fırsatları azalmakta, dolayısıyla analizlerin daha kapsamlı bir şekilde yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle finansal değişkenler arasındaki oynaklık ilişkisinin yapısının ve farklı türdeki şoklar karşısında ne şekilde değişim gösterdiğinin bilinmesi, yatırım kararları ve risk yönetim stratejilerinin belirlenmesi açısından oldukça önemlidir.

Özellikle kriz dönemlerinde, finansal varlıklar arasındaki oynaklık yayılımların belirli yapıdaki şoklara karşı nasıl değişim gösterdiğinin belirlenmesi için zamana bağlı korelasyonların incelenmesi, ilişkilerin daha doğru bir şekilde ortaya konmasına olanak tanımaktadır. Engle (2002) tarafından geliştirilen ve iki değişken arasındaki korelasyonu hesaplarken değişkenlerin tarihi oynaklıklarına ilişkin değerli bilgileri de içeren dinamik koşullu korelasyon (DCC) modeli bu amaçla kullanılabilir (Hinojales ve Park, 2011: 181).

Ülkemizde 2001 yılında yaşanan Finansal Kriz ve 2008 yılında yaşanan Küresel Kriz farklı dinamiklere sahiptir ve finansal piyasaları olumsuz yönde etkilemiştir. Bununla birlikte krizlerin ulusal veya uluslararası boyutta olması, oynaklık yayılımının yapısını ve etkisini değiştirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı; farklı türde gerçekleşen krizlere bağlı olarak, DCC-GARCH(1,1) modeli ile Borsa İstanbul (BİST) alt sektör endeks getirilerinin kendi sektör grupları içinde değişen oynaklık yayılımlarının hangi olaylara bağlı olarak zamanla değişim gösterdiğinin belirlenmesidir.

2. DİNAMİK KOŞULLU KORELASYON ANALİZİ İLE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Finansal varlıklar arasındaki oynaklık ilişkileri farklı şoklar karşısında sabit ya da dinamik bir yapı gösterebileceği gibi, yayılımların yapısı şoklara bağlı olarak da değişebilmektedir. Literatürde finansal varlıklar arasındaki oynaklık ilişkilerini çoklu genelleştirilmiş otoregresif. koşullu değişen varyans (MGARCH) modelleri ile inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır.

Kearney ve Poti (2006), Xiao ve Dhesi (2010) ve Durai ve Bhaduri (2011) DCC analizi ile hisse senedi piyasaları oynaklık yayılımlarını ve korelasyon yapılarını incelemişlerdir.

Kearney ve Poti (2006) Avrupa'nın 5 gelişmiş hisse senedi endeksi arasındaki korelasyon yapılarını ortaya koymak amacıyla DCC ve asimetrik DCC modellerini kullanmış ve endeksler arasındaki koşullu korelasyonun asimetrik bir yapıda olduğunu tespit etmiştir. Xiao ve Dhesi (2010) Amerika ile Avrupa hisse senedi piyasaları arasındaki oynaklık yayılımlarını ve koşullu korelasyon yapılarını BEKK ve DCC modelleri ile analiz etmiş ve Amerika'dan Avrupa hisse senedi piyasalarına oynaklık yayılımları olduğunu ve korelasyonların zamanla değişen yapıda olduğunu ortaya koymuştur. Durai ve Bhaduri (2011) ise DCC modelini kullanarak Hindistan ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki korelasyon yapısını incelemiş ve Hindistan ile belirlenmiş ülkeler arasındaki korelasyonların düşük olduğunu belirleyerek, yatırımcıların çeşitlendirme için Hindistan borsasını kullanabileceklerini belirtmiştir. Horng ve Chyan (2009), Sadorsky (2012) ve Chang vd. (2013) ise DCC modellerini petrol fiyatları ile hisse senedi piyasaları arasındaki oynaklık yayılımlarını belirlemek amacıyla kullanmışlardır. Horng ve Chyan (2009) Tayland ve Singapur hisse senedi piyasası getirileri ve söz konusu piyasalar ile petrol fiyatları arasındaki oynaklık ilişkilerini analiz ederek, hisse senedi piyasaları arasında pozitif ilişkiler olduğu, her iki piyasanın da petrol fiyatlarındaki oynaklıklardan etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır. Sadorsky (2012) temiz enerji şirketleri, teknoloji şirketleri ve petrol fiyatları arasındaki oynaklık yayılımlarını, aralarında sabit koşullu korelasyon (CCC) ve DCC'nin de bulunduğu MGARCH modelleri ile test etmişlerdir. Çalışma sonucunda en iyi modelin DCC olduğu belirlenmiş ve temiz enerji şirketleri ile teknoloji şirketlerinin hisse senetleri arasında yüksek korelasyon ilişkisi bulunmuştur. Chang vd. (2013) ise ham petrol fiyatları ile hisse senedi piyasaları arasındaki oynaklık yayılımlarını farklı ekonometrik yöntemler ile incelemişlerdir. Çalışmada değişkenler arasında oynaklık yayılımları tespit edilmiş ve DCC modeli sonuçları değişkenler arasındaki korelasyon ilişkilerinin dinamik bir yapıda olduğunu ortaya koymuştur.

Lien ve Yang (2009), Savva vd. (2009), Wang ve Moore (2012), Caporin (2013) ve Yılmaz vd. (2015) çalışmalarında farklı finansal piyasalar ve endeksler arasındaki oynaklık yayılım ilişkilerini belirlemek amacıyla koşullu korelasyon modellerinden yararlanmışlardır. Lien ve Yang (2009) uluslararası bakır future piyasaları arasındaki getiri ve oynaklık yayılımlarını belirlemek amacıyla DCC-GARCH modelinden yararlanmışlar ve Londra ve New York borsaları arasında karşılıklı getiri ve oynaklık yayılımları olduğunu belirlemişlerdir. Savva vd. (2009) ise Euro'ya geçişin Amerika ile gelişmiş Avrupa piyasaları arasındaki oynaklık yayılımları ve korelasyonlar üzerindeki etkilerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma ile Euro'ya geçişin ardından korelasyonların arttığını ve oynaklık yayılımlarının

bulduğunu göstermişlerdir. Wang ve Moore (2012) Küresel kriz döneminde gelişmiş ve gelişmekte olan ülke kredi temerrüt swapı (CDS) spreadlerinin Amerika CDS spreadi ile olan entegrasyonunu incelemişlerdir. Çalışmada Lehman Brothers'ın iflasının özellikle gelişmiş ülke CDS spreadleri ile Amerika CDS spreadi arasındaki entegrasyonu arttırdığı belirlenmiştir. Çalışma ile ayrıca yüksek korelasyon ilişkilerinin nedeninin Amerika'da düşen faiz oranları olduğu tespit edilmiştir. Caporin (2013) oynaklık endeksi (VIX) ve CDS endekslerinin hedge stratejisi oluşturulmasında kullanımından hareketle, sektörel endeksler ile söz konusu endeksler arasındaki ilişkileri analiz etmişlerdir. Çok sayıda ekonometrik modelin kullanıldığı çalışma ile hedge stratejilerinde koşullu korelasyon dinamiklerinin kullanımının etkinliği arttırdığını vurgulamışlardır. Yılmaz vd. (2015) ise çalışmalarında Dow Jones İslamik Piyasa sektör endeksleri arasındaki ilişkileri incelemişler ve sektörler arasındaki korelasyonun arttığını, bu nedenle sektörel çeşitlendirme olanaklarının azaldığını ortaya koymuşlardır.

Literatürde oynaklık yayılımlarını krizler bağlamında, farklı piyasalar ve endeksler için DCC modelleri ile inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları oynaklık yayılımlarını analiz ederken belirli bölge veya ülke gruplarını baz almaktadır. Chiang vd. (2007), Yiu vd. (2010) ve Thao vd. (2013) krizlerin Asya ülkeleri üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Chiang vd. (2007) Asya Krizi'nin Asya ülkelerine bulaşıcılık etkilerini sınımlamışlardır. Ampirik sonuçlar, krizin erken dönemlerinde bir bulaşıcılık etkisinin olduğunu, ilerleyen dönemde ise yatırımcılarda sürü psikolojisi davranışının oluştuğunu göstermiştir. Yiu vd. (2010) Küresel Kriz'in Asya hisse senedi piyasalarına bulaşıcılık etkilerini incelemişler ve kriz döneminde bulaşıcılığın arttığı, iyi ve kötü haberlerin etkilerinde ise asimetri olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Thao vd. (2013) Küresel Kriz'in Doğu Asya ülkelerine yayılımlarını irdelemişlerdir. Çalışmada CCC ve DCC modelleri kullanılmış ve krizin ülkelere farklı dönemlerde yayılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ampirik sonuçlar incelendiğinde, Asya ülkelerinin kendileri arasındaki korelasyonun, Amerika ile olan korelasyondan yüksek olduğu, dolayısıyla krizin birbirine yakın ülkeler arasındaki korelasyonu arttırdığı tespit edilmiştir. Küresel Kriz'in ardından, krizin oynaklık yayılımları üzerindeki etkilerini DCC-GARCH modeli ile analiz eden çalışmalar yapılmıştır (Naoui vd., 2010; Syllignakis ve Kouretas, 2011; Min ve Hwang, 2012; Guesmi vd., 2013; Hwang vd., 2013 ve Dimitriou vd., 2013). Naoui vd. (2010) Amerika ve gelişmekte olan ülke hisse senedi piyasaları arasındaki korelasyonları ve 2008 Küresel Krizi'nin bulaşıcılık etkilerini analiz etmişlerdir. Ampirik sonuçlar Çin dışında diğer ülkeler ile Amerika arasında yüksek koşullu korelasyonların olduğunu ve krizin, Çin, Endonezya ve Tayvan dışındaki ülkelere bulaşıcılık etkileri gösterdiğini ortaya koymuştur.

Syllignakis ve Kouretas (2011)'a ait çalışmada ise 2008 Küresel Krizi nedeniyle Amerika, Almanya ve Rusya'dan, merkez ve doğu Avrupa'daki gelişmekte olan ülke piyasalarına bulaşıcılık etkileri irdelenmiş ve kriz döneminde koşullu korelasyonların arttığını, dolayısıyla bulaşıcılık etkilerinin olduğunu göstermiştir. Min ve Hwang (2012) Amerika ve OECD ülkeleri hisse senedi piyasaları arasındaki dinamik koşullu korelasyonları analiz ederek 2008 Küresel Krizi'nin OECD ülkeleri üzerindeki bulaşıcılık ve sürü psikolojisi etkilerini araştırmışlardır. Analiz sonuçları, İngiltere, Avustralya ve İsviçre'de krizin ilk aşamasında bulaşıcılık, ikinci aşamasında ise sürü psikolojisi davranışı olduğunu göstermiştir. Guesmi vd. (2013) OECD ile Amerika hisse senedi piyasalarının birlikte hareketlerini ve Küresel Kriz'in OECD ülkelerine bulaşıcılık etkilerini sınımlar ve bulaşıcılık etkileri tespit etmişlerdir. Hwang vd. (2013) gelişmekte olan ülke piyasa getirilerinin kendi aralarındaki ve Amerika ile olan ilişkilerini irdelenmişlerdir. Çalışma ile tüm ülkeler arasındaki korelasyonlarda, bulaşıcılığa işaret eden artışlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dimitriou vd. (2013) ise 2008 Küresel Krizi'nin gelişmekte olan ülke hisse senedi piyasalarına etkilerini belirlenen dönemler itibariyle incelemiş ve Lehman Brothers'ın iflasının ardından, piyasalar arasında yeniden ilişkilerin başladığını tespit etmişlerdir.

3. METODOLOJİ VE DATA

Portföy ve risk yönetimi açısından portföye dahil edilecek finansal varlıklar arasındaki oynaklık yayılımına neden olan olayların belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. DCC modeli ise iki değişken arasındaki koşullu korelasyonun pozitif, negatif veya sıfır olabildiği dönemlerin belirlenmesine imkân vermektedir (Hinojales ve Park, 2011: 181). Bu nedenle çalışmada dinamik koşullu korelasyon analizi uygulanmıştır. DCC analizine geçilmeden önce söz konusu endeks getirileri arasındaki korelasyonların sabit ya da dinamik bir yapıda olduğunun belirlenebilmesi için ise Engle ve Shepard (2001) tarafından geliştirilen sabit koşullu korelasyon testi uygulanmıştır. İlerleyen adımda aralarında sabit koşullu korelasyon bulunan endeks getirileri dışında kalan diğer tüm endeks getirileri arasındaki oynaklık yayılımları, DCC-GARCH(1,1) modeli ile analiz edilmiştir.

Engle (2002) tarafından geliştirilen DCC modeli ile değişkenler arasında zamana göre değişen dinamik koşullu korelasyon katsayılarına ulaşılmaktadır. DCC modelinde, koşullu varyans matrisi hiyerarşik bir yolla belirlenir. İlk olarak, geleneksel GARCH modelinde olduğu gibi her koşullu varyans için bir model seçilir. Ardından, koşullu varyanslara bağlı olarak koşullu korelasyon matrisi modellenir. Koşullu varyans matrisinde olduğu gibi koşullu

korelasyon matrisi de her zaman noktası için pozitif tanımlı olmalıdır. DCC modelinde koşullu ortalama eşitliği;

$$y_t = E(y_t/I_t) + r_t \quad (1)$$

burada I_{t-1} , t-1'inci gözlemdaki bilgi setidir. (2)

Her tek değişkenli hata süreci $r_{i,t} = h_{i,t}^{1/2} \varepsilon_{i,t}$ spesifikasyonuna ve tek değişkenli GARCH (1,1) sürecini izleyen $E = (r_{i,t}^2/I_{t-1}) = h_{i,t}$ koşullu varyansına sahiptir. Burada;

$$h_{i,t} = \omega_{i0} + \alpha_{i1}r_{i,t-1}^2 + \beta_{i1}h_{i,t-1} \quad (3)$$

Koşullu korelasyonlar aşağıdaki eşitlikte verilen GARCH (1,1) modelinden yola çıkılarak zamanla değişen bir hale getirilmektedir.

$$q_{ij,t} = \bar{p}_{ij}(1 - \alpha - \beta) + \alpha\varepsilon_{i,t-1} + \beta q_{ij,t-1} \quad (4)$$

burada $q_{ij,t}$, ε_t 'nin zamanla değişen kovaryansı, \bar{p}_{ij} ise α ve β parametrelerinin negatif olmadığı durumlarda ε_t 'nin koşulsuz varyansdır.

Çalışmada; 02.01.1997 - 24.03.2015 tarihleri arasında, BIST Sınai (XUSIN), Hizmetler (XUHIZ) ve Mali (XUMAL) sektör endeksleri içerisinde yer alan Gıda, İçecek (XGIDA), Orman, Kağıt, Basım (XKAGT), Kimya, Petrol, Plastik (XKMYA), Metal Ana (XMANA), Metal Eşya, Makina (XMESY), Taş, Toprak (XTAST), Tekstil, Deri (XTEKS), Elektrik (XELKT), İletişim (XILTM), Spor (XSPOR), Ticaret (XTCRT), Turizm (XTRZM), Ulaştırma (XULAS), Banka (XBANK), Finansal Kiralama, Faktoring (XFINK), Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı (XGMYO), Holding ve Yatırım (XHOLD) ve Sigorta (XSGRT) alt sektör endekslerine ait 4.516 günlük kapanış değerleri üzerinden hesaplanan getiriler kullanılmıştır.

Çalışmada ele alınan veri seti, endekslerin hesaplanmaya başlandığı 02.01.1997 - 24.03.2015 yılları ile sınırlandırılmıştır. Dönemlerin belirlenmesinde 2001 Finansal Krizi için devlet yönetiminde siyasi krizin yaşandığı 19.02.2001 tarihi ve 2008 Küresel Kriz'in başlangıcı olarak kabul edilen, Lehman Brothers'ın iflas ettiği 15.09.2008 tarihi esas alınmıştır. Krizler baz alınarak belirlenen dönemler aşağıdaki şekildedir;

1. Dönem: 02.01.1997 – 19.02.2001 (1. Dönem)
2. Dönem: 20.02.2001 – 15.09.2008 (2. Dönem)
3. Dönem: 16.09.2008 – 24.03.2015 (3. Dönem)

“İletişim”, “Spor” ve “Gayrimenkul Y. O.” alt endeksleri ise hesaplanmaya başladıkları tarih itibariyle, çalışmada belirlenen dönemlerde yer almaktadır. Söz konusu alt

sektör endekslerine ait kapanış değerleri, Thomson & Reuters Datastream veri tabanı üyeliği ile elde edilmiştir. Uygulanan testler sonucunda oynaklık ilişkilerin değişimine neden olan olayların belirlenmesinde “Reuters News” veri tabanı taranmıştır.

4. ANALİZ SONUÇLARI

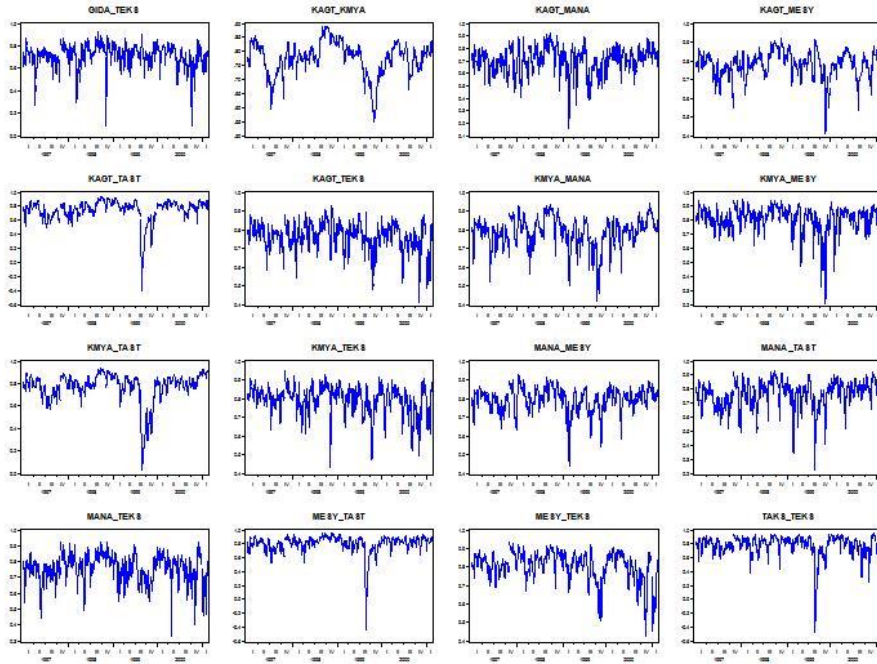
Çalışmada analiz edilen alt sektör endeks getirilerinin; içerisinde yer aldıkları sektörler ve belirlenen dönemler itibariyle durağanlığını sınavan Ng-Perron birim kök testi sonuçları Ek-1’te verilmiştir. Hem sabitli hem de sabitli ve trendli model için Ng-Perron birim kök testi sonuçlarına göre, ele alınan tüm alt sektör endeks getirileri belirlenen dönemler itibariyle durağandır. İlerleyen adımda ise alt sektör endeks getirileri arasındaki ilişkinin sabit ya da dinamik özellik gösterdiğinin belirlenebilmesi amacıyla dönemler itibariyle sabit koşullu korelasyon testi yapılmış ve sonuçlar Ek-2’de özetlenmiştir.

Sabit koşullu korelasyon test sonuçlarına göre 2001 Finansal Krizi öncesi ele alınan dönemde sadece “Gıda, İçecek” ile “Orman, Kağıt, Basım”, “Kimya, Petrol, Plastik”, “Metal Ana”, “Metal Eşya, Makine”; “Ticaret” ile “Ulaştırma” alt sektör endeks getirileri arasında sabit korelasyon, diğerleri arasındaki dinamik korelasyon bulunmaktadır. Ancak 2001 Finansal Krizi ve 2008 Küresel Krizi nedeniyle bir çok alt sektör endeks getirisi arasındaki korelasyon yapısı değişmiştir.

2001 Finansal Krizi’nin ardından “Gıda, İçecek”-“Kimya, Petrol, Plastik” ve “Ticaret”-“Ulaştırma” alt sektör endeks getirileri arasındaki sabit korelasyon dinamik bir yapıya; “Orman, Kağıt, Basım”-“Taş, Toprak”; “Ticaret”-“Turizm” ve “Holding ve Yatırım”-“ Sigorta” alt sektör endeks getirileri arasındaki dinamik korelasyonlar ise sabit korelasyona dönmüştür.

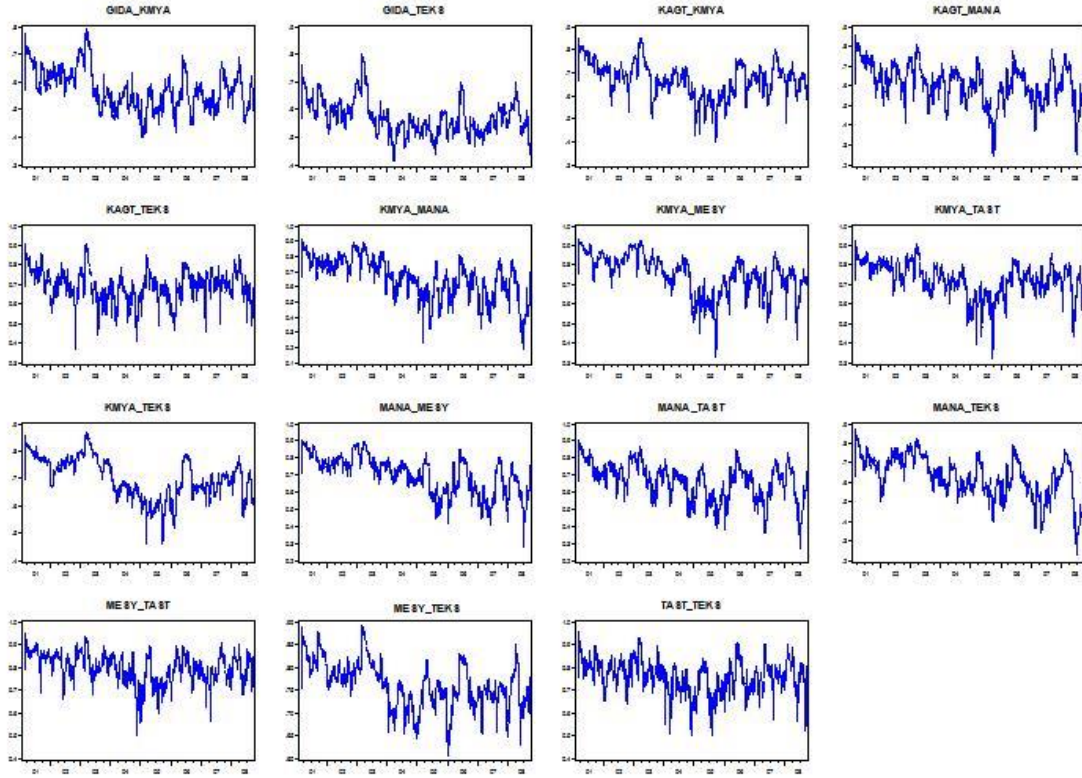
2008 Küresel Krizi’nin korelasyon yapıları üzerindeki etkileri ise daha fazla olmuştur. Söz konusu krizin ardından “Gıda, İçecek”-“Kimya, Petrol, Plastik”; “Orman, Kağıt, Basım”-“Kimya, Petrol, Plastik”; “Orman, Kağıt, Basım”- “Metal Ana”; “Orman, Kağıt, Basım”-“Metal Eşya, Makina”; “Kimya, Petrol, Plastik”-“Taş, Toprak”; “Banka”- “Holding ve Yatırım” ve “Finansal Kiralama, Faktoring”- “Holding ve Yatırım” alt sektör endeks getirileri arasındaki dinamik korelasyon yapısı sabite, “Gıda, İçecek”-“Metal Ana”; “Orman, Kağıt, Basım”-“Taş, Toprak”; “Ticaret”-“Turizm”; “Elektrik”-“Turizm” ve “Holding ve Yatırım”-“Sigorta” arasındaki sabit korelasyonlar dinamik bir yapıya dönmüştür. Çalışmanın son aşamasında, belirlenen sabit korelasyonlar dışında kalan tüm alt sektör getirileri arasındaki oynaklık yayılım yapısı DCC-GARCH(1,1) ile analiz edilmiş ve model sonuçları EK-3’te

verilmiştir. Aşağıda yer alan şekillerde ise dönemler itibariyle alt sektör getirileri arasındaki koşullu korelasyon grafikleri gösterilmiştir.



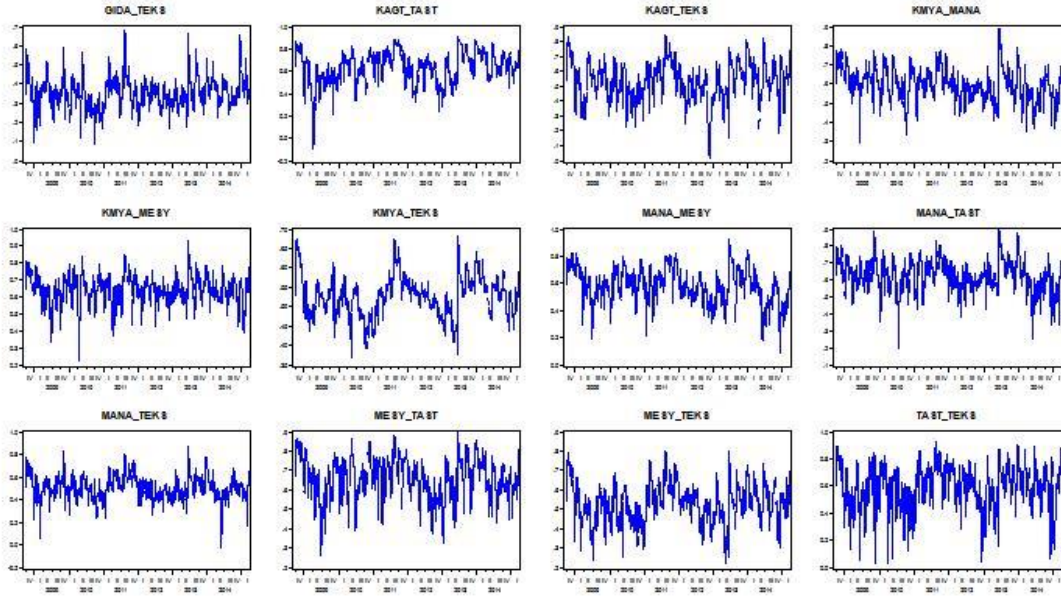
Şekil 1: 1. Dönemde Sınai Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

Şekil 1’den görülebileceği gibi 1997 yılının 2. çeyreğinde Asya Krizi’nin etkisiyle; “Tekstil, Deri” alt sektör endeks getirisinin “Gıda, İçecek”, “Orman, Kağıt, Basım”, “Kimya, Petrol, Plastik” ve “Metal Ana” alt sektör endeks getirileri ile ve “Kimya, Petrol, Plastik” alt sektör endeks getirisinin “Orman, Kağıt, Basım” ve “Metal Ana” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkisi değişmiştir. Rusya ekonomisindeki sıkıntılar da özellikle “Orman, Kağıt, Basım”, “Kimya, Petrol, Plastik” ve “Metal Ana” alt sektör endeks getirilerinin diğer alt sektör endeks getirileri ile olan oynaklık ilişkilerini değiştirmiştir. 17 Ağustos 1999 tarihinde yaşanan Marmara depremi nedeniyle “Taş, Toprak” ile “Orman, Kağıt, Basım”, “Kimya, Petrol, Plastik”, “Metal Ana” ve “Metal Eşya, Makine” arasındaki oynaklık ilişkilerinde ve “Kimya, Petrol, Plastik” ve “Tekstil, Deri” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerinde değişim yaşanmıştır. 12 Kasım Düzce depremi ise “Metal Ana” ile “Kimya, Petrol, Plastik”, “Metal Eşya, Makine” ve “Taş, Toprak” alt sektör endeks getirileri ve “Metal Eşya, Makine” ile “Kimya, Petrol, Plastik”, “Orman, Kağıt, Basım” ve “Tekstil, Deri” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri üzerinde etkili olmuştur.



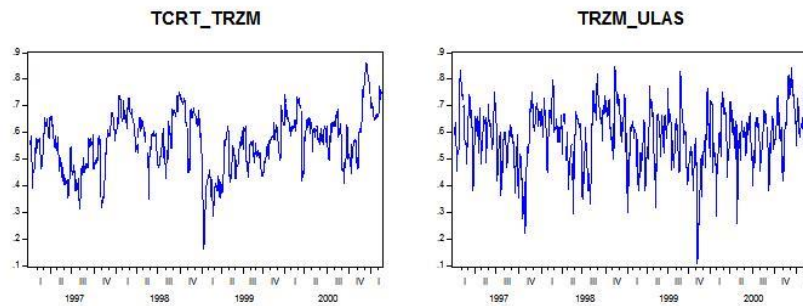
Şekil 2: 2. Dönemde Sınai Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

Şekil 2 incelendiğinde söz konusu dönemde gerçekleşen 2002 genel seçimlerinin “Orman, Kağıt, Basım” alt sektör endeks getirisi ile “Kimya, Petrol, Plastik”, “Metal Ana” ve “Tekstil, Deri” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkisi üzerindeki etkisi görülmektedir. Ancak 2003 Körfez Savaşı genel olarak oynaklık ilişkilerin değişmesine neden olmuş ve özellikle “Kimya, Petrol, Plastik” ve “Tekstil, Deri” alt sektör endeks getirilerinin diğer alt sektör endeks getirileri ile olan oynaklık ilişkisi değişmiştir. Bununla birlikte analiz döneminin 2. yarısında, ilerleyen süreçte küresel krize dönüşen Amerika’da yaşanan ekonomik gelişmelerin, tüm alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri üzerinde etkili olduğu görülmektedir.



Şekil 3: 3. Dönemde Sınai Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

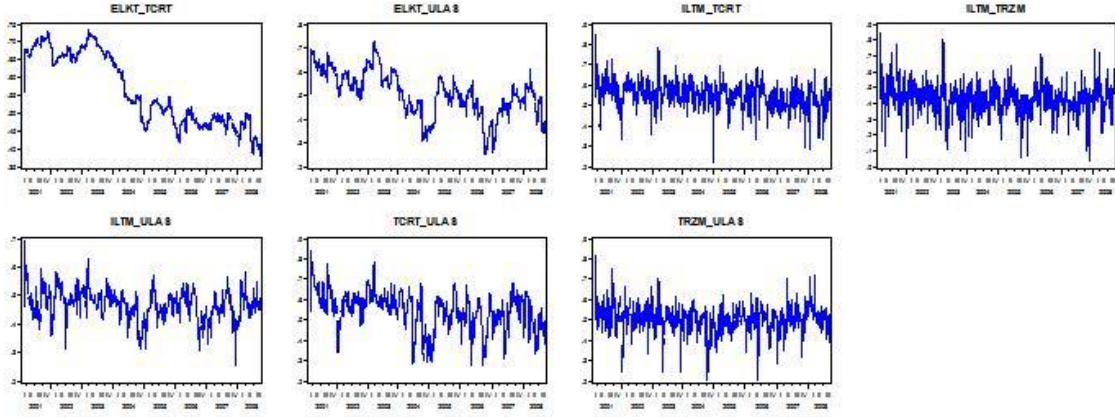
Şekilden 3'ten görülebileceği gibi 2008 Küresel Krizi'nin ardından 3. dönemde sınai alt sektör endeks getirileri arasındaki korelasyonlar genel olarak artış göstermiştir. Ayrıca bu dönemde oynaklık ilişkilerinde sık ve kısa süreli değişimler yaşanmış ve değişimlerin kaynağı sektörel gelişmelerden çok ülkede yaşanan politik ve ekonomik gelişmeler olmuştur. Tüm alt sektör endeks getirileri arasındaki ortak oynaklık değişimleri Merkez Bankası'nın faiz oranlarında yaptığı değişiklikler, 2013 yılında yaşanan Gezi Parkı olayları ve 17-25 Aralık operasyonlarından kaynaklanmıştır.



Şekil 4: 1. Dönemde Hizmetler Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

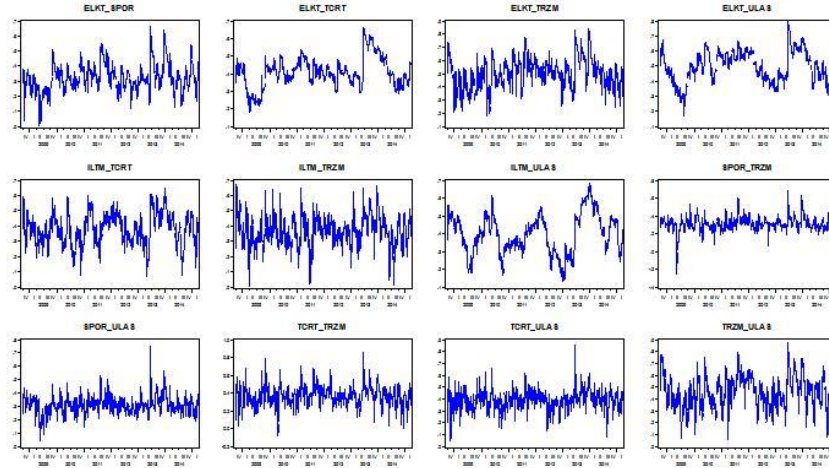
İlk analiz döneminde hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki korelasyon ilişkilerini değiştiren önemli olaylar, Rusya Krizi ve 1999 yılında yaşanan depremlerdir. Rusya Krizi'ni etkileri özellikle “Ticaret” ve “Turizm”, depremlerin etkileri ise “Turizm” alt sektör

endeks getirisinin hem “Ticaret” hem de “Ulaştırma” alt sektör endeks getirileri ile arasındaki oynaklık ilişkileri üzerinde görülmektedir.



Şekil 5: 2. Dönemde Hizmetler Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

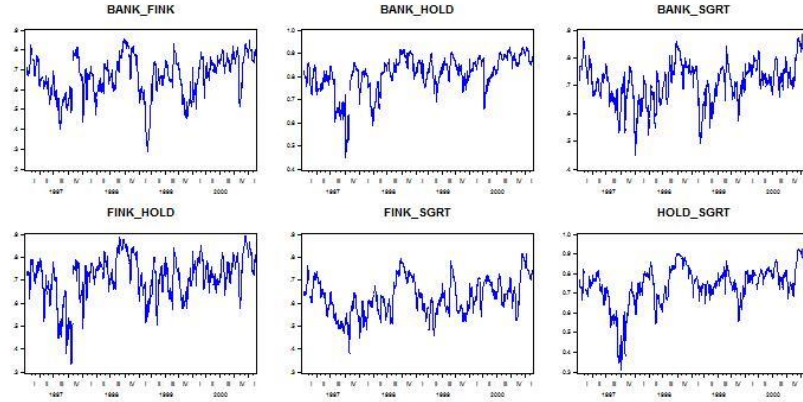
Şekil 5’ten görülebileceği gibi 2001 Finansal Krizi nedeniyle genel olarak hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri oldukça değişken bir yapıya bürünmüştür. Bununla birlikte, özellikle 2003 Körfez Savaşı’nın ardından “Elektrik” alt sektör endeks getirisinin “Ticaret” ve “Ulaştırma” alt sektör endeks getirileri ile arasındaki korelasyonlar düşmüştür.



Şekil 6: 3. Dönemde Hizmetler Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

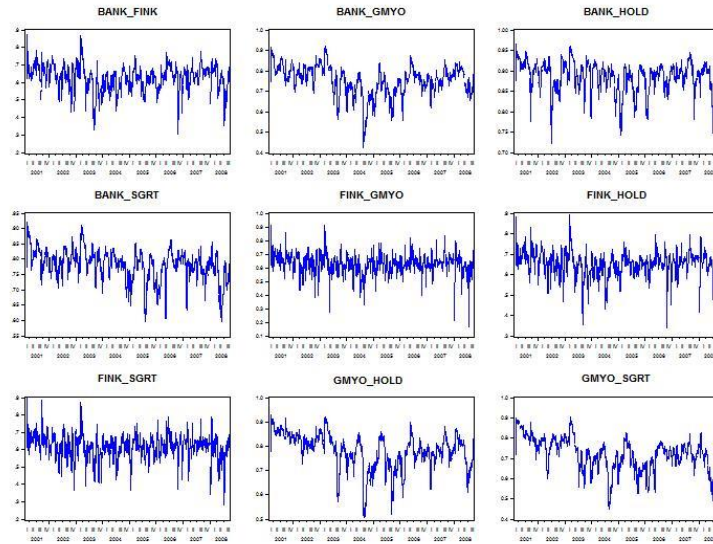
3. dönem hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri, sınav alt sektör endeks getirileri arasında olduğu gibi 2008 Küresel Krizi, Gezi Parkı olayları ve 17-25 Aralık operasyonlarından etkilenmiştir. Diğer yandan 2009 yılında ekonomide yaşanan daralma

genel olarak hizmetler alt sektör getirileri arasındaki korelasyonların azalmasına neden olmuş ve yılın son döneminde domuz gribinin ardından alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri azalan talep nedeniyle değişmiştir.



Şekil 7: 1. Dönemde Mali Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

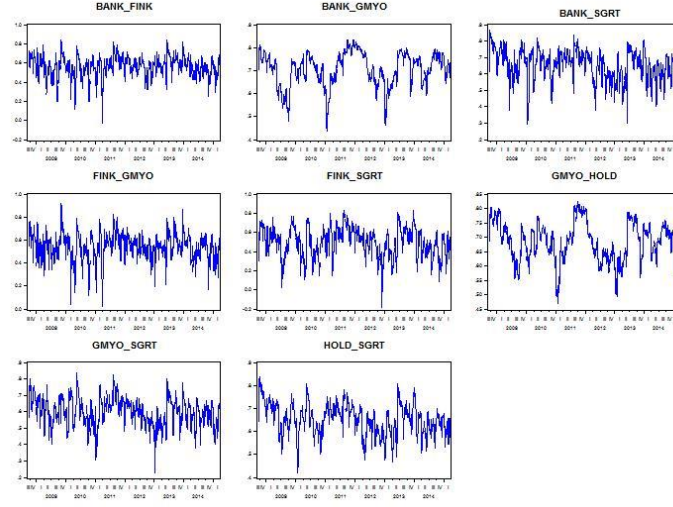
Şekil 7 incelendiğinde Asya ve Rusya krizlerinin etkileri tüm mali alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık yayılımlarında görülmektedir. Bununla birlikte, 1999 yılında yaşanan ekonomik daralma özellikle “Banka” ile “Finansal Kiralama, Faktoring” ve “Holding ve Yatırım” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerini değiştirmiştir.



Şekil 8: 2. Dönemde Mali Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

Şekil 8’den görülebileceği gibi mali alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri 2001 Finansal Krizi nedeniyle genel olarak değişken bir hale gelmiştir. Diğer alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık yayılımlarını etkileyen 2003 Körfez Krizi’nin etkileri, benzer şekilde mali alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık yayılımlarında da

gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, özellikle yabancı sermaye girişlerindeki artışlarla birlikte 2004 yılından sonra “Banka”, “Gayrimenkul Y. O.” ve “Sigorta” alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerinde değişim yaşanmıştır.



Şekil 9: 3. Dönemde Mali Alt Sektör Endeks Getirileri Arasındaki Koşullu Korelasyonlar

2008 Küresel Krizi'nin etkilerinin hissedilmeye başlanması ile birlikte ekonomide yaşanan küçülme, analiz döneminin ilk yarısında mali alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerinde sık ve kısa süreli değişimlere neden olmuştur. Diğer yandan sınai ve hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkisinin değişimine neden olan olaylardan farklı olarak, mali sektörde yaşanan değişimlerin temel kaynağı Merkez Bankası faiz politikasındaki değişimler ve Avrupa Borç Krizi'nin etkileri olmuştur.

5. SONUÇ

Farklı türde gerçekleşen krizlere bağlı olarak BİST alt sektör endeks getirilerinin kendi sektör grupları içinde değişen oynaklık ilişkilerinin analiz edildiği çalışmada, alt sektör endeks getirileri arasında öncelikle sabit koşullu korelasyon testi ardından ise DCC-GARCH(1,1) analizi uygulanmıştır. Sabit koşullu korelasyon testinden elde edilen sonuçlar, krizlerin ardından birçok alt sektör endeks getirisi arasındaki koşullu korelasyon yapısının değiştiğini, 2008 Küresel Krizi'nin ise koşullu korelasyon yapıları üzerinde daha fazla etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Dinamik koşullu korelasyon analizi sonuçları ise belirlenen analiz dönemleri içinde hangi tür şok ve olayların alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerini etkilediğini göstermiştir. 1. dönemde tüm sektörler kapsamında oynaklık ilişkilerinde genel olarak Asya ve Rusya krizi ile 1999 yılında yaşanan depremlerin değişime neden olduğu saptanmıştır. 2001

Finansal Krizi'nden sonra ise birçok oynaklık ilişkisindeki değişimin kaynağı 2003 Körfez Savaşı olmuştur. Bununla birlikte söz konusu dönemde sınai sektör kapsamında 2002 genel seçimi ile küresel krizin başlamasına neden olan Amerika kaynaklı ekonomik gelişmelerin oynaklık yayılımlarını değiştirdiği, mali sektör kapsamında da yabancı sermaye yatırımlarındaki artışın yayımlar üzerinde etkili olduğu görülmüştür. 2008 Küresel Krizi'nden sonra oynaklık ilişkilerinde genel olarak Gezi Parkı olayları, 17-25 Aralık operasyonları ile Merkez Bankası faiz politikaları etkili olmuştur. Bu sonuçlar politik ve toplumsal olayların, sınai ve hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Diğer yandan Merkez Bankası faiz politikalarının sınai ve mali alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca hizmetler alt sektör endeks getirileri arasındaki oynaklık ilişkileri, sektöre özgü olarak domuz gribi salgınından, mali sektör ise Avrupa Borç Krizi'nden etkilenmiştir.

Dinamik koşullu korelasyon analizi sonuçlarına göre; 2001 Finansal Krizi nedeniyle özellikle hizmetler alt sektör endeks getirileri, 2008 Küresel Krizi nedeniyle ise sınai ve mali alt sektör endeks getirileri arasındaki korelasyonlarda sık ve kısa süreli değişimler yaşanmış, diğer bir ifadeyle oynaklık ilişkileri farklılaşmıştır. Diğer yandan 2001 Finansal Krizi ardından tüm alt sektörler politik şoklardan etkilenmiş, özellikle mali alt sektörler arasındaki oynaklık ilişkileri de ekonomik şoklardan diğerlerine göre daha fazla etkilenmiştir. 2008 Küresel Krizi'nin ardından ise ekonomik şoklar sınai ve mali, toplumsal ve politik olaylar ise sınai ve hizmetler alt sektör getirileri arasındaki oynaklık ilişkilerinde daha fazla etkili olmuştur. Dinamik koşullu korelasyon analizi ile elde edilen bilgiler doğrultusunda çeşitlendirme yoluyla portföy riskini azaltmak isteyen yatırımcılara; sıklıkla değişen korelasyonlar nedeniyle 2001 Finansal Krizi ile benzer türde bir kriz yaşanması durumunda hizmetler alt sektör endekslerinde, 2008 Küresel Krizi ile benzer türde bir kriz yaşanması durumunda ise sınai ve mali alt sektör endekslerinde yer alan hisse senetlerini portföylerine dahil etmemeleri önerilebilir. Bununla birlikte sınai alt sektör endekslerinde yer alan hisse senetlerine yatırım yapmak isteyen yatırımcıların krizler dışında politik, toplumsal ve ekonomik olayları, mali alt sektör endekslerinde yer alan hisse senetlerine yatırım yapmak isteyen yatırımcıların özellikle ekonomik olayları takip etmeleri gerekmektedir. Hizmetler alt sektör endekslerinde yer alan hisse senetlerine yatırım yapmak isteyen yatırımcıların ise politik ve toplumsal olayların yanı sıra sektöre özgü olayları da izlemeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Caporin, M. (2013). Equity and CDS sector indices: Dynamic models and risk hedging. *The North American Journal of Economics and Finance*, 25, 261-275. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2012.06.004>
- Chang, C., McAleer, M., & Tansuchat, R. (2013). Conditional correlations and volatility spillovers between crude oil and stock index returns. *The North American Journal of Economics and Finance*, 25, 116-138. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2012.06.002>
- Chiang, T. C., Jeon, B. N., & Li, H. (2007). Dynamic correlation analysis of financial contagion: Evidence from Asian markets. *Journal of International Money and Finance*, 26(7), 1206-1228. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2007.06.005>
- Dimitriou, D., Kenourgios, D., & Simos, T. (2013). Global financial crisis and emerging stock market contagion: A multivariate FIAPARCH–DCC approach. *International Review of Financial Analysis*, 30, 46-56. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2013.05.008>
- Durai, S. R. S., & Bhaduri, S. N. (2011). Correlation dynamics in equity markets: evidence from India. *Research in International Business and Finance*, 25(1), 64-74. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2010.07.002>
- Engle, R. F. (2002). Dynamic conditional correlation. *Journal of Business and Economic*, 20(3), 339-350. <https://doi.org/10.1198/073500102288618487>
- Engle, R. F., & Sheppard, K. (2001). *Theoretical and empirical properties of dynamic conditional correlation MVGARCH*. NBER Working Paper Series No: 8554, University of California. <http://www.nber.org/papers/w8554>
- Guesmi, K., Kaabia, O., & Kazi, I. (2013). Does shift contagion exist between OECD stock markets during the financial crisis?. *The Journal of Applied Business Research*, 29(2), 469-484. <https://doi.org/10.19030/jabr.v29i2.7651>
- Hinojales, M., & Park, C. (2011). Stock market integration: Emerging East Asian's experience. *The dynamics of Asian financial integration*. (Ed: M. B. Devereux, P. R. Lane, C. Park, & S. Wei). Oxon: Routledge, 172-203. <https://www.adb.org/publications/dynamics-asian-financial-integration-facts-and-analytics>
- Hornig, W., & Chyan, J. (2009). A DCC analysis of two stock market returns volatility with an oil price factor: An evidence study of Singapore and Thailand's stock markets. *Journal of Convergence Information Technology*, 4(1), 63-69. <http://www.globalcis.org/jcit/ppl/jcit040110.pdf>
- Hwang, E., Min, H., Kim, B., & Kim, H. (2013). Determinants of stock market comovements among US and emerging economies during the US financial crisis. *Economic Modelling*, 35, 338-348. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.07.021>
- Kearney, C., & Poti, V. (2006). Correlation dynamics in European equity markets. *Research in International Business and Finance*, 20(3), 305-321. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2005.05.006>
- Lien, D., & Yang, L. (2009). Intraday return and volatility spill-over across international copper futures markets. *International Journal of Managerial Finance*, 5(1), 135-149. <https://doi.org/10.1108/17439130910932378>
- Min, H., & Hwang, Y. (2012). Dynamic correlation analysis of US financial crisis and contagion: evidence from four OECD countries. *Applied Financial Economics*, 22(24), 2063-2074. <https://doi.org/10.1080/09603107.2012.698161>
- Naoui, K., Khemiri, S., & Liouane, N. (2010). Crises and financial contagion: The Subprime Crisis. *Journal of Business Studies Quarterly*, 2(1), 15-28. http://jbsq.org/wp-content/uploads/2010/12/JBSQ_5B.pdf
- Sadorsky, P. (2012). Correlations and volatility spillovers between oil prices and the stock prices of clean energy and technology companies. *Energy Economics*, 34(1), 248-255. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2011.03.006>
- Savva, C. S., Osborn, D. R., & Gill, L. (2009). Spillovers and correlations between US and major European stock markets: the role of the euro. *Applied Financial Economics*, 19(19), 1595-1604. <https://doi.org/10.1080/09603100802599563>
- Syllignakis, M. N., & Kouretas, G. P. (2011). Dynamic correlation analysis of financial contagion: Evidence from the Central and Eastern European markets. *International Review of Economics and Finance*, 20(4), 717-732. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2011.01.006>
- Thao, T. P., Daly, K., & Ellis, C. (2013). Transmission of the Global Financial Crisis to the East Asian Equity Markets. *International Journal of Economics and Finance*, 5(5), 171-183. <https://doi.org/10.5539/ijef.v5n5p171>
- Wang, P., & Moore, T. (2012). The integration of the credit default swap markets during the US subprime crisis: Dynamic correlation analysis. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 22(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2011.07.001>
- Xiao, L., & Dhesi, G. (2010). Volatility spillover and time-varying conditional correlation between the European and US stock markets. *Global Economy and Finance Journal*, 3(2), 148-164. <http://www.gefjpapers.com/static/documents/September/2010/11.%20Xiaoling-FINAL.pdf>
-

- Yiu, M. S., Ho, W. A., & Choi, D. F. (2010). Dynamic correlation analysis of financial contagion in Asian markets in global financial turmoil. *Applied Financial Economics*, 20(4), 345-354. <https://doi.org/10.1080/09603100903494946>
- Yılmaz, M. K., Sensoy, A., Oztürk, K., & Hacıhasanoğlu, E. (2015). Cross-sectoral interactions in Islamic equity markets. *Pacific-Basin Finance Journal*, 32, 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2014.12.008>

Ek-1: Alt Sektör Endeks Getirileri Ng-Perron Birim Kök Testi Sonuçları

Tablo 1. Ng-Peron Birim Kök Testi Sonuçları

	Sabit				Sabit ve Trend			
	MZa	MZt	MSB	MPT	MZa	MZt	MSB	MPT
XGIDA ₁	-394.4*	-14.04*	0.036*	0.063*	-491.1*	-15.66*	0.032*	0.201*
XGIDA ₂	-22.67*	-3.357*	0.148*	1.114*	-78.83*	-6.236*	0.079*	1.335*
XGIDA ₃	-477.4*	-15.45*	0.032*	0.051*	-522.8*	-16.16*	0.031*	0.178*
XKAGT ₁	-184.8*	-9.612*	0.052*	0.134*	-358.3*	-13.37*	0.037*	0.279*
XKAGT ₂	-20.12*	-3.156*	0.157*	1.277*	-69.91*	-5.878*	0.084*	1.455*
XKAGT ₃	-417.0*	-14.44*	0.035*	0.060*	-627.2*	-17.69*	0.028*	0.167*
XKMYA ₁	-419.3*	-14.47*	0.035*	0.064*	-496.3*	-15.74*	0.032*	0.212*
XKMYA ₂	-14.02*	-2.616*	0.187**	1.873**	-52.64*	-5.105*	0.097*	1.857*
XKMYA ₃	-226.2*	-10.63*	0.047*	0.121*	-496.6*	-15.76*	0.032*	0.186*
XMANA ₁	-253.2*	-11.25*	0.044*	0.097*	-423.6*	-14.54*	0.034*	0.241*
XMANA ₂	-17.17*	-2.909*	0.169*	1.505*	-62.72*	-5.567*	0.089*	1.605*
XMANA ₃	-43.19*	-4.639*	0.107*	0.590*	-141.7*	-8.390*	0.059*	0.729*
XMESY ₁	-391.0*	-13.98*	0.036*	0.066*	-483.5*	-15.54*	0.032*	0.212*
XMESY ₂	-16.49*	-2.850*	0.173*	1.569*	-59.31*	-5.413*	0.091*	1.689*
XMESY ₃	-184.1*	-9.588*	0.052*	0.142*	-434.6*	-14.74*	0.034*	0.220*
XTAST ₁	-377.8*	-13.74*	0.036*	0.066*	-523.6*	-16.17*	0.031*	0.196*
XTAST ₂	-11.64**	-2.384**	0.205**	2.217**	-42.02*	-4.547*	0.108*	2.363*
XTAST ₃	-317.9*	-12.61*	0.040*	0.077*	-572.2*	-16.90*	0.030*	0.181*
XTEKS ₁	-286.5*	-11.97*	0.042*	0.086*	-443.3*	-14.88*	0.034*	0.225*
XTEKS ₂	-12.22**	-2.447**	0.200**	2.105**	-45.06*	-4.709*	0.104*	2.221*
XTEKS ₃	-258.1*	-11.36*	0.044*	0.099*	-499.8*	-15.80*	0.032*	0.191*
XELKT ₁	-276.1*	-11.75*	0.043*	0.089*	-384.4*	-13.86*	0.036*	0.242*
XELKT ₂	-19.99*	-3.136*	0.157*	1.319*	-73.22*	-6.029*	0.082*	1.340*
XELKT ₃	-189.8*	-9.741*	0.051*	0.130*	-419.4*	-14.47*	0.034*	0.247*
XILTM ₁	-	-	-	-	-	-	-	-
XILTM ₂	-28.61*	-3.759*	0.131*	0.930*	-102.6*	-7.146*	0.070*	0.951*
XILTM ₃	-523.7*	-16.17*	0.031*	0.058*	-604.6*	-17.38*	0.029*	0.155*
XSPOR ₁	-	-	-	-	-	-	-	-
XSPOR ₂	-280.5*	-11.83*	0.042*	0.107*	-438.3*	-14.80*	0.034*	0.209*
XSPOR ₃	-866.2*	-20.81*	0.024*	0.031*	-868.1*	-20.83*	0.024*	0.108*
XTCRT ₁	-115.1*	-7.582*	0.066*	0.219*	-284.3*	-11.91*	0.042*	0.354*
XTCRT ₂	-11.00**	-2.311**	0.210**	2.366**	-42.05*	-4.555*	0.108*	2.331*
XTCRT ₃	-262.0*	-11.42*	0.044*	0.124*	-467.6*	-15.29*	0.033*	0.197*
XTRZM ₁	-543.0*	-16.48*	0.030*	0.045*	-607.2*	-17.42*	0.029*	0.151*
XTRZM ₂	-32.23*	-4.005*	0.124*	0.790*	-110.5*	-7.400*	0.067*	0.941*
XTRZM ₃	-100.0*	-7.071*	0.071*	0.247*	-274.2*	-11.69*	0.043*	0.391*
XULAS ₁	-530.8*	-16.26*	0.031*	0.072*	-514.4*	-16.01*	0.031*	0.223*
XULAS ₂	-22.48*	-3.327*	0.148*	1.178*	-82.43*	-6.400*	0.078*	1.188*
XULAS ₃	-143.8*	-8.476*	0.059*	0.174*	-367.7*	-13.54*	0.037*	0.279*
XBANK ₁	-296.7*	-12.18*	0.041*	0.083*	-413.9*	-14.37*	0.035*	0.256*
XBANK ₂	-16.56*	-2.859*	0.173*	1.553*	-60.55*	-5.466*	0.090*	1.674*
XBANK ₃	-183.3*	-9.573*	0.052*	0.134*	-413.9*	-14.37*	0.035*	0.256*
XFINK ₁	-362.6*	-13.46*	0.037*	0.071*	-542.4*	-16.47*	0.030*	0.170*
XFINK ₂	-21.14*	-3.236*	0.153*	1.213*	-75.25*	-6.099*	0.081*	1.360*
XFINK ₃	-245.7*	-11.08*	0.045*	0.100*	-502.0*	-15.83*	0.032*	0.201*
XGMYO ₁	-	-	-	-	-	-	-	-
XGMYO ₂	-14.84*	-2.702*	0.182**	1.735*	-54.58*	-5.188*	0.095*	1.846*
XGMYO ₃	-118.1*	-7.681*	0.065*	0.213*	-316.5*	-12.57*	0.040*	0.323*
XHOLD ₁	-340.6*	-13.05*	0.038*	0.074*	-473.4*	-15.37*	0.032*	0.220*
XHOLD ₂	-16.42*	-2.845*	0.173*	1.570*	-59.68*	-5.428*	0.091*	1.691*
XHOLD ₃	-321.1*	-12.67*	0.039*	0.079*	-590.5*	-17.18*	0.029*	0.160*
XSGRT ₁	-298.4*	-12.21*	0.041*	0.084*	-421.0*	-14.49*	0.034*	0.246*
XSGRT ₂	-16.53*	-2.854*	0.173*	1.560*	-60.73*	-5.476*	0.090*	1.663*
XSGRT ₃	-369.9*	-13.60*	0.037*	0.067*	-598.7*	-17.29*	0.029*	0.174*

1, 2, 3 ilgili dönem için hesaplanan test istatistiklerini göstermektedir. *%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi

Ek-2: Alt Sektör Endeks Getirileri Sabit Koşullu Korelasyon Testi Sonuçları

Tablo 2. Sınai Alt Sektör Endeks Getirileri İçin Sabit Koşullu Korelasyon Testi Sonuçları

	1.Dönem		2.Dönem		3.Dönem
XGIDA_XKAGT	4.51	XGIDA_XKAGT	7.94	XGIDA_XKAGT	5.016
XGIDA_XKMYA	10.01	XGIDA_XKMYA	10.77***	XGIDA_XKMYA	6.128
XGIDA_XMANA	7.74	XGIDA_XMANA	8.620	XGIDA_XMANA	21.30**
XGIDA_XMESY	10.16	XGIDA_XMESY	9.060	XGIDA_XMESY	9.314
XGIDA_XTAST	8.44	XGIDA_XTAST	9.528	XGIDA_XTAST	10.34
XGIDA_XTEKS	13.51**	XGIDA_XTEKS	11.60***	XGIDA_XTEKS	11.51**
XKAGT_XKMYA	12.65**	XKAGT_XKMYA	14.25**	XKAGT_XKMYA	8.756
XKAGT_XMANA	25.89*	XKAGT_XMANA	17.11*	XKAGT_XMANA	9.369
XKAGT_XMESY	21.69*	XKAGT_XMESY	17.94*	XKAGT_XMESY	7.835
XKAGT_XTAST	19.18*	XKAGT_XTAST	9.156	XKAGT_XTAST	21.36*
XKAGT_XTEKS	14.83**	XKAGT_XTEKS	18.01*	XKAGT_XTEKS	19.75*
XKMYA_XMANA	37.46*	XKMYA_XMANA	38.38*	XKMYA_XMANA	19.51*
XKMYA_XMESY	65.51*	XKMYA_XMESY	25.624*	XKMYA_XMESY	11.44***
XKMYA_XTAST	64.12*	XKMYA_XTAST	17.48*	XKMYA_XTAST	8.778
XKMYA_XTEKS	35.30*	XKMYA_XTEKS	25.84*	XKMYA_XTEKS	33.89*
XMANA_XMESY	11.73***	XMANA_XMESY	43.24*	XMANA_XMESY	13.53**
XMANA_XTAST	39.30*	XMANA_XTAST	13.56**	XMANA_XTAST	21.00*
XMANA_XTEKS	38.35*	XMANA_XTEKS	18.25*	XMANA_XTEKS	11.88***
XMESY_XTAST	15.15**	XMESY_XTAST	24.21*	XMESY_XTAST	17.09*
XMESY_XTEKS	47.16*	XMESY_XTEKS	21.00***	XMESY_XTEKS	24.51*
XTAST_XTEKS	114.3*	XTAST_XTEKS	12.26***	XTAST_XTEKS	35.23*

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi

Tablo 3. Hizmetler Alt Sektör Endeks Getirileri İçin Sabit Koşullu Korelasyon Testi Sonuçları

	1.Dönem		2.Dönem		3.Dönem
XTCRT_XTRZM	31.830*	XELKT_XILTM	10.238	XELKT_XILTM	8.402
XTCRT_XULAS	7.359	XELKT_XTCRT	21.589*	XELKT_XSPOR	27.215*
XTRZM_XULAS	20.861*	XELKT_XTRZM	9.073	XELKT_XTCRT	15.930**
		XELKT_XULAS	21.268*	XELKT_XTRZM	15.458**
		XILTM_XTCRT	11.723***	XELKT_XULAS	16.780**
		XILTM_XTRZM	26.299*	XILTM_XSPOR	13.588**
		XILTM_XULAS	11.859***	XILTM_XTCRT	20.359*
		XTCRT_XTRZM	8.939	XILTM_XTRZM	18.910*
		XTCRT_XULAS	23.758*	XILTM_XULAS	28.083*
		XTRZM_XULAS	18.464*	XSPOR_XTCRT	5.566
				XSPOR_XTRZM	16.440**
				XSPOR_XULAS	16.167**
				XTCRT_XTRZM	11.801***
				XTCRT_XULAS	24.616*
				XTRZM_XULAS	23.304*

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi

Tablo 4. Mali Alt Sektör Endeks Getirileri İçin Sabit Koşullu Korelasyon Testi Sonuçları

	1.Dönem		2.Dönem		3.Dönem
XBANK_XFINK	66.340*	XBANK_XFINK	20.821*	XBANK_XFINK	25.595*
XBANK_XHOLD	33.826*	XBANK_XGMYO	20.269*	XBANK_XGMYO	8.591***
XBANK_XSGRT	46.138*	XBANK_XHOLD	13.528**	XBANK_XHOLD	1.753
XFINK_XHOLD	44.938*	XBANK_XSGRT	15.329**	XBANK_XSGRT	28.808*
XFINK_XSGRT	44.426*	XFINK_XGMYO	16.649**	XFINK_XGMYO	15.829**
XHOLD_XSGRT	37.977*	XFINK_XHOLD	20.731*	XFINK_XHOLD	7.523
		XFINK_XSGRT	23.857*	XFINK_XSGRT	26.265*
		XGMYO_XHOLD	23.456*	XGMYO_XHOLD	11.935***
		XGMYO_XSGRT	17.312*	XGMYO_XSGRT	33.917*
		XHOLD_XSGRT	8.321	XHOLD_XSGRT	24.944*

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi

Ek-3: Alt Sektör Endeks Getirileri DCC-GARCH(1,1) Modeli Sonuçları

Tablo 5. Sınai Alt Sektör Endeks Getirileri İçin DCC-GARCH(1,1) Modeli Sonuçları

	1. Dönem		2. Dönem		3. Dönem			
	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2		
XGIDA_XTEKS	0.100*	0.760*	XGIDA_XKMYA	0.018*	0.962*	XGIDA_XMANA	0.020	0.835*
XKAGT_XKMYA	0.030*	0.949*	XGIDA_XTEKS	0.016*	0.960*	XGIDA_XTEKS	0.036**	0.867*
XKAGT_XMANA	0.119*	0.751*	XKAGT_XKMYA	0.023*	0.959*	XKAGT_XTAST	0.065*	0.900*
XKAGT_XMESY	0.055*	0.890*	XKAGT_XMANA	0.032*	0.941*	XKAGT_XTEKS	0.058*	0.882*
XKAGT_XTAST	0.074*	0.894*	XKAGT_XMESY	-0.044	1.152	XKMYA_XMANA	0.044*	0.875*
XKAGT_XTEKS	0.084*	0.797*	XKAGT_XTEKS	0.042*	0.918*	XKMYA_XMESY	0.059*	0.842*
XKMYA_XMANA	0.075*	0.859*	XKMYA_XMANA	0.042*	0.940*	XKMYA_XTAST	0.016***	0.943*
XKMYA_XMESY	0.120*	0.772*	XKMYA_XMESY	0.036*	0.948*	XMANA_XMESY	0.061*	0.893*
XKMYA_XTAST	0.066*	0.907*	XKMYA_XTAST	0.035*	0.936*	XMANA_XTAST	0.058*	0.856*
XKMYA_XTEKS	0.096*	0.791*	XKMYA_XTEKS	0.016*	0.973*	XMANA_XTEKS	0.058**	0.842*
XMANA_XMESY	0.072*	0.837*	XMANA_XMESY	0.034*	0.953*	XMESY_XTAST	0.069*	0.867*
XMANA_XTAST	0.109*	0.792*	XMANA_XTAST	0.036*	0.940*	XMESY_XTEKS	0.046*	0.889*
XMANA_XTEKS	0.109*	0.761*	XMANA_XTEKS	0.027*	0.955*	XTAST_XTEKS	0.115*	0.784*
XMESY_XTAST	0.101*	0.833*	XMESY_XTAST	0.042*	0.912*			
XMESY_XTEKS	0.075*	0.860*	XMESY_XTEKS	0.017*	0.963*			
XTAST_XTEKS	0.132*	0.793*	XTAST_XTEKS	0.048*	0.900*			

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi. Θ_1 ARCH parametresini, Θ_2 GARCH parametresini göstermektedir.

Tablo 6. Hizmet Alt Sektör Endeks Getirileri İçin DCC-GARCH(1,1) Modeli Sonuçları

	1. Dönem		2. Dönem		3. Dönem			
	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2		
XTCRT_XTRZM	0.048*	0.906*	XELKT_XTCRT	0.006**	0.992*	XELKT_XSPOR	0.026**	0.920*
XTRZM_XULAS	0.092*	0.749*	XELKT_XULAS	0.012**	0.977*	XELKT_XTCRT	0.014*	0.971*
			XILTM_XTCRT	0.046*	0.819*	XELKT_XTRZM	0.046**	0.901*
			XILTM_XTRZM	0.076*	0.722*	XELKT_XULAS	0.020**	0.961*
			XILTM_XULAS	0.018**	0.923*	XILTM_XSPOR	0.013	0.963*
			XTCRT_XULAS	0.030*	0.932*	XILTM_XTCRT	0.036*	0.920*
			XTRZM_XULAS	0.042*	0.810*	XILTM_XTRZM	0.048*	0.858*
					XILTM_XULAS	0.019*	0.972*	
					XSPOR_XTRZM	0.031**	0.854*	
					XSPOR_XULAS	0.034**	0.818*	
					XTCRT_XTRZM	0.062*	0.821*	
					XTCRT_XULAS	0.052*	0.784*	
					XTRZM_XULAS	0.061*	0.873*	

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi. Θ_1 ARCH parametresini, Θ_2 GARCH parametresini göstermektedir.

Tablo 7. Mali Alt Sektör Endeks Getirileri İçin DCC-GARCH(1,1) Modeli Sonuçları

	1. Dönem		2. Dönem		3. Dönem			
	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2	Θ_1	Θ_2		
XBANK_XFINK	0.045*	0.918*	XBANK_XFINK	0.039*	0.879*	XBANK_XFINK	0.065*	0.823*
XBANK_XHOLD	0.049*	0.927*	XBANK_XGMYO	0.034*	0.936*	XBANK_XGMYO	0.024*	0.961*
XBANK_XSGRT	0.042**	0.921*	XBANK_XHOLD	0.041*	0.924*	XBANK_XSGRT	0.053*	0.882*
XFINK_XHOLD	0.053*	0.899*	XBANK_XSGRT	0.032*	0.929*	XFINK_XGMYO	0.074*	0.809*
XFINK_XSGRT	0.029**	0.941*	XFINK_XGMYO	0.060*	0.773*	XFINK_XSGRT	0.070*	0.878*
XHOLD_XSGRT	0.045*	0.940*	XFINK_XHOLD	0.040*	0.838*	XGMYO_XHOLD	0.025*	0.956*
			XFINK_XSGRT	0.052*	0.790*	XGMYO_XSGRT	0.048*	0.880*
			XGMYO_XHOLD	0.033*	0.940*	XHOLD_XSGRT	0.032*	0.916*
			XGMYO_XSGRT	0.029*	0.949*			

*%1 **%5 ***%10 anlam düzeyi. Θ_1 ARCH parametresini, Θ_2 GARCH parametresini göstermektedir.

Citation: Ertosun, O. G. & Erdil, O. & Alpkan, L. (2018). Pozitif Psikolojik Sermaye Ve Çalışan Adanmışlığı İlişkisi – Deneysel Bir Çalışma, BMIJ, (2018), 6(4): 1033-1052
doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.295>

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE VE ÇALIŞAN ADANMIŞLIĞI İLİŞKİSİ – DENEYSEL BİR ÇALIŞMA

Öznur GÜLEN ERTOSUN¹

Oya ERDİL²

Lütfihak ALPKAN³

Received Date (Başvuru Tarihi): 04/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 25/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Pozitif psikolojik sermaye, son yıllarda en çok çalışılan örgütsel davranış kavramlarından birisidir. Pozitif psikolojik sermayenin kısa müdahaleler ile geliştirilebilir olmasına yönelik bulgular alan yazında yeni araştırmalara yön vermiştir. Bu çalışma pozitif psikolojik sermaye seviyesine yapılan kısa müdahalelerin çalışanların pozitif psikolojik sermaye seviyesinin yanı sıra hem işe hem de kuruma adanmışlık seviyesine de etki edip etmeyeceğini test etmek amacıyla tasarlanmıştır. Luthans ve çalışma arkadaşlarının (2006, 2008 ve 2010) yönergesinden yola çıkarak hazırlanmış olan pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi Solomon dört gruplu deney tasarımı ile uygulanmıştır. Eğitim uygulaması çeşitli sektörlerden lisansüstü eğitim alan gönüllü 110 çalışanın katılımıyla 7 oturumda gerçekleştirilmiştir. Eğitim uygulaması çalışanların pozitif psikolojik sermaye seviyelerinde yaklaşık %5 oranında bir artışa yol açmıştır, ancak çalışanların işe adanmışlık ve kuruma adanmışlık seviyelerinde anlamlı bir değişim gerçekleşmemiştir. Bulgular eğitimin etkinliğini göstermekle beraber, pozitif örgütsel sonuçlar üzerinde etkisinin farklı değişkenler ve yöntemler ile araştırılması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pozitif Psikolojik Sermaye, Eğitim, Solomon Dört Gruplu Deney Tasarımı, İşe Adanmışlık, Kuruma Adanmışlık

JEL Kodları: D23, C93, M19

POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND EMPLOYEE ENGAGEMENT RELATIONSHIP- AN EXPERIMENTAL STUDY

ABSTRACT

Positive psychological capital has been one of the most studied organizational behavior concepts in recent years. Findings of positive psychological capital have proved that the subject needs to be developed with micro interventions, and thus, have led to new researches in the literature. This study was designed to test whether the micro interventions to the positive psychological capital level will affect the level of positive psychological capital of the employees, as well as the level of engagement to both the job and to organization. Positive psychological capital development training, based on the direction of Luthans and his coworkers (2006, 2008 ve 2010) were implemented by Solomon four group experimental design. The training was carried out in 7 sessions with the participation of 110 volunteers from various sectors. The training program led to a 5% increase in positive psychological capital levels of employees but no significant change was observed in the engagement to job and to organization of the employees. The findings indicate the effectiveness of training program, but it also draws attention to the fact that positive organizational results should be investigated via different variables and methods.

Keywords: Positive Psychological Capital, Training, Solomon Four Groups Design, Experimental Design, Job Engagement, Organization Engagement

JEL Codes: D23, C93, M19

¹Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, ogertosun@medipol.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9339-2610>

²Prof. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, erdil@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3793-001X>

³Prof. Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, alpkan@itu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7925-7102>

1. GİRİŞ

1990'lı yıllarda popüler hale gelen pozitif psikoloji akımının misyonu; bireylerin, toplulukların ve toplumların gelişmesine izin veren faktörlerin anlaşılmasını ve geliştirilmesini sağlamaktır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Pozitif psikolojinin (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000) yansıması olarak pozitif örgütsel psikoloji (Turner vd., 2002), pozitif örgüt okulu (Cameron vd., 2003) ve pozitif örgütsel davranış (Luthans, 2002) yaklaşımları örgütsel davranış literatüründe yaygın bir şekilde yer bulmuştur.

Bu yaklaşımı takip eden ve bireysel pozitif kapasiteleri geliştirmeye yönelik yapılan ampirik çalışmalarda umut (Bryant ve Veroff, 2006), öz-etkinlik (MacLeod vd., 2008), duygusal dayanıklılık ve iyimserlik (Albrecht, 2010) kapasitelerinin davranışsal, bilişsel veya iradi müdahalelerle geliştirilebileceği yönünde bulgular mevcuttur. Diğer taraftan pozitif örgütsel davranışa bütünsel bir anlayış getiren Luthans ve çalışma arkadaşlarının 2002 yılında başlayan çalışmaları ile bireylerin umut, iyimserlik, öz -etkinlik ve duygusal dayanıklılık sahibi olması bireyin pozitif psikolojik sermayesi (PPS) olarak tanımlanmıştır. Ayrıca pozitif karakteristiklerin bir bütün olarak sinerjik etkiye sahip olduğu ve geliştirilebildiği ilgili çalışmalarda desteklenmiştir (Örn. Luthans, 2002; Luthans vd. 2006; Luthans vd. 2008; Luthans vd. 2010). Bu çalışmalar pozitif örgütsel davranışa yeni bir anlam kazandırmıştır. Dolayısıyla, örgütlerde eksik olanı düzeltmenin ötesinde var olanı geliştirmeye yönelik müdahalelere odaklanılmaya başlanmıştır. Ampirik çalışmalarda da pozitif kapasitelerin geliştirilmesinin çalışan adanmışlığı, takım ruhunun geliştirilmesi (Bakker vd. 2008), iş tatmini (Viswesvaran vd. 1999), mutluluk (Emmons ve McCullough, 2003) ve performans (Luthans vd. 2010) gibi çıktılarda artışa yol açtığı görülmektedir.

Pozitif psikolojik sermaye (PPS)'nin pozitif örgütsel davranışın yazınında diğer pozitif akımlara kıyasla oldukça popüler olmasının bir diğer sebebi ise gelişime açık olmasıdır. (PPS)'nin geliştirilmesine yönelik olarak Luthans ve diğerlerinin öncülüğünde başlayan çalışmaların bulguları kısa müdahaleler ve web tasarımı uygulamalarda da sonuç vermiştir (Luthans vd. 2006, 2008). Hatta bunu bir adım öteye götürecek şekilde yapılan müdahalelerin çalışanların bireysel performansına ve dolayısıyla örgütsel performansa katkıları ilgili çalışmada ifade edilmiştir (Luthans vd., 2010). Bu sayede PPS geliştirmeye yönelik eğitim müdahalelerinin PPS seviyesinin yanı sıra bireysel ve örgütsel sonuçlar üzerinde de etkili olabileceğine dair anlamlı bulgulara rastlanmıştır.

Bahsi geçen çalışmalar, PPS eğitiminin yanı sıra farklı müdahalelerin PPS seviyesindeki artışa etkisini test etmeye yönelik çalışmaları teşvik etmiştir. Örneğin, işe adanmışlık eğitimlerinin genel olarak umut, iyimserlik, öz -etkinlik ve duygusal dayanıklılık kapasitelerini artırdığı (Albrecht, 2010); liderlik geliştirme programı, yönetim akademisi ve kişisel mentörlük gibi profesyonel gelişim programlarının ise PPS ve otantik liderlik arasında moderatör etkisi olabileceği ifade edilmiştir (Owens, 2017).

Öte yandan, çalışan adanmışlığı ile PPS arasındaki ilişkiye dikkat çeken çalışmalar yaygınlaşmaya başlamıştır (Sweetman, & Luthans, 2010). Kavramsal ve ampirik çalışmalar PPS'nin çalışan adanmışlığı üzerindeki etkisini farklı bulgularla desteklemektedir. Bu iki kavram arasında güçlü bir neden-sonuç ilişkisinden bahseden çalışmaların yanı sıra örgütsel sonuçlar açısından adanmışlığın aracı rolü ile ilgili bulgular da literatürde yer bulmuştur. Ayrıca PPS seviyesine meydana gelecek artışın aynı şekilde adanmışlık seviyesinde paralel bir artışa yol açabileceğine dair somut bulgular yeni çalışmalarla desteklenmiştir (Alessandri vd., 2018, Thompson vd., 2015; Paek vd., 2015; Siu vd., 2014; Simons & Buitendach, 2013; De Waal & Pienaar, 2013; Sweetman, & Luthans, 2010; Avey vd., 2008).

Alan yazındaki çalışmalardan hareketle; PPS kapasitelerindeki artışın iş yaşamalarında karşılaştıkları durumları yorumlama ve problemlere yaklaşım biçimlerini olumlu etkileyerek çalışanların yapmakta oldukları işe ve çalıştıkları kuruma bakış açılarını da pozitif yönde etkileyebileceği, dolayısıyla çalışanların işe ve kuruma adanmışlık seviyelerinin de PPS seviyesindeki artıştan etkilenebileceği öngörülmektedir. Kısaca bu çalışmanın amacı “pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi ile çalışanların pozitif kapasitelerini ve adanmışlık seviyelerini artırıp artıramayacağına” yönelik bulgular elde etmektir. Bu amaçtan yola çıkarak ve Luthans ve çalışma arkadaşlarının (2006, 2008, 2010) yönergesine dayalı olarak hazırlanan eğitimde içerik olarak çalışanların PPS kapasitelerini geliştirmeye odaklanılmıştır. Katılımcıların hem PPS seviyelerinde hem de işe ve kuruma adanmışlık seviyelerinde bir değişime yol açıp açmadığını test etmek üzere yüksek kontrollü deneysel bir çalışma modeli olan Solomon deney tasarımından faydalanılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Pozitif Psikolojik Sermaye

Pozitif Psikolojik Sermaye (PPS) yaklaşımı 2002 yılında Luthans'ın insan kaynaklarının performansını artırmak için ölçülebilir, geliştirilebilir, etkin bir şekilde

yönetilebilen güçlü yönleri ve pozitif kapasiteleri, dolayısıyla ‘pozitif örgütsel davranış’ı tanımlaması ile başlamıştır.

Pozitif psikolojik sermaye “bir bireyin (1) kendini zorlayan görevleri başarmada gerekli çabayı sarf edebilmesi için güven (öz -etkinlik) sahibi olması, (2) bugün ve gelecekte başarmaya yönelik (iyimser) bir bakış açısına sahip olması, (3) amaçlara yönelik olarak azimle hareket edebilmek ve gerektiğinde hedefleri başarmaya yönelik olarak yeni yollar bulma gayreti (umut) ve bunların yanı sıra, (4) problemlerle ve sıkıntılarla karşılaşıldığında başarıya ulaşmak için mücadele etme ve direnme (dayanıklılık gösterme)” davranışlarının tümünü kapsamaktadır (Luthans vd., 2007, akt. Ertosun, 2016).

PPS’yi oluşturan kavramlar arasındaki ilişkiler ilgili literatürde öncü araştırmacılar tarafından da ifade edilmiştir. İyimserlik ve öz etkinliğin kavramsal olarak umut kapasitesi ile ilişkili olduğu (Snyder vd., 1991); ayrıca iyimserliğin pozitif duyguların süresini ve yoğunluğunu arttırdığı, bu sayede yetenek ve güçlü yönlerin daha etkili bir biçimde kullanılmasını sağlayarak kişilerin yapabileceklerinin üstünde cesaret ve gayret sahibi olmalarını sağladığı (Seligman; 2011) tespit edilmiştir. Buna ilaveten, yüksek öz etkinliği olanlar performansını destekleyecek başarı senaryoları hayal eden; düşük öz etkinliği olanlar ise her şeyin ters gideceğine inandıkları olumsuz senaryolar ile işleri başarılması zor hale getiren bireyler olarak tanımlanırlar (Bandura, 1993). PPS bileşenlerinden duygusal dayanıklılık ise önemli zorluk ve risklere karşı pozitif adaptasyon modelleri ile karakterize edilen davranışlar sınıfı olarak ifade edilmektedir (Masten ve Reed, 2002). Reivich ve diğerlerine göre (2005) öz -etkinlik ve gerçekçi bir iyimserlik duygusal dayanıklılığı artırmak için önemli olan yedi anahtar özellik arasında yer almaktadır. Bu çalışmalar da PPS bileşenleri olarak tanımlanan durum tipi karakteristiklerin arasında geçişken bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle umut, öz etkinlik, duygusal dayanıklılık ve iyimserlik kapasitelerinin herhangi birinde ortaya çıkan bir değişiklik, diğer pozitif bileşende de değişikliğe yol açmaktadır.

Yapılan çalışmalarda PPS’nin yüksek olmasının; çalışanların algılanan performans, işten ayrılma niyeti, iş yaşamında mutluluk, esenlik düzeyi, zihinsel sağlık (Paterson vd., 2014; Choi, & Lee, 2014; Avey vd., 2009; Culbertson vd. 2010; Estiri vd., 2016) gibi bireysel çıktılar üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlara ilaveten PPS, örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile pozitif (Norman vd. 2010; Lifeng, 2007) sinizm, sapma ve üretkenlik karşıtı davranışlar (Luthans, Avey & Wersning, 2008; Avey vd., 2010) ile negatif ilişkili

bulunmuştur. Bu sebeplerle araştırmacıların olduğu kadar, yöneticilerin de ilgisini çeken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2 Çalışan Adanmışlığı

Çalışan adanmışlığı kavramsal açıdan hemfikir olunan bir yapıya sahip değildir; literatürde sıklıkla örgütsel bağlılık, mesleki başlılık, iş tatmini, iş koliklik, ekstra rol davranışı gibi benzer kavramlar ile kıyaslanmıştır (Maslach vd. 2001; Schaufeli vd. 2008). Uluslararası yazında işe adanmışlık, çalışmaya adanmışlık, kuruma adanmışlık gibi farklı şekillerde ifade edilmekte, farklı boyutlar ile tanımlanmaktadır (Kahn 1990; Schaufeli vd. 2002). Hatta bazı araştırmacılar aynı kavramların farklı isimlerle tekrarlandığını dahi ifade etmiştir (Macey ve Schneider, 2008).

Türkçe yazında da ifade ediliş biçimi açısından henüz bir fikir birliği yoktur. İşe cezbolma, çalışmaya tutkunluk, işe gönülden adanma (Bal, 2009; Esen, 2011; Turgut 2011) gibi kavramlarla ifade edildiği Türkçe çalışmalara rastlanmaktadır. Ancak literatürü incelediğimizde en sık kullanılan ifadenin “adanmışlık” olduğunu görüyoruz. Google akademik üzerinden yapılan taramada diğer Türkçe ifadelerin kullanımı oldukça sınırlı sonuçlar verirken, “çalışan adanmışlığı” araması 1.605 sonuç vermektedir (02.07.2018), Bu sebeple bu çalışmada kavram çalışan adanmışlığı olarak ifade edilecektir.

Çalışan adanmışlığı benzerlerinden ayırtılırken Maslach ve çalışma arkadaşları (2001) tükenmişlik kavramının tersi olduğunu ifade etmektedir. Kahn (1990) ise ilgili çalışmasında davranışsal bir yaklaşım ile bu kavramı ele almış ve çalışan adanmışlığının fiziksel, duygusal ve bilişsel süreçleri olduğunu ifade etmektedir. Yine çok boyutlu bir yaklaşım benimseyen Schaufeli ve diğerleri (2002) adanmışlığı dinçlik, fedakârlık ve yoğunlaşma boyutları ile tanımlamışlardır. Buna ilaveten, anlık bir durumdan ziyade süregelen zihinsel bir durum olduğunu diğer bir ifadeyle tek bir durum, kişi ya da olaydan çok genel bir tutumu temsil ettiğini belirtmişlerdir (Guest, 2014). Birçok çalışma çalışan adanmışlığını bu boyutlardan hareketle incelemiştir (örn. Alessandri vd., 2018; Lyndon vd., 2018; Salanova & Peiró, 2005).

Saks (2006), diğerlerinden farklı olarak adanmışlığı kaynaklarına göre işe ve kuruma adanmışlık olarak tanımlamıştır. İşe adanmışlık çalışanların psikolojik olarak işteki rolünde var olması iken; kuruma adanmışlık çalıştığı kurumun bir üyesi olarak var olmasını ifade etmektedir. Saks'ın (2006: 613) da çalışmasında ampirik olarak test ettiği üzere, işin karakteristikleri ile işe adanmışlık; prosedürel adalet ile kuruma adanmışlık arasında anlamlı bir korelasyon vardır. Dolayısıyla her ikisi de farklı öncüllere sahiptir ve farklı sonuçları vardır.

Bu çalışma kapsamında çalışan adanmışlığı Saks'ın (2006) tanımladığı şekilde işe ve kuruma adanmışlık olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır.

Geçmişte yapılan çalışmalar incelendiğinde umut, iyimserlik (Sweetman ve Luthans, 2010), öz- etkinlik (Maslach ve Leither, 1997), duygusal dayanıklılık (Sonnetag, 2003) değişkenlerinin ayrı ayrı çalışan adanmışlığını olumlu yönde etkilediğine dair bulgular mevcuttur. İşe adanmışlık iyimserliği (Bakker ve Demerouti, 2008), öz- etkinlik, iyimserlik, güven ve öz saygı da işe adanmayı olumlu etkilemektedir (Salanova vd., 2010). İşe adanmışlığı yüksek olanlar pozitif kapasiteleri yüksek çalışanlar olarak tanımlanmıştır (Sonnetag, 2011).

Bütünsel açıdan bakıldığında ise PPS ve adanmışlık kavramlarının birbiri ile etkileşim halinde olduğu yakın zamanlarda yapılan çalışmalarda desteklenmektedir. (Örn. Bonner, 2016; Sihag ve Sarikwal, 2014; Simbula vd., 2011; de Waal & Pienaar, 2013; Sweetman, & Luthans, 2010). Buna ilaveten, iş kaynaklarından tatmin olmak ile PPS ve işe adanmışlık arasında pozitif bir ilişki, tükenmişlik ile negatif ilişki vardır (Kotze, 2018). Sonuç olarak çalışan adanmışlığının bireysel ve örgütsel açıdan olumlu sonuçları etkilemekte olduğu (Saks, 2006; Shimazu vd., 2010) ve çalışan adanmışlığının artırılması gerektiği araştırmacılar tarafından sıklıkla ifade edilmektedir (Llorens vd., 2007; Albrecht, 2010).

Ancak PPS ve çalışan adanmışlığı ile ilgili çalışmalar değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ile ilgili farklı görüşlere sahiptir. Luthans ve diğerlerine göre PPS, bir şirkette çalışanın olumlu duygu artışıyla güçlü bir ilişki içerisindedir, dolayısıyla işe adanmışlık ve örgütsel vatandaşlığı arttırabilir (Luthans, Avey & Wersning, 2008). JD-R modeline göre, daha yüksek bir PPS seviyesi olan bireyler, daha olumlu bir özsaygıya sahip olarak, daha yüksek hedeflerle odaklanır, dolayısıyla hedefe ulaşmak için daha yüksek bir içsel motivasyona sahip olurlar (Alessandri vd., 2018). Bu da işe yönelik davranışlarını olumlu etkileyerek adanmışlık düzeylerinin artmasına sebep olabilir. Luthans ve diğerleri (2016) gerçekleştirdikleri uzun dönemli bir çalışmada akademik PPS seviyelerindeki değişim ile öğrenci adanmışlığı arasındaki ilişkiyi test etmek üzere yaptıkları çalışmalarında anlamlı sonuçlar elde etmişlerdir.

Bir başka görüşe göre ise işe adanmışlık PPS'nin bir öncüsü olarak kavramsallaştırılabilir; çünkü çalışanlar işleriyle enerjik ve etkili bir ilişki duygusuna sahip olurlar ve işin taleplerini yönetebildiklerini ve bu sayede daha yüksek bir PPS seviyesine ulaştıklarını fark ederler. Buna göre çalışan adanmışlığı örgütlerde olumlu süreçler geliştirebildiğinden, gelecekteki pozitif örgütsel davranış araştırmaları için umut verici yeni bir yol olduğu belirtilmektedir (Lockwood, 2007; Macey & Schneider, 2008). Buna ilaveten, işe

yönelik rolleri enerji verici ve anlamlı algılandığı hallerde çalışanların güven, umut, iyimserlik ve esneklik düzeyleri artabilir. Görev ve sorumluluklarına adanmış çalışanlar, güven, umut, iyimserlik ve esneklik açısından daha olumlu bir bakış açısı ifade etme eğiliminde olacaktır (Srivastava & Maurya, 2017).

Stajkovic (2006) adanmışlığın işe yönelik motivasyonu artırmak başarmaya yönelik güven inşa etmek bakımından iş performansını olumlu etkilediğini dile getirmiştir. Yapılan işin zorluğu gösterilen performans ile tatmin olma derecesini artırır, mücadele etmesi sayesinde öz etkinliğin, iyimserliğin ve öz güvenin de olumlu yönde etkilendiğini ifade etmiştir (Gibson & Hicks, 2018).

Pozitif olmaya yönelik stratejilerin adanmışlığa etkisi iki şekilde gerçekleşir. Bu stratejiler direkt olarak işe adanmışlığımızı artırmanın yanı sıra pozitif davranışlarımız karşısında diğerlerinden pozitif reaksiyonlar almamıza sebep olurken (Salanova vd., 2010) bu pozitif davranışlar sayesinde oluşan sosyal iklim de katalizör etkisi yaparak çalışanların adanmışlığını besler (Albrecht, 2010; Walumbwa vd., 2011). Dolayısıyla bu etki karşılıklıdır.

2.3. Pozitif Psikolojik Sermaye Geliştirme Eğitimi

PPS bileşenlerinin geliştirilebilir olması ile ilgili literatürde çok sayıda ampirik bulgu vardır. Seligman (1998)'ın ABCDE yöntemi, kişilerin iç diyaloglarını iyimser bir yönde değiştirmenin mümkün olduğu göstermiştir. Aynı şekilde, duygusal dayanıklılık güçlü yönler ve risk faktörlerine odaklanan stratejiler ile geliştirilebilir (Masten, 2001). Snyder'ın (2000) hedef odaklı yaklaşımı umut kapasitesini geliştirmekte; Bandura (1997) tarafından ifade edildiği gibi öz -etkinlik bir işi başarı ile tamamlamış olmak, gözlem ile öğrenme, sosyal ikna ile geliştirilebilen pozitif bir kapasitedir (Carver ve Scheier, 2002: 240).

Luthans ve çalışma arkadaşları 2006, 2008 ve 2010 yıllarında yayınladıkları çalışmalarında yer verdikleri yönergelerinden yola çıkarak hazırlanan eğitim öncelikle PPS'nin kavramsal olarak ifade edilmesi ve gerçek yaşamdan örnek olaylarla desteklenmesi suretiyle katılımcıların zihninde somutlaştırılması ile başlar. Bu aşamada “modelleme” den faydalanılmış olur.

Sonraki aşamada ise hedeflerin belirlenmesi ve somutlaştırılması için eğitmenin katılımcıları desteklemesi ve sürece dahil etmesi ile devam edilir. Bu sayede içe dönüşleri de sağlanmış olur. Kendileri hakkında düşünmeye başladıklarında, hayal ettiklerinde umut ve iyimserlik kapasitelerini de harekete geçirmeye başlamış olurlar. Bu aşamada katılımcılar daha aktif bir rol almaya başlarlar.

Hedefe ulaşmaya engel olabilecek durumlar hakkında düşünme, fikir paylaşma, riskler ve alternatifleri belirleme çalışmaları ile sosyal ikna ve başarıma duygusu oluşturularak umut, öz -etkinlik ve bu kapasitelerin geliştirilmesi aracılığıyla iyimserlik kapasitesini artırmak amaçlanmıştır. Bu aşamada katılımcıların artık sosyal figürler olarak birbirini desteklediği etkileşim atmosferi sağlanmış olur.

Duygusal dayanıklılık kapasitesinin geliştirilmesine yönelik faaliyetlere ise bu aşamada odaklanılmıştır. Öz yansıtma çalışmaları ile geçmişe yönelik tecrübelerin paylaşılması, yeniden yorumlanması gibi süreçler ile problem çözme ve çatışma yönetimi ile ilgili öğrenmeleri artırılmaya çalışılır. Hem duygusal dayanıklılık hem iyimserlik kapasitesi bu aşamada geliştirilmiş olur.

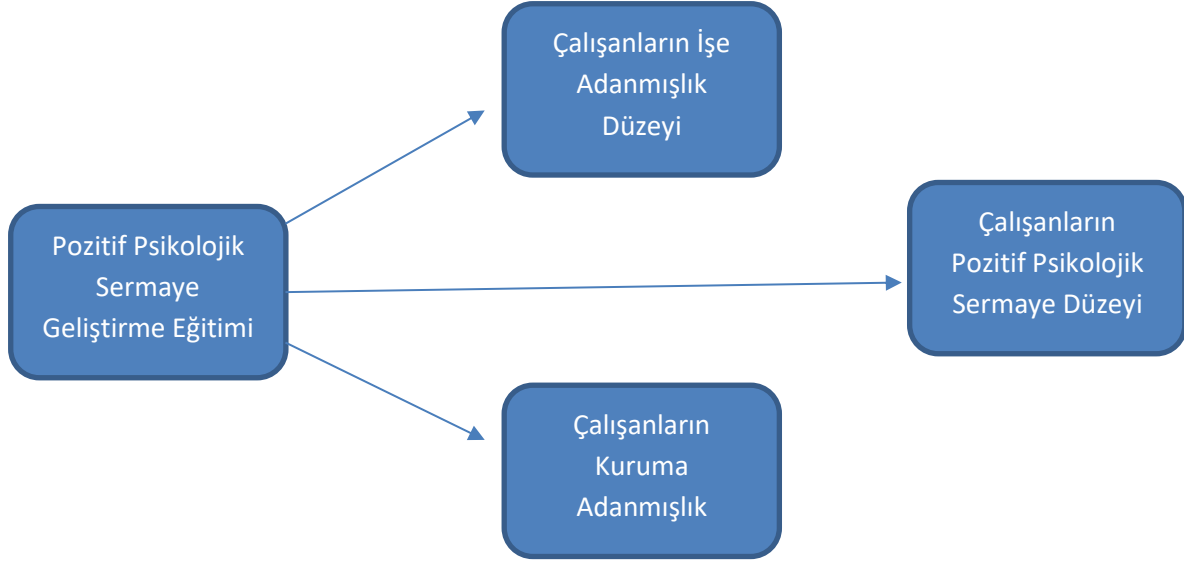
Eğitimin son aşamasında kazanımların uygulanabilir ve kalıcı hale getirilmesine yönelik faaliyetlere yer verilmiştir. Bu sayede iş yaşamlarına yansıtılabilmeleri hedeflenmiştir.

Eğitim müdahalesinin çalışanlar üzerindeki etkilerini test etmek amacıyla ilgili literatürde yer alan bulgulardan yola çıkarak bu çalışma kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların işe adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₃: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların kuruma adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.



Şekil 1: Kavramsal Model

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Veri Toplama Araçları

Çalışanların PPS algılarını ölçmek için Luthans, Youssef ve Avolio (2007) tarafından geliştirilen PPS ölçeğinin kısa versiyonu olan 4 boyutu 6 madde ile ölçen 24 maddelik versiyonu tercih edilmiştir. Geçmiş ampirik çalışmalarda geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu istatistiksel olarak desteklenmiştir (Luthans vd., 2006; 2008; 2010).

Saks'ın (2006) çalışmasında geliştirdiği ölçekte ilgili çalışmada 6 madde ile oluşturulan işe adanmışlık 5 madde ile temsil edilirken bu çalışma kapsamında 6 maddeye de analiz kapsamında yer verilmiştir. Kuruma adanmışlık boyutu ise orijinal çalışmada olduğu gibi 6 madde ile temsil edilmiştir. Çalışan adanmışlığı toplam 12 madde ile ifade edilmiştir. Ölçek diğer çalışmalarda da geçerli ve güvenilir katsayılara sahiptir (Örn. Gupta & Kumar, 2012; Albdour & Altarawneh, 2014).

3.2. Örneklem ve Veri Toplama Prosedürü

Eğitim uygulamasının diğer çalışanlar ve örgütsel performansa katkı sağlamada kritik role sahip olduğu düşünülen beyaz yakalı çalışanlarla gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Tüm katılımcıların benzer PPS seviyelerine sahip olmalarını sağlamak için eğitim seviyelerinin sabit tutulmasına karar verilmiş ve İstanbul'un çeşitli devlet ve vakıf üniversitelerinde işletme alanında tezsiz yüksek lisans eğitimi alan çalışan kesim ile örneklem kitlesi sınırlandırılmıştır.

Toplam 5 Üniversite’de 7 ayrı oturumda gerçekleştirilmiş olan müdahale ortalama 2 saat sürmüştür. 110 çalışanın katılımı sağlanmıştır. Eğitimin kontrol grupları da yine aynı sınıflarda eğitim alan diğer katılımcılar ile gerçekleştirilmiş olup, kontrol ve deney gruplarının homojenliği sağlanmıştır.

Eğitim uygulamasına tabi olacak katılımcılara (deney grubu) “kariyer yönetimi” konusunda eğitim verileceği söylenmiş “singleblind- tek taraflı kör” çalışma yöntemi tercih edilmiştir. Tüm katılımcılar aynı kişi tarafından eğitime tabi tutulmuşlardır. Zaman yanlılığından kaçınmak için tüm eğitim oturumları yakın tarihlerde düzenlemiş, ön test anketleri eğitimden ortalama 1 hafta önce, son test anketleri ise ortalama 10 gün sonra uygulanmıştır.

Çalışmada PPS eğitiminin etkinliğini test etmek için 4 gruplu deney tasarımı olan Solomon deney tasarımı uygulanmıştır. Bu deney tasarımının tercih edilmesinin temel nedeni diğer deneysel yöntemlerle kontrol edilmesi mümkün olmayan yanlılık hatalarının hem ön test hem kontrol gruplarını içermesi sebebiyle kontrol altına alınabilmesidir.

Solomon deney gruplarının analiz yöntemi hakkında araştırmacıların ortak bir görüşü mevcut olmamakla birlikte daha önceki araştırmacıların da tercih ettiği eşlenmiş gruplar T testi kullanılmıştır (Cortese, 2007; McGahee ve Tingen 2000).

Bunun yanı sıra PPS ve çalışan adanmışlığı ölçeklerinin güvenilirliğini ölçmek için cronbach alfa katsayıları hesaplanmış, çalışan adanmışlığı ölçeğinin ön test ve son test grubunda geçerlilikleri ise varimax rotasyonlu faktör analizi ile test edilmiştir. Bulgular kısmında ilgili katsayılar yorumlanmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Aşağıda yer alan tabloda çalışmada yer alan grupların demografik özelliklerine yer verilmiştir. Çalışma kapsamında E ismi ile tanımlanan gruplar eğitime tabi tutulmuş yani deney grupları iken; C ismi ile tanımlanan gruplar ise kontrol gruplarıdır, yani herhangi bir eğitim uygulamasına tabi tutulmamışlardır. Her grup için katılımcı sayısı eşit alınmasına özen gösterilmiştir. Tablo 1’de de görüleceği üzere 4 grupta da katılımcıların çoğu 25- 40 yaş aralığında yer almaktadır. Erkeklerin oranı ise nispeten fazladır. Katılımcıların medeni durumları ise heterojendir. Ancak genel olarak her grubun katılımcısının yaklaşık benzer bir profili temsil ettiğini söylemek mümkündür.

Aşağıda tanımlanan gruplardan E1 grubuna ön test ve son test uygulamasında hem PPS hem de çalışan adanmışlığı sorularını cevaplandırmışlardır. Müdahalenin amacına yönelik olarak oluşturulan diğer gruplar ise sadece PPS sorularını cevaplandırmışlardır.

PPS çalışma kapsamında bütünsel olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla umut, öz -etkinlik, duygusal dayanıklılık ve iyimserlik boyutlarındaki müdahaleye bağlı artış ayrı ayrı gözlemlenmemiş, çalışanların toplu olarak PPS seviyelerindeki değişim incelenmiştir.

Tablo 1: Frekans ve Ortalama Değerleri

Kriter	Gruplar	E1	C1	E2	C2
	Boyutlar	Q1	Q3	Q5	Q6
Yaş Aralığı	24 ve altı (%)	8,7	-	14,0	14,0
	25-40 (%)	80,4	85,7	82,0	80,0
	41-55 (%)	10,9	14,3	4,0	6,0
Cinsiyet	Bayan (%)	38,3	30,6	46,0	48,0
	Erkek (%)	61,7	69,4	54,0	52,0
Medeni Durum	Evli (%)	54,3	57,1	42,9	43,8
	Bekar (%)	45,7	42,9	57,1	56,3
Toplam Sayı		50	50	50	50

E: Deney grubu; C: Kontrol grubu

4.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Testleri

PPS bütünsel olarak ele alındığından faktör analizine tabi tutulmamış, tüm maddelerin cronbach alfa güvenilirlik katsayıları en düşük Q3= 0,868; en yüksek Q4= 0,892 olarak hesaplanmıştır.

Çalışan adanmışlığı ölçeği için hem ön-test hem son-test grupları için ayrı ayrı faktör analizi yapılmış ve yapılan faktör analizi bulgularına göre orijinalinde olduğu gibi ölçek işe ve kuruma adanmışlık boyutlarından oluşmaktadır. Ön test analizinde kuruma adanmışlık boyutu tüm soruları ile temsil edilirken, işe adanmışlık boyutundaki 2 numaralı madde her iki boyutta da benzer faktör yüklerine sahip olduğu için çıkarılmıştır (KMO= 0,796 df= 55 p= 0,00; Açıklanan Toplam Varyans: %72,983). Kuruma adanmışlık için faktör yükleri 0,903 ile 0,794 arasında değişmekte iken işe adanmışlık için 0,821 ile 0,711 arasında değişen faktör yükleri hesaplanmıştır. Çalışan Adanmışlığı son-test faktör analizinde (KMO= 0,785 df= 66 p= 0,00 Açıklanan Toplam Varyans= %69,942) işe ve kuruma adanmışlık boyutları tüm soruları ile temsil edilmiştir. Kuruma adanmışlık boyutu 0,914- 0,764 arası faktör yükleri içeren maddeler ile temsil edilirken, İşe adanmışlık boyutu 0,851- 0,627 arası faktör yüküne sahiptir.

Çalışan adanmışlığı ile ilgili olarak elde ettiğimiz faktörlerin hem ön-test hem son-test boyutları (A1) 0,845 ile (A4) 0,941 arasında değişen oldukça yüksek cronbach alfa katsayılarına sahiptir.

4.3. Fark Testleri ile Hipotezlerin Test Edilmesi

Solomon deney tasarımı ile elde edilen veriler ilgili gruba göre kodlanmış ve veri girişleri tamamlandıktan sonra PPS grupları (Q1-Q6) bir seri t testine tabi tutulmuştur. Tüm gruplar aynı anda teste tabi tutulduğu için hata katsayısı da kendiliğinden kontrol altına alınmıştır. Aşağıda da özetlendiği gibi test edilecek hipotez sayısı 8'dir ve bu gruplardan yalnızca Q1 ve Q2 arasında fark oluşması halinde diğer unsurlar kontrol altında iken eğitimin etkinliği istatistiksel olarak anlamlıdır. İç ve dış geçerliliği sınamak için oluşturulan hipotezler şu şekilde ifade edilebilir (Shuttleworth, 2009):

1. Müdahalenin (Eğitimin) Etkinliği: $H_1: Q1 \neq Q2$; $H_2: Q2 = Q5$
2. Zaman ve Olgunlaşma Etkisi: $H_3: Q3 = Q6$; $H_4: Q1 = Q6$
3. Grupların homojenliği: $H_3: Q3 = Q6$; $H_4: Q1 = Q6$; $H_5: Q1 = Q3$
4. Ön-test Etkisi: $H_6: Q3 = Q4$; $H_7: Q4 = Q6$; $H_8: Q1 = Q4$

PPS ile ilgili önerdiğimiz kontrol hipotezlerin tümü kabul edilmiş dolayısıyla müdahale sonucunda deney grubunun PPS seviyesindeki değişim istatistiksel olarak anlamlıdır. PPS seviyesinin Q1 için ortalama değeri = 3,9433 iken Q2 için ortalama değeri = 4,1592 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla katılımcıların PPS seviyelerinde yaklaşık %5'lik (%5.475) bir artış meydana gelmiştir. "H1: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir." hipotezimiz kabul edilmiştir.

Çalışan adanmışlığı açısından sonuçları incelediğimizde hem işe adanmışlık hem de kuruma adanmışlık boyutlarının ön test ve son test grupları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu aşağıda yer alan tabloda görülmektedir ($p_1 = 0,089$; $p_2 = 0,133$). Dolayısıyla eğitim uygulaması çalışanların PPS seviyesinde anlamlı bir farka yol açarken gerek işe gerekse kuruma adanmışlık seviyeleri üzerinde anlamlı bir değişime yol açmamıştır. Dolayısıyla "H2: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların işe adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir." ve "H3: Pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitimi çalışanların kuruma adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir." hipotezlerimiz reddedilmiştir.

Tablo 2: Eşlenmiş Gruplar T Testi Sonuçları

Eşlenmiş Gruplar		Gruplar Arası Farklar					
		Ortalama Farkı	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	t değeri	df	Sig. (2-tailed)
PPS GRUPLARI							
1.Grup	(Q1 - Q2)	,21583	,58039	,08208	2,630	49	,011
2.Grup	(Q3 - Q4)	-,07599	,56735	,08024	-,947	49	,348
3.Grup	(Q2 - Q5)	,08104	,41977	,05937	1,365	49	,178
4.Grup	(Q1 - Q6)	,13660	,61363	,08678	1,574	49	,122
5.Grup	(Q3 - Q6)	,04924	,56406	,07977	,617	49	,540
6.Grup	(Q4 - Q6)	,12524	,58753	,08309	1,507	49	,138
7.Grup	(Q1 - Q3)	,08736	,57476	,08128	1,075	49	,288
8.Grup	(Q1 - Q4)	,01136	,56844	,08039	,141	49	,888
ÇALIŞAN ADANMIŞLIĞI							
1.Grup	(A1 - A2)	-,27000	1,10199	,15585	-1,732	49	,089
2. Grup	(A3 - A4)	-,32027	1,48058	,20939	-1,530	49	,133
Q1: deney grubu- ön test Q2: deney grubu- son test Q3: kontrol grubu- ön test Q4: kontrol grubu- son test Q5: Ön testsiz deney grubu Q6: Ön testsiz kontrol grubu				A1: işe adanmışlık - ön test A2: işe adanmışlık - son test A3: kuruma adanmışlık - ön test A4: kuruma adanmışlık - son test			

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

İç ve dış geçerliliğin sağlanmasına yönelik kontrol analizlerinden sonra eşlenmiş gruplar T testi sonuçlarına göre eğitime katılan çalışanların PPS düzeylerinde (ön test: 3,9433; son test: 4,1592) yaklaşık %5 gibi bir artış gerçekleşmiştir. Ortalama 2 saatlik eğitim ile çalışanların eğitim seviyesinin artırılması, Luthans ve diğerlerinin adı geçen çalışmalarında elde edilen bulgulara paralellik göstermektedir.

Luthans ve diğerleri (2010) eğitimin performans üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ayrıca PPS geliştirme eğitiminin diğer bireysel ve örgütsel çıktılar üzerindeki etkisinin de test edilmesini önermişlerdir. Deneysel tasarım kapsamında uygulanan pozitif psikolojik sermaye geliştirme eğitiminin işe ve kuruma adanmışlığına yönelik Eşlenmiş Gruplar T testi sonuçlarına göre aradaki fark istatistiksel olarak anlamsızdır. Yani uygulanan PPS geliştirme eğitimi katılımcıların PPS kapasitesinde anlamlı bir artışa yol açarken, adanmışlık seviyelerinde bir değişime yol açmamıştır.

Luthans ve diğerleri (2016) öğrencilerle yaptığı uzun dönemli çalışmada PPS seviyeleri ve çalışan adanmışlığı ilişkisi ile ilgili anlamlı sonuçlar elde etmiştir. Bu çalışma sonunda yapılan son testlerin ortalama 10 günlük süre içerisinde toplanmış olması PPS eğitimi ile çalışan

adanmışlığı arasında anlamlı sonuçlar elde edilmemesinde önemli bir faktör olabilir. Sonuçta haftalık performans değişimi kadar adanmışlık düzeyinin hızlı bir şekilde değişmesi beklenemeyebilir.

Bununla birlikte eğitimin istatistiksel olarak anlamlı bir değişime yol açmaması çalışan adanmışlığının yapı gereği işin ve kurumun dinamiklerinin de büyük ölçüde etkisi altında olduğunu gösterebilir. Bu çalışmanın örnekleminde yer alan çalışanlar farklı meslekleri olan ve farklı işyerlerinde çalışman katılımcılardır. Dolayısıyla katılımcıların PPS seviyesindeki artış, diğer koşulların etkisinden ötürü, çalışanların işe adanmışlık ve kuruma adanmışlık düzeylerinde direkt bir artışa yol açmayabilir.

Uygulanan eğitimin çalışanların PPS seviyelerindeki etkisine yönelik bulgularla bu çalışmanın eğitimin dış geçerliliğini artırmak adına önemli bir katkı sağladığı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra bahsi geçen sınırlılıklar çalışan adanmışlığına yönelik gelecek çalışmalarda alınabilecek önlemlere dikkat çekmek açısından önem arz etmektedir.

5.1. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Çalışan adanmışlığının kuruma ve işe adanmışlık olarak ele alındığı çok az çalışma vardır, bu ikili yapının geçerliliğinin gelecek çalışmalarda da ele alınması önerilir. Ayrıca hem öncül hem de çıktı olabilecek adanmışlık kavramının bütünsel modelleri üzerinde de yapılacak çalışmalar literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

Geçmiş çalışmalarda da görüldüğü gibi çalışanların hem bireysel hem örgütsel tutumlarını ve çıktılarını bu kadar olumlu bir biçimde etkilediği tartışmasız bir şekilde kabul edilen PPS'nin geçmiş tecrübeler ve kişisel özellikler sebebi ile herkeste "belirli" bir seviyede bulunmasını gerektirirken pozitif örgütsel davranış literatürüne en önemli katkılardan biri olarak ifade edebileceğimiz kısa süreli eğitim ile artışının bu çalışma kapsamında da literatüre paralel biçimde anlamlı olması bu çalışmanın önemli katkılarında biridir. Ancak eğitimin başka eğitmenler, farklı örneklemler ile tekrarlanması oldukça önemlidir. Ayrıca sonuçların uzun dönemli çalışmalarla hem sübjektif hem de objektif ölçümlerle tekrar edilmesi literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Buna ilaveten eğitim sonucunda elde edilecek PPS değişim düzeyi çalışma süresi, yaş ve var olan PPS seviyesi ve kişilik özelliklerinden etkilenebilir. Hâlihazırda bu kapasiteleri etkin yöneten bir yöneticinin farkındalık düzeyinde fark yaratmak diğerlerine kıyasla daha zordur. Dolayısıyla, yaşın ilerlemiş olması, ortalama PPS seviyesinin oldukça yüksek olması ya da değişime dirençli karakterler de değişimi zorlaştıracak unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

PPS eğitiminin çalışan adanmışlığını üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmayışı yeni soruları gündeme getirmektedir. Buna göre PPS seviyesindeki artışın hangi bireysel ve örgütsel çıktılarını etkilediğine yönelik araştırmalar artırılmalıdır. Bunun yanı sıra kısa dönemde ve uzun dönemde etkileyebildiği ölçülebilir çıktılarının belirlenmesi gereklidir. Eğitimin PPS'yi etkileyen bireysel, durumsal ya da örgütsel faktörlerle etkileşimi ve kontrol edilmesi gereken unsurlar da gelecek çalışmalarda incelenmelidir.

5.2. Yöneticilere Öneriler

PPS'nin geçmiş çalışmalardaki bulguları oldukça dikkat çekicidir. Bazı işyerlerinde koşulları iyileştirmek daha zor olabildiği için çalışanların olumsuzluklara bakış açısı ve bu durumlardan etkilenme düzeyini azaltacak önlemler alınabilmesi işten ayrılma, tükenme, performans kaybı gibi olumsuz sonuçlarla karşı karşıya kalmamaları için dikkate alınması gereken bir husustur. Yönetimin çalışanların PPS seviyelerini korumaya ya da geliştirmeye odaklanması hiper-rekabet ortamında hem rekabet avantajı oluşturacak hem de yetenekleri elde tutma ve performanslarından en üst düzeyde yararlanabilmelerini sağlayacaktır. Bu sebeple çalışanların var olan PPS seviyelerini belirlemek, değişimlerini kontrol etmek ve gerektiğinde eğitim ile desteklenmesi yöneticilerin ve insan kaynakları yetkililerinin çalışan verimliliğine yönelik uygulamalarında göz önünde bulundurması gereken hususlardan biri olarak görülmektedir.

İşletmelerde uygulanan teknik olmayan eğitimlere çoğu yönetici açısından çalışma saatlerinden, aksi durumlarda ise çalışanın mesai dışı saatlerinden feragat etmeyi gerektirdiğinden temkinli yaklaşılan uygulamalardır. Bunun yanı sıra eğitimin maliyeti ve katkısı sosyal alanlarda hesaplanması zor olduğundan ve zaman aldığından bazen yalnızca maliyet olarak algılanır. İşletmelerin hem iş saatlerini aksatmadan hem çalışanın kapasitesini en üst seviyede kullanmasını sağlamaya yardımcı olan PPS geliştirme eğitimi ortalama 2 saatlik bir uygulama ile çalışanların PPS seviyelerini artırabilmektedir (Luthans vd., 2006, 2008, 2010). Bu artış kısa zaman aralığında yapılan ölçümlerde dahi performans seviyelerini yükseltebilmektedir (Luthans vd., 2010). Luthans ve diğerlerinin (2006) çalışmalarında ifade ettiği gibi PPS düzeyindeki artışla gelen performans artışının yıllık gelir artışına anlamlı etkisi vardır. Luthans ve diğerleri (2007) Forbes listesinin en tepedeki orta ölçekli firmalar için (yıllık gelir ortalaması 1.7 ila 1.3 milyar dolar olan firmalar) PPS seviyelerinde eğitimle gerçekleşecek %2'lik bir artışın (sürdürülebilir olduğu varsayımı altında) yıllık 10 milyon dolar gelir artışına yol açacağını ifade etmişlerdir.

Gelecekte devam edeceği düşünülen çalışmalar ile birçok arzu edilen çıktı üzerinden eğitim etkinliğini değerlendirmek, eğitime ihtiyaç duyulan kesimi belirlemek daha kolay bir hal alacaktır. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan kesim ve hangi örgütsel çıktılar için uygulanması gerektiğini daha net anlama imkânına sahip olunabilecektir. Bahsedilen güçlü yönler dolayısıyla PPS geliştirme eğitimin çoğu kurum için kolay uygulanabilir ve katkılarının ölçülebilir olmasını da beraberinde getirir. Yöneticilerin bunları göz önünde bulundurarak PPS geliştirme eğitimine yer vermeleri önerilir.

Çalışma bulgularına ilaveten yöneticilerin sahip oldukları PPS kapasitelerinin birlikte çalıştıkları kişilerin de PPS seviyelerinin yükselmesine sebep olduğu bu konudaki bir dizi akademik çalışmada ifade edilmiştir. Buna ilaveten bu çalışma tarafından da desteklendiği üzere sanıldığı gibi pozitif olmanın sadece kişiyi mutlu eden bir şey olmadığı görülmektedir. Son olarak pozitif bir kurum olmanın somut örgütsel çıktılara olacağı gibi, uzun dönemli karlılığa da etkisi olacağı ve daha önemlisi maddi olarak direkt ölçülemeyen varlıkların da kurumları için değerli olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Albdour, A. A., & Altarawneh, I. I. (2014). Employee engagement and organizational commitment: Evidence from Jordan. *International journal of business*, 19(2), 192.
- Albrecht, S. L. (2010). Employee engagement: 10 key questions for research and practice. *Handbook of employee engagement: Perspectives, issues, research and practice*, 3-19.
- Alessandri, G., Consiglio, C., Luthans, F., & Borgogni, L. (2018). Testing a dynamic model of the impact of psychological capital on work engagement and job performance. *Career Development International*.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human resource management*, 48(5), 677-693.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of management*, 36(2), 430-452.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The journal of applied behavioral science*, 44(1), 48-70.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The journal of applied behavioral science*, 44(1), 48-70.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career development international*, 13(3), 209-223.
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22(3), 187-200.
- Bal E. A., (2009). "Pozitif psikoloji kavramı olarak işe gönülden adanma (work engagement) ve insan kaynakları açısından önemi", 17. *Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi*.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Bryant F. B., Veroff, J., (2006). *The process of savoring: A new model of positive experience*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Cameron K., Dutton J., Quinn R., Bernstein S., (2003). Positive organizational scholarship: Meet the movement, *Journal of Management Inquiry*, 12(3), 266-271.
- Carver, C. S., & Scheier, M. S. (2002). *Optimism*. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 231-243). Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Choi, Y., & Lee, D. (2014). Psychological capital, big five traits, and employee outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 122-140.
- Cortese J., (2007). *Internet learning and building of knowledge*, New York: Cambria Press.
- Culbertson, S. S., Fullagar, C. J., & Mills, M. J. (2010). Feeling good and doing great: The relationship between psychological capital and well-being. *Journal of occupational health psychology*, 15(4), 421.
- De Waal, J. J., & Pienaar, J. (2013). Towards understanding causality between work engagement and psychological capital. *SA Journal of Industrial Psychology*, 39(2), 1-10.
- Emmons R. A., McCullough M. E., (2003). Counting blessings versus burdens: an experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 377.
- Ertosun, Ö.G. (2016). Pozitif psikolojik sermayenin iş algısı, bireye ve işe yönelik çıktılarla ilişkisinin incelenmesi: Deneysel ve ampirik bir çalışma, *Doktora Tezi*, Gebze Teknik Üniversitesi.
- Esen, E. (2011). Çalışanların örgüte cezbolması, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 30(1), 377-390.
- Estiri, M., Nargesian, A., Dastpish, F., & Sharifi, S. M. (2016). The impact of psychological capital on mental health among Iranian nurses: considering the mediating role of job burnout. *SpringerPlus*, 5(1), 1377.

- Gibson, A., & Hicks, R. E. (2018). Psychological Capital and Core Self-Evaluations in the Workplace: Impacts on Well-Being. *International Journal of Psychological Studies*, 10(2), 15.
- Guest, D. (2014). Employee engagement: fashionable fad or long-term fixture?' in Truss, C., Delbridge, R., Alfes, K., Shantz, A. and Soane, E. (ed.) *Employee engagement in theory and practice*. Oxon: Routledge, pp. 221-235.
- Gupta, V., & Kumar, S. (2012). Impact of performance appraisal justice on employee engagement: a study of Indian professionals. *Employee Relations*, 35(1), 61-78.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724.
- Kotze, M. (2018). How job resources and personal resources influence work engagement and burnout. *African Journal of Economic and Management Studies*, (just-accepted), 00-00.
- Kyle W. Luthans, Brett C. Luthans, Noel F. Palmer, (2016). A positive approach to management education: The relationship between academic PsyCap and student engagement, *Journal of Management Development*, Vol. 35 Issue: 9, pp.1098-1118.
- Lifeng, Z. (2007). Effects of Psychological Capital on Employees' Job Performance, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior [J]. *Acta Psychologica Sinica*, 2, 18.
- Llorens S., Schaufeli W., Bakker A., Salanova M., (2007). Does a positive gain spiral of resources, efficacy beliefs and engagement exist?, *Computers in Human Behavior*, 23(1), 825-841.
- Luthans F., (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior, *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695-706.
- Luthans F., Avey J. B., Patera J. L., (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital, *Academy of Management Learning and Education*, 7(2), 209-221.
- Luthans F., Avolio B. J., Avey J. B., Norman S. M., (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction, *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans F., Luthans K. W., Luthans B. C., (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital, *Business Horizons*, 47(1), 45-50.
- Luthans F., Youssef C. M., Avolio B. J., (2007). Psychological capital: Developing the human competitive edge, Oxford: *Oxford University Press*.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *The Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F., Avey, J. B., & Patera, J. L. (2008). Experimental analysis of a web-based intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning and Education*, 7, 209-221.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, C. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21(1), 41-67.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., & Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: Toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 387-393.
- Luthans, K. W., Luthans, B. C., & Palmer, N. F. (2016). A positive approach to management education: The relationship between academic PsyCap and student engagement. *Journal of Management Development*, 35(9), 1098-1118.
- Lyndon, S., Rawat, P. S., & Varghese, B. S. (2018). Influence of Thriving on Innovative Behavior at Workplace. *Indian Journal of Industrial Relations*, 53(3).
- MacLeod A. K., Coates E., Hetheron J., (2008). Increasing well-being through teaching goal-setting and planning skills: results of a brief intervention, *Journal of Happiness Studies*, 9(2), 185-196.
- Maslach C., Leiter M. P., (1997). The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it, San Francisco, *Calif: Jossey-Bass*.
- Maslach C., Schaufeli W. B., Leiter M. P., (2001). Job burnout, *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.
- Masten A. S., (2001). Ordinary magic: Resilience processes in developmen, *American Psychologist*, 56(3), 227-239.

- Masten A. S., Reed M.G. J., (2002). Resilience in Development, In: C. R. E. L. Snyder, Shane J. Editors, Handbook of Positive Psychology, London: *Oxford University Press*.
- McGahee T. W., Tingen M. S., (2000). The effects of a smoking prevention curriculum on fifth-grade children's attitudes, subjective norms and refusal skills, *Southern Online Journal of Nursing Research*, 1(2), 1-28.
- Norman, S. M., Avey, J. B., Nimmicht, J. L., & Graber Pigeon, N. (2010). The interactive effects of psychological capital and organizational identity on employee organizational citizenship and deviance behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(4), 380-391.
- Owens, A. J. (2017). *The Relationship Between Authentic Leadership & Positive Psychological Capital & the Moderating Affects of Professional Development & Gender in a Public Organization*. Pepperdine University.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., & Lee, G. (2015). Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 9-26.
- Paterson, T. A., Luthans, F., & Jeung, W. (2014). Thriving at work: Impact of psychological capital and supervisor support. *Journal of Organizational Behavior*, 35(3), 434-446.
- Reivich, K., Gillham, J. E., Chaplin, T. M., & Seligman, M. E. P. (2005). From Helplessness to Optimism. The Role of Resilience in Treating and Preventing Depression in Youth. Goldstein, S. & Brooks, R. B (Red.), Handbook of Resilience in Children (s. 223-237).
- Rinkoff, M. B. (2017). *The Impact of Mindfulness Based Interventions on the Psychological Capital of Leaders*. Pepperdine University.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of managerial psychology*, 21(7), 600-619.
- Salanova M., Schaufeli W. B., Xanthopoulou D., Bakker A. B. (2010). The gain spiral of resources and work engagement: Sustaining a positive worklife, In: Bakker A. B., Leiter, M. P., Editors, *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research*, 118-131.
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of applied Psychology*, 90(6), 1217.
- Schaufeli W. B., Salanova M., González-Romá V., Bakker A. B., (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach, *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout, and work engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well-being?. *Applied psychology*, 57(2), 173-203.
- Seligman M. E., (2011). *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life*, *Vintage Books*.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Seligman, M.E.P., (1998). *Learned Optimism*, New York: *Pocket Books*.
- Shimazu A., Schaufeli W. B., Taris T. W., (2010). How does workaholism affect worker health and performance? The mediating role of coping, *International Journal of Behavioral Medicine*, 17(2), 154-160.
- Shuttleworth, M. (2009). Solomon Four-Group Design. http://www.experiment_resources.com/solomon-Four-group-design/ 11 Mart 2011.
- Simons, J. C., & Buitendach, J. H. (2013). Psychological capital, work engagement and organisational commitment amongst call centre employees in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 39(2), 1-12.
- Siu, O. L., Bakker, A. B., & Jiang, X. (2014). Psychological capital among university students: Relationships with study engagement and intrinsic motivation. *Journal of Happiness Studies*, 15(4), 979-994.
- Snyder C. R., Harris C., Anderson J. R., Holleran S. A., Irving L. M., Sigmon S. T., ... and Harney P., (1991). The will and the ways: development and validation of an individual-differences measure of hope, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(4), 570.
- Snyder, C. R. (2000). *Handbook of hope: Theory, measures and applications*. USA: *Academic Press*.

- Solomon, R. L. (1949). An extension of control group design. *Psychological bulletin*, 46(2), 137.
- Sonnentag S., (2003). Recovery, work engagement, and proactive behavior: A new look at the interface between non-work and work, *Journal of Applied Psychology*, 88.
- Sonnentag S., (2011). Research on work engagement is well and alive, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 29-38.
- Srivastava, U. R., & Maurya, V. (2017). Organizational and Individual Level Antecedents of Psychological Capital and its Associated Outcomes: Development of a Conceptual Framework. *Management and Labour Studies*, 42(3), 205-236.
- Stajkovic A. D., (2006). Development of a core confidence-higher order construct, *Journal of Applied Psychology*, 91, 1208-1224.
- Sweetman, D., & Luthans, F. (2010). The power of positive psychology: Psychological capital and work engagement. *Work engagement: A handbook of essential theory and research*, 54-68.
- Thompson, K. R., Lemmon, G., & Walter, T. J. (2015). Employee engagement and positive psychological capital. *Organizational Dynamics*, 44(3), 185-195.
- Turgut T., (2011). Çalışmaya tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25, 3-4.
- Turner, N., Barling, J., & Zacharatos, A. (2002). Positive psychology at work. *Handbook of positive psychology*, 52, 715-728.
- Viswesvaran C., Sanchez J. I., Fisher J., (1999). The role of social support in the process of work stress: A meta-analysis, *Journal of Vocational Behavior*, 54(2), 314-334.
- Walumbwa F. O., Luthans F., Avey J. B., Oke A., (2011). Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust, *Journal of Organizational Behavior*, 32(1).

Citation: Kaymaz K. (2018), Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Diana C. Pheysey'in Örgüt Kültürü Sınıflandırması Ekseninde Bir Araştırma (2018), 6(4): 1053-1070 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.282>

ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DIANA C. PHEYSEY'İN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ SINIFLANDIRMASI EKSENİNDE BİR ARAŞTIRMA

Kurtuluş KAYMAZ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 03/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 16/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Araştırma, örgüt kültürünün çalışanların iş tatmini üzerindeki etkilerini ölçümlemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, Pheysey'in dört boyutlu örgüt kültürü sınıflandırması esas alınmıştır. Pheysey, Harrison ve Handy'nin örgüt kültürü sınıflandırmasını referans alarak güç, rol, başarı ve destek alt kültürlerinden oluşan farklı bir yapı ortaya koymuştur. Dolayısıyla, bu çalışmada Pheysey'in sınıflandırmasından hareketle, iş tatminini oluşturmada örgüt kültürünün görece etkisi analiz edilmiştir. Bu çerçevede, araştırma toplam 1152 çalışan üzerinde yürütülmüş, 774 çalışandan geri dönüş sağlanmıştır. Veriler, yüzyüze anket yöntemiyle toplanmış ve yapısal eşitlik modellemesi çerçevesinde analize tabi tutulmuştur. Düşük güvenilirlik katsayısı nedeniyle, güç kültürü araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi analiz sonuçları, örgüt kültürünün iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olduğunu doğrulamaktadır. Örgüt kültürü alt boyutları açısından bakıldığında, başarı ve destek kültürünün çalışanların iş tatmini üzerindeki etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, rol kültürünün iş tatmini üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Rol Kültürü, Başarı Kültürü, Destek Kültürü, Güç Kültürü, İş Tatmini

Jel Kodları: M12, M14, J53, J28

THE EFFECTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON JOB SATISFACTION: A RESEARCH BASED ON DIANA C. PHEYSEY'S ORGANIZATIONAL CULTURE CLASSIFICATION

ABSTRACT

The research aim is to measure the effects of organizational culture on the employees' job satisfaction. In this context, Pheysey's organizational culture classification with 4 dimensions is taken into consideration. Pheysey, refers to the Harrison and Handy's organizational culture classification and creates a new model based on power, role, achievement and support sub-cultures. At this point of view, the research is structured around the relative effects of organizational culture in terms of determining employees' job satisfaction. The study was conducted on a total of 1152 employees and 774 employees were responsive. Data were collected via face to face survey and analysed with structural equation modelling method. The power culture dimension is excluded from the research due to the low reliability coefficient. The structural equation modelling results confirmed that the organizational culture has a significant and positive affect on job satisfaction. From the perspective of sub-culture dimensions, the findings indicated that the achievement and support cultures effect job satisfaction. However, the findings did not support the relationship between role culture and job satisfaction.

Keywords: Role Culture, Achievement Culture, Supportive Culture, Power Culture, Job Satisfaction

Jel Codes: M12, M14, J53, J28

¹ Doç.Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, kurtuluskaymaz@uludag.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3697-1469>

1. GİRİŞ

Araştırma, örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkilerini ölçümlemeyi amaçlamaktadır. Bu süreçte, Diana C. Pheysey'in 4 boyutlu kültür sınıflandırması (güç kültürü, rol kültürü, başarı kültürü, destek kültürü) esas alınmıştır. Pheysey'in sınıflandırmasında yer alan başarı ve destek kültürü alt boyutlarının, rekabetçi işletmelerin insan kaynağı yönetimi süreçleri açısından son zamanlarda üzerinde daha fazla düşünülen konular haline geldiği görülmektedir. Başarının desteklenmesi, sonuç odaklılık, işbirliği, çalışanların birbirlerinin görüş ve fikirlerine karşı duyduğu saygı, sorumlulukların herkesçe paylaşılması, çalışanların kendilerini kurumun bir parçası olarak görmeleri, formalleşme, standardizasyon gibi konular insan kaynakları yönetimi uygulamalarında önemsenen temalar haline gelmiştir. Dolayısıyla, söz konusu temaları belirgin bir şekilde vurgulayan Pheysey'in sınıflandırmasının araştırmanın amacına ve örgütlerin insan kaynağı önceliklerine daha fazla hizmet edeceği düşünülmektedir.

İlgili literatürde, örgüt kültürünün organizasyonel uygulamaları destekleyen önemli bir araç olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Kültürün, örgütsel değişimi desteklediği yönündeki çalışmalar (Smollan ve Sayers, 2009; Onyango, 2014; Dehinbo ve Alexander, 2011), liderlik sürecindeki etkisine dönük araştırmalar (Schein, 2004; Szczepańska-Woszczyzna, 2015; Tsai, 2011), örgüt geliştirme çerçevesindeki çalışmalar (Pheysey, 1993; Brown, 1992; Denison ve Spreitzer, 1991), örgütsel kontrol üzerindeki etkisine dönük araştırmalar (Amah, 2013; Maanen ve Barley, 1982) ve örgüt performansını olumlu yönde etkilediğini öne süren çalışmalar (Biswas, 2015) örgüt kültürünün kritik önemini vurgulamaktadır. Çok sayıda örgütsel kavramla ilişkili olan kültür bağlamı bu araştırmada, güç, rol, başarı ve destek eksenlerine odaklanılarak analiz edilmektedir. Bununla birlikte, özellikle başarı ve destek kültürünün iş tatminini nasıl etkilediği daha fazla merak edilmektedir. Halihazırda, literatürde başarının ödüllendirilmesinin (Galanou vd., 2011; Bustamam vd., 2014) ve örgütsel destek algısının (Khan ve Chandrakar, 2017; Kuo vd., 2015) çalışanların iş tatmini üzerinde etkili olduğu yönünde çalışmalar mevcuttur.

2. PHEYSEY'İN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ SINIFLANDIRMASI

Pheysey (1993), Hofstede'in kültürel değerleri ve Harrison (1972 ve 1987) ve Handy'in (1978 ve 1985) kültür çalışmalarından hareketle dört boyutlu örgüt kültürü modelini geliştirmiştir. Modelde Pheysey, Harrison ve Handy'nin birey ve görev kültürü boyutları yerine, başarı ve destek kültürü boyutlarına yer vermektedir. Bu kapsamda Pheysey, örgüt kültürü kavramını rol, güç, başarı ve destek kültürü boyutları üzerinden tartışmaktadır. Pheysey,

rol kültürünün hâkim olduğu örgütlerde bireylerin faaliyetlerinin önceden belirlendiğini, işgörenlerin davranışlarını iş tanımları, kurallar ve prensiplerin belirlediğini ifade etmektedir. Klasik bürokratik yapılar olarak rol kültürünün baskın olduğu örgütlerin, büyük ölçekli organizasyonlarda ya da devlet kuruluşlarında gözlendiği belirtilmektedir. *Güç kültürünün* belirgin olduğu örgütlerde ise örgüte hâkim konumda olan birkaç kişiden söz edilmektedir. Örgütte her şey yönetim tarafından şekillendirilir ve tüm yetki üst yönetimdedir. Bu tür örgütlerde itaat ve denetim esastır. *Başarı kültürüne* bakıldığında, kurallara uyulmasından çok işlerin görülmesine ve başarıya önem verilmektedir. Adem-i merkeziyetçi bir yönetim anlayışı esastır ve üst yönetim uzun dönemli kararlara odaklanır. Alt kademe çalışanlar, alınan kararlara katılım gösterirler. *Destek kültüründe* ise çalışanlar arasında karşılıklı güçlü ilişkiler, ortak karar alma ve bağlılık söz konusudur. Kurumda herkes kendini örgütün bir parçası olarak görür, karşılıklı güven esastır (İpek, 1999).

3. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ-İŞ TATMİNİ İLİŞKİSİ

Örgüt kültürü, kuralların / normların oluşturduğu bir ağ ve sistem yapılanması biçiminde tanımlanabilmektedir. Bir örgütün değerler sistemi üzerinde düşünmek, örgütün bir kültürel yapı olduğunu kabul etmekle başlamaktadır. Bu bağlamda örgüt kültürü, organizasyonda bir değerler sistemi yaratmak açısından kritik önem taşımaktadır. Söz konusu değerler sistemi de çalışanların iş tatmininin belirleyici faktörlerinden birisi olabilmektedir (Farrell, 1993). Literatürde, iş tatmini ile örgüt kültürü arasındaki ilişkileri analiz eden çalışmalarda, farklı örgüt kültürü sınıflandırmaları esas alınabilmektedir. Bazı çalışmalarda (Gull ve Azam, 2012; Ahamed ve Mahmood, 2015; Aldhuwaihi, 2013), Cameron ve Quinn tarafından geliştirilen klan, hiyerarşi, adokrazi ve pazar kültürü boyutları esas alınırken, bazı araştırmalarda ise (İpek, 1999; İra ve Şahin, 2011) Pheysey'in sınıflandırması dikkate alınmıştır.

Ölçüm kriterleri farklılaşsa da örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkilerini ampirik olarak ispatlayan çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Ahamed ve Mahmood (2015), bir iletişim firması üzerinde gerçekleştirdikleri ve Cameron ve Quinn'ın sınıflandırmasını esas aldıkları araştırmalarında, örgüt kültürü ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişkinin var olduğunu ve örgütteki baskın kültürün hiyerarşi kültürü olduğunu bulgulamışlardır. Yüksek eğitim enstitülerinde ve üniversitelerinde görev yapan 347 öğretmen üzerinde gerçekleştirilen diğer bir araştırmada (Sabri vd., 2011), örgüt kültürü ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Benzer biçimde, 200 üniversite öğretim görevlisi üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında Sangadji (2013), örgüt kültürünün öğretim görevlilerinin iş tatmini ve çalışma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulgusuna

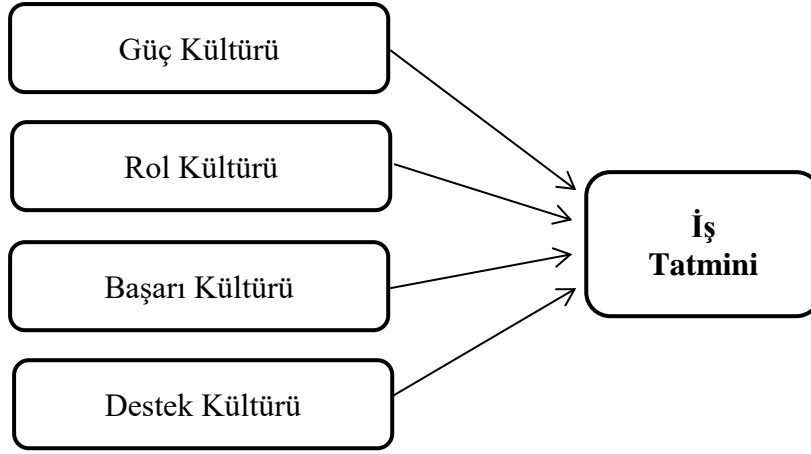
ulaşmıştır. Sempene vd. (2002), hizmet işletmeleri kapsamında 160 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında, örgüt kültürü ile iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı ilişkilerin olduğunu tespit etmişlerdir. 220 bilgi işlem profesyoneli üzerinde gerçekleştirilen bir başka araştırmanın bulguları (Sharma, 2017), örgüt kültürü ile ilişkili değerlerin (örgütsel adalet, kişisel gelişim fırsatları, örgütsel itibar) iş tatminini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bir adım daha ötesinde, örgüt kültürünün işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkilediği de çalışmalarda belirtilmektedir (MacIntoch ve Doherty, 2010).

İlgili literatürde, Pheyseý'in alt kültür boyutlarını analiz eden çalışmalar da bulunmaktadır. Asiedu (2015) araştırmasında, destek kültürünün iş tatmini ile ilişkisini ortaya koyacak ampirik bulgulara ulaşmıştır. Söz konusu çalışmada, motivasyon sağlama, gelişim fırsatları sunma, çift yönlü etkin iletişim geliştirme ve yönetsel destek sağlama şeklinde sıralanabilecek örgütsel destek kültürü unsurlarının iş tatmini üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer bir çalışmada (Emerson, 2013), örgüt kültürünün, iş tatmini üzerindeki etkisinde örgütsel destek algısının aracı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Örgüt kültürü ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler bulgulayan çalışmaların aksine, söz konusu iki değişken arasında ilişkinin olmadığı bulgusuna ulaşan araştırmalar da mevcuttur. 117 tıp fakültesi personeli üzerinde gerçekleştirilen bir çalışmada (Abedi ve Rostsmi, 2011), beklenenin aksine örgüt kültürü ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Benzer bir şekilde, 151 fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi çalışanları üzerinde gerçekleştirilen diğer bir araştırmanın (Mehr vd., 2012) bulguları, örgüt kültürü ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki ortaya koyamamaktadır. Cameron ve Quinn'in örgüt kültürü sınıflandırmasını esas alan ve Çin'de faaliyette bulunan aile işletmeleri üzerinde gerçekleştirilen başka bir araştırmada da (Zhang ve Li, 2013), örgüt kültürü ile iş tatmini değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

4. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Araştırmada, Pheyseý'in kültür sınıflandırması temelinde güç, rol, başarı ve destek kültürünün iş tatmini üzerindeki etkilerini ölçümlemek üzere Şekil 1'de ifade edilen model esas alınmıştır. Rol, güç, başarı ve destek kültürleri bağımsız değişkenler olarak modele dâhil edilirken, araştırmada iş tatminine bağımlı değişken olarak yer verilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmada, iki ana soruya yanıt bulmaya çalışılmaktadır. Birincisi, örgüt kültürü çalışanların iş tatmin düzeyleri üzerinde etkili midir? İkincisi ise araştırmada dikkate alınan örgüt kültürü sınıflandırmasında, hangi alt kültür boyutu iş tatmin düzeyinin daha fazla belirleyicisidir? Araştırma soruları ve model temel alınarak oluşturulan hipotezler aşağıda sıralanmaktadır.

H₁: Güç kültürü, iş tatmini üzerinde negatif etkiye sahiptir.

H₂: Rol kültürü, iş tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H₃: Başarı kültürü, iş tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H₄: Destek kültürü, iş tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

5. METOD VE ÖLÇME ARAÇLARI

Veriler, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Ankette 3 ana bölüm bulunmaktadır. İlk bölümde, çalışanların iş tatmin düzeylerini ölçümlemek amacıyla 3 ifadeye, ikinci bölümde örgüt kültürü boyutlarına ait 31 ifadeye [Güç Kültürü: 7, Rol Kültürü: 9, Başarı Kültürü: 5, Destek Kültürü: 10] yer verilmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise çalışanların demografik niteliklerine dönük sorular yer almaktadır. Araştırmada 5’li Likert Tipi Ölçek [Kesinlikle Katılmıyorum (1) - Kesinlikle Katılıyorum (5)] kullanılmıştır. Bu çerçevede, bir kamu kuruluşunda toplam 1152 çalışan üzerinde anket uygulaması başlatılmış, 774 çalışandan geri dönüş sağlanmıştır. Anketin geri dönüş oranı % 67 seviyesindedir.

Araştırmada, 2 tür ölçek kullanılmıştır. Birincisi İş Tatmin Ölçeği, ikincisi ise Örgüt Kültürü Ölçeğidir. İş tatmin ölçeğinde yer alan ifadeler ilgili literatürden faydalanılarak (Spector, 1985; Korkmaz ve Erdoğan, 2014) oluşturulmuştur. Bu bağlamda, çalışanın işinden

duyduğu genel memnuniyet düzeyi, yaptığı işi başkalarına tavsiye edip etmediği, işini yaparken duyduğu gurur / mutluluk konuları sorgulanmaktadır. Araştırmada kullanılan iş tatmin ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0.93 olarak tespit edilmiştir.

Örgüt kültürünün ölçümünde ise Pheysey'in 1993 yılında geliştirmiş olduğu ölçek esas alınmıştır. Pheysey'in orijinal ölçeği, ilk olarak eğitim kurumları üzerinde gerçekleştirdiği bir çalışma ile İpek (1999) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. İpek, çalışmasında güç kültürü için 0.60, rol kültürü için 0.69, başarı kültürü için 0.78 ve destek kültürü için 0.90 düzeyinde güvenilirlik katsayılarına ulaşmıştır. Pheysey'in orijinal ölçeği daha sonra İra ve Şahin (2011) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik testlerine tabi tutulmuş, ölçeğin güç, başarı ve destek kültürü olarak üç alt boyuttan oluştuğu bulgusuna ulaşılmıştır. İra ve Şahin'in tüm ölçek için ulaştıkları güvenilirlik katsayısı 0.86 düzeyindedir. Bu araştırmada, İpek tarafından uyarlaması yapılmış dört alt boyutlu örgüt kültürü ölçeği esas alınmıştır. Araştırmada, tüm örgüt kültürü ölçeği için hesaplanan cronbach alpha katsayısı 0.92 olarak tespit edilmiştir. Alt boyutlar esas alındığında, güvenilirlik katsayıları güç kültürü için 0.53, rol kültürü için 0.85, başarı kültürü için 0.87 ve destek kültürü için 0.88 düzeyindedir. Güç kültürü boyutu, güvenilirlik katsayısı oldukça düşük çıktığı için bütünüyle analiz kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın ilerleyen bölümünde, örgüt kültürü ölçeği üç boyut (rol, başarı ve destek) üzerinden faktör analizine tabi tutulmuştur.

6. BULGULAR

6.1. Katılımcıların Demografik Profili

Ankette cevaplayıcıların demografik özelliklerinin tespitine yönelik 4 ifadeye (cinsiyet, yaş, eğitim, kıdem) yer verilmiştir. Örneklemin demografik profili Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	<i>Kadın</i>	312	40,3
	<i>Erkek</i>	447	57,8
	<i>Cevapsız</i>	15	1,9
Yaş	<i>20 yaşına kadar</i>	1	0,1
	<i>21-30</i>	185	23,9
	<i>31-40</i>	307	39,7
	<i>41-50</i>	201	26,0
	<i>51 ve üstü</i>	60	7,8
	<i>Cevapsız</i>	20	2,6
Eğitim	<i>İlköğretim</i>	86	11,1
	<i>Lise</i>	195	25,2
	<i>Ön Lisans</i>	91	11,8
	<i>Lisans</i>	346	44,7
	<i>Yüksek Lisans</i>	40	5,2
	<i>Doktora</i>	2	0,3
<i>Cevapsız</i>	14	1,8	
Kıdem	<i>1 yıldan az</i>	54	7,0
	<i>1-5 yıl</i>	269	34,8
	<i>6-10 yıl</i>	178	23,0
	<i>11-15 yıl</i>	110	14,2
	<i>16 yıl ve üstü</i>	139	18,0
<i>Cevapsız</i>	24	3,1	

6.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Analize geçmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığı test edilmiştir. Normallik testi sonuçlarına bakıldığında (Tablo 3), araştırmada kullanılan değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin genel olarak -1 ile +1 arasında yer aldığı görülmektedir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin, -1 ile +1 arasında yer alması halinde normallik varsayımının karşılandığı kabul edilmektedir (Kalaycı, 2005: 73). Bu noktadan hareketle, ölçeklerin genel olarak kabul edilebilir limitler arasında normallik varsayımını karşıladığı tespit edilmiştir.

Araştırmada, yapısal eşitlik modellemesine alt yapı oluşturmak üzere Temel Bileşen Analizi (Principal Components Analysis-PCA) metodu ile faktör analizi uygulanmıştır. KMO ve Bartlett test sonucu (0.945 , $\chi^2 = 8806.619$; $df = 253$; $p = .000$), verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm ifadelerin öz değeri 1'den büyük 3 boyut altında toplandığı görülmüştür. 3 boyut için toplam açıklanan varyans % 62.6 seviyesindedir. Faktör analizinde, 0.50 faktör yükü altında kalan ifadeler kapsam dışında tutulmuştur. Faktör analizi neticesinde, araştırmaya rol ve başarı alt kültür boyutlarına ait tüm ifadeler dâhil edilirken, destek kültürü boyutunda yer alan 5 ifade analizden çıkarılmıştır. Nihai boyutlar ve faktör yükleri Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri			Cronbach Alpha
	1	2	3	
Rol Kültürü				0.85
Kurumda tüm faaliyetler ayrıntılı olarak planlanıp programlanır.	.730			
İşlerin zamanında ve kurallara göre yapılmasına önem verilir.	.743			
Herkesin her anı planlanmıştır.	.709			
Herkesin ve her şeyin yeri bellidir.	.748			
Resmi ilişkiler ön plandadır.	.692			
Kurum yönetimi ayrıntılarla fazla uğraşır.	.683			
Her şeyin bir standardı vardır.	.637			
Yöneticiler sık sık kurallara uyulmasını hatırlatır.	.691			
İlişkilerde hiyerarşik yapı esas alınır.	.609			
Başarı Kültürü				0.87
Kurumdaki herkes işini iyi yaptığı zaman karşılığını alır.		.733		
Kurumda formalitelerden çok sonuca önem verilir.		.661		
Kurumda başarı desteklenir ve teşvik edilir.		.737		
Ödüllendirmelerde başarı esas alınır.		.726		
Kurumda yanlışı kimin yaptığı değil, sonuçları tartışılır.		.681		
Destek Kültürü				0.88
Herkes birbirinin fikir ve görüşlerine saygılıdır.			.563	
Herkes kurumun başarısı için sorumluluk duyar.			.589	
Kurumdaki herkes kurumuyla gurur duyar.			.808	
Kurumdaki herkes kurumu dışı karşı korur ve savunur.			.840	
Kurumdaki herkes kendini kurumun bir parçası olarak görür.			.833	

6.3. Korelasyon Analizi

Araştırmada, bağımlı ve bağımsız değişkenler arası pozitif, güçlü ilişkiler tespit edilmiştir (Tablo 3). Bu bağlamda, en yüksek korelasyon katsayısı iş tatmini ile destek kültürü arasında (0.526) mevcuttur. Alt kültür boyutları arasındaki katsayılara bakıldığında ise başarı ve destek kültürü arasında güçlü bir ilişkinin olduğu (0.601) görülmektedir. Diğer taraftan,

başarı kültürü ile rol kültürü arasında da güçlü bir korelasyonun olduğu (0.607) bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 3: Rol, Başarı, Destek Alt Kültür Boyutları ve İş Tatmini Değişkeni Arasındaki Korelasyon Katsayıları, Ortalama, Standart Sapma ve Cronbach Alpha Değerleri

	N	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık Derecesi	Basıklık Derecesi	Cronbach Alpha	1	2	3	4
<i>Rol Kültürü (1)</i>	767	3.42	0.67	-0.452	0.692	0.85	1			
<i>Başarı Kültürü (2)</i>	767	3.24	0.93	-0.293	0.468	0.87	.607**	1		
<i>Destek Kültürü (3)</i>	766	3.74	0.82	-0.728	0.701	0.88	.585**	.601**	1	
<i>İş Tatmini (4)</i>	771	4.40	0.72	-1.558	3.480	0.93	.354**	.398**	.526**	1

***. Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).*

6.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, belirlenen bir ölçme modelinin tutarlılığının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla yapılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi, geleneksel yöntemle yapılan faktör analizlerinden farklı olarak, daha önceden araştırmacı tarafından belirlenmiş bir faktöryel yapının doğrulanmasını test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu tür çalışmalarda, ölçek maddeleri tarafından yapılandırıldığı düşünülen birden fazla örtük (latent) değişkenin, bir başka örtük değişken tarafından açıklandığı varsayılır ve bu varsayımın veriye uygunluğu test edilir.

Model uygunluğunun değerlendirilmesinde kullanılan birbirinden farklı uyum iyiliği indeksleri ve bu indekslerin sahip olduğu istatistiksel fonksiyonlar bulunmaktadır. Analizde, uyum iyiliği endeksi (goodness of fit index-**GFI**), standardize edilmiş kök ortalama kare artık (Standardized **RMR**) ve kök ortalama kare yaklaşım hatası (Root mean square error of approximation-**RMSEA**), Bentler karşılaştırmalı uyum endeksi (Bentler Comparative Fit Index-**CFI**), ayarlanmış uyum iyiliği endeksi (adjusted goodness of fit index-**AGFI**) dikkate alınmıştır. Söz konusu modelin ölçme gücünün tespitinde, yukarıda ifade edilen endekslerin belirli uyum değerlerine sahip olması beklenmektedir. Bu değerler Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4: Modelin Uyum Değerleri ve Standart Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
GFI	0.95<GFI<1.00	0.90<GFI<0.95
AGFI	0.95<AGFI<1.00	0.90<AGFI<1.00
CFI	0.95<CFI<1.00	0.90<CFI<0.95
RMSEA	0.00<RMSEA<0.05	0.05<RMSEA<0.10
SRMR	0.00<SRMR<0.05	0.05<SRMR<0.10

Elde edilen veriler kapsamında, araştırma modelinin *ölçme gücünü* veya diğer bir deyimle ölçme aracının geçerliliğini sınamak amacıyla AMOS istatistiksel paket programı aracılığı ile doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda öncelikle, tüm ifadelerde bulunan olası kayıp veriler, en yakın iki değerlerin ortalaması biçimine dönüştürülerek ortadan kaldırılmıştır. Diğer taraftan, rol kültürü değişkeni doğrulayıcı faktör analizi uygulamasında, bu boyuta ait 3 ifade, faktör yüklerinin düşük olması nedeniyle analiz kapsamı dışına çıkarılmıştır. Buna karşın başarı ve destek kültürü boyutlarına ait ifadeler, açıklayıcı faktör analizi sonuçları ile uyumlu olacak şekilde korunmuştur. Bu bağlamda, rol kültürü, başarı kültürü, destek kültürü ve tüm model bazında endeks uyum değerleri hesaplanmıştır (Tablo 5). Uyum iyiliği değerlerinin genel olarak kabul edilebilir limitler arasında olduğu ve dolayısıyla *ölçme aracının geçerliliğinin* bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Araştırma Modeli Uyum İyiliği Değerleri

	χ^2	df	χ^2/df	GFI	CFI	AGFI	RMSEA	SRMR
<i>Rol Kültürü</i>	33.477	7	4.782	0.986	.0987	0.958	0.07	0.03
<i>Başarı Kültürü</i>	11.879	4	2.970	0.994	0.996	0.977	0.05	0.01
<i>Destek Kültürü</i>	12.931	3	4.310	0.993	0.995	0.967	0.06	0.01
<i>Tüm Model Uyumu</i>	498.693	141	3.537	0.935	0.962	0.912	0.05	0.06

6.5. Yapısal Eşitlik Modellemesi Analiz Sonuçları

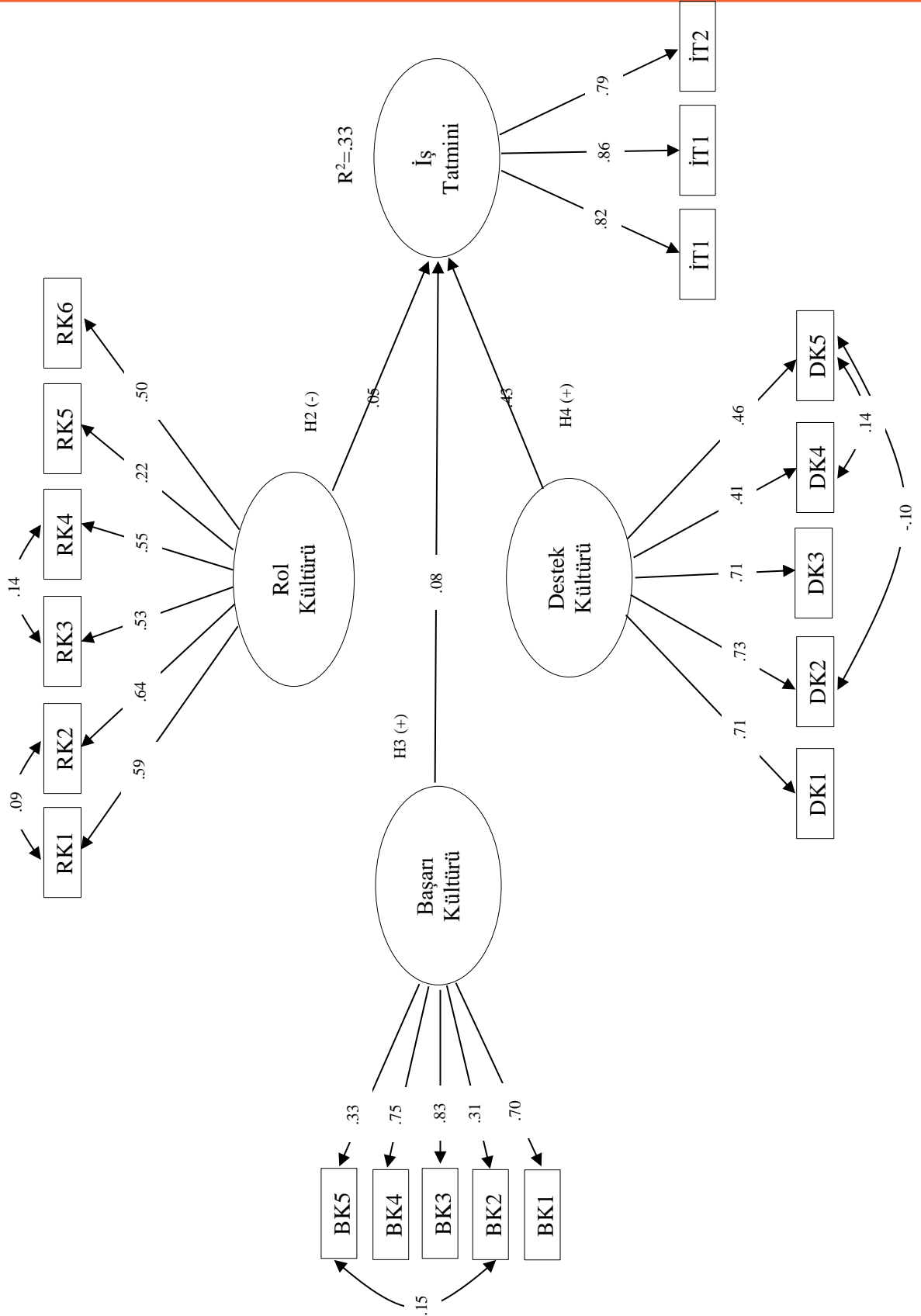
Modelde yer alan ifadelerin genel anlamda faktör yükleri ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi yüksektir. Bu kapsamda, rol kültürü, başarı kültürü ve destek kültürü bağımsız değişkenleri, iş tatmini bağımlı değişkenini ($R^2= 0.33$) düzeyinde açıklamaktadır. Değişkenler arası ilişkilere ait parametreler Tablo 6’da verilmektedir.

Tablo 6: Modele Ait Parametre Tahminleri

	Tahmin	S.E	C.R	p değeri
<i>İş Tatmini</i> ←--- <i>Rol Kültürü</i>	0.052	0.059	0.890	0.373
<i>İş Tatmini</i> ←--- <i>Başarı Kültürü</i>	0.081	0.038	2.158	0.031
<i>İş Tatmini</i> ←--- <i>Destek Kültürü</i>	0.430	0.048	8.965	0.000

Yapısal eşitlik modellemesi sonuçları incelendiğinde, araştırma kapsamında sorgulanan üç bağımsız değişkenden sadece ikisinin bağımlı değişken üzerinde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, başarı kültürünün, iş tatmini üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur (parametre tahmini=0.081; $p<0.05$). Bu bağlamda, “*H3:Başarı kültürü, iş*

tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.” hipotezi kabul edilmiştir. Diğer taraftan, destek kültürünün de iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (parametre tahmini=0.430; $p<0.05$). Dolayısıyla, “*H4:Destek kültürü, iş tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*” hipotezi de kabul edilmiştir. Buna karşın, güç kültürünün, iş tatmini üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı saptanmıştır (parametre tahmini= 0.052; $p>0.05$). Bu çerçevede, “*H2:Güç kültürü, iş tatmini üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*” hipotezi reddedilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi analiz sonuçları toplu olarak Şekil 2’de görülmektedir. Parametre tahminlerine bakıldığında, destek kültürünün (0.430), başarı kültürüne (0.081) göre çalışanların iş tatmin düzeyleri üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğu sonucuna varmak mümkündür.



Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modellemesi Analiz Sonuçları

$\chi^2=498.693$; $df= 141$; $\chi^2/df= 3.537$ ($p=.000$); $GFI=0.935$; $CFI=0.962$; $RMSEA=0.05$; $SRMR=0.06$

7. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu araştırma ile Pheysey'in örgüt kültürü sınıflandırmasında yer verdiği temel boyutların çalışanların iş tatmin düzeylerini ne ölçüde etkilediği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Örgüt kültürü olgusu, kurumsal sorunların çözümünde çoğunlukla dikkate alınmayan kritik bir yönetsel araçtır. Bu kapsamda araştırma, çalışanların memnuniyet düzeylerini artırmayı hedefleyen işletmeler için dikkatleri örgüt kültürüne yönelten bir içerik sunmaktadır. Araştırmada ulaşılan ampirik veriler, örgüt kültürü ile iş tatmini arasında güçlü ilişkilerin olduğunu ve örgüt kültürünün iş tatminini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle bulgular, literatürdeki birçok çalışma (Ahamed ve Mahmood, 2015; Sabri vd., 2011; Sangadji, 2013; Sempene vd., 2002; Sharma, 2017; MacIntoch ve Doherty, 2010) ile paralel sonuçlar yaratmaktadır. Buna karşın, araştırmadan elde edilen veriler, örgüt kültürü ile iş tatmini arasında herhangi bir ilişkinin bulunmadığını ifade eden çalışmalar (Abedi ve Rostsmi, 2011; Mehr vd., 2012; Zhang ve Li, 2013) ile uyumsuz sonuçlar ortaya koymaktadır.

Alt kültür boyutları bağlamında ele alındığında, araştırmada ulaşılan diğer bir önemli bulgu da başarı kültürünün, çalışanların iş tatmin düzeylerini pozitif yönde etkileyen bir değişken olduğu yönündedir. Bu kapsamda, kurumda başarının teşvik edilmesinin, ödüllendirme süreçlerinde başarının esas alınmasının, kurumun tüm teknik ve yönetsel süreçlerinde sonuç odaklı davranışlar sergilemesinin çalışanların memnuniyet seviyelerini olumlu yönde etkileyen faktörler olduğu ortaya çıkmaktadır. Başarı esaslı bir kültür oluşumunun, insan kaynağının verimliliği ve performansı üzerinde de dolaylı olarak etkide bulunacağı açıktır. Ancak, genel olarak ortalama değerlere bakıldığında araştırmanın yürütüldüğü kurumda başarı kültürünün tesisine yönelik çabaların arzu edilen sonuçları yaratmadığı görülmektedir. Daha yakından bakıldığında, kurumda işler iyi yapılırsa da herkesin gerekli karşılığı alamadığı yönünde bir algı bulunmaktadır (3.05). Kurumda başarının desteklenip teşvik edilmediği (3.26) ve ödüllendirme süreçlerinde başarı kriterinin esas alınmadığı (3.14) görülmektedir. Ayrıca, kurumda sonuç odaklılık yerine formalitelere yönelim olduğu (3.55), süreçlerden ziyade bireylere dönük değerlendirmelerin ağırlık kazandığı (3.17) elde edilen sonuçlardan anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, başarı kültürünü destekleyen örgütsel uygulamaların etkin bir biçimde oluşturulamadığı söylenebilmektedir.

Araştırmada sorgulanan diğer bir alt kültür boyutu da destek kültürüdür. Ulaşılan bulgular, örgütsel destek kültürünün, çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle ulaşılan bulgular, literatürdeki benzer

çalışmalar ile (Asiedu, 2013; Emerson, 2015) uyum göstermektedir. Dolayısıyla, faaliyetlerin yürütülmesinde işbirliği, risk üstlenme ve sorumluluk alma, her seviyeden gelen görüş ve önerilere açık olma, fikirlere saygı duyma, çalışanların kendilerini kurumun bir parçası olarak görme ve kuruma ait hissetme olarak sıralanabilecek destek kültürü unsurlarının, iş tatminini artırıcı etkilerinin olduğu görülmektedir. Diğer bir deyimle, iş tatmin düzeyini artırmak isteyen örgütlerin destek kültürünü yaratmaya dönük bahsi geçen kurumsal uygulamalara yönelmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Araştırmanın yürütüldüğü kurumda, destek kültürünü yapılandırmaya yönelik uygulamaların ne derecede başarılı olduğu sorgulandığında, genel olarak kurumsal aidiyet algısının yüksek olduğu görülmektedir. Kurumsal aidiyet ile ilgili ifadeler için ortalama değerler bu bağlamda 3.80 ve üzerindedir. Buna karşın, faaliyetlerin işbirliği içinde planlanması (3.47), risk üstlenme (2.99), karşılıklı fikir ve görüşlere saygı (3.45), başarısızlıkların paylaşılması (3.24), kurum başarısı için sorumluluk duyma (3.66) ve nispeten fikir ve önerilere açıklık (3.69) konularında istenen etkinliğin gösterilemediği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, kurumda işbirliği teşvik edilmeli, çalışanların daha fazla risk üstlenebileceği örgütsel ortam yaratılmalı, başarı kadar başarısızlıkların da çalışanlar arasında paylaşılması sağlanmalı, görüş ve önerilere daha fazla açık bir yönetsel anlayış geliştirilmelidir.

Çalışmada ayrıca, hangi alt kültür boyutunun iş tatminini daha fazla etkilediği de sorgulanmaktadır. Bu kapsamda, destek kültürünün, başarı kültürüne nazaran iş tatmini üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Çalışmada, beklenenin aksine rol kültürünün çalışanların iş tatmin düzeyleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Araştırmada dikkati çeken diğer bir önemli bulgu da güç kültürü boyutu ile ilgilidir. Pheysey'in güç kültürünün ölçümü için öngördüğü ve ilk olarak İpek (1999) tarafından Türkçe literatüre kazandırılan ifadelerin, Türkiye'deki uygulamalar açısından sorunlu olduğu anlaşılmaktadır. İpek'in çalışması incelendiğinde, güç kültürü boyutuna ait güvenilirlik katsayısının, görece olarak düşük ($\alpha = 0.60$) çıktığı görülmektedir. Benzer biçimde, Pheysey'e ait ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testlerini yapan İra ve Şahin'in (2011) çalışmalarında da güç kültürüne ait güvenilirlik katsayısı 0.60 gibi düşük bir seviyede bulgulanmıştır. Bu araştırmada da, yukarıda belirtilen uyarılma çalışmaları ile uyumlu şekilde, güç kültürü boyutuna ait güvenilirlik katsayısı, diğer kültür boyutlarına nazaran oldukça düşük seviyede ($\alpha = 0.53$) çıkmıştır ve güç kültürüne ait ifadeler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Dolayısıyla, Pheysey'in güç kültürünün ölçümüne dönük geliştirdiği ifadelerin, Türkiye

eksenindeki uygulamalarda beklenen şekilde anlaşılmadığı yönünde kaygılar ortaya çıkmaktadır.

8. ARAŞTIRMANIN KISITLARI VE GELECEK ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER

Örgüt kültürü, ulusal kültürün de etkisiyle şekillenen çok boyutlu bir yapı içermektedir ve genel anlamda kuruma özgüdür. Dolayısıyla bu araştırmanın en önemli kısıtı, ortaya çıkan ampirik bulguların, uygulamanın yürütüldüğü kuruma özgü oluşudur. Sonuçların genellenebilmesi oldukça güçtür. Bulgulara dönük tüm değerlendirmeler sadece araştırma kapsamına alınan kurumun yapı ve süreçleriyle doğrudan ilişkilidir. Bulgulardan hareketle, diğer kurumlar için benzer yorumlamalar yapmak mümkün görünmemektedir.

Uygulamanın yürütüldüğü kurum tekstil endüstrisinde faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla ulaşılan bulgular, tekstil endüstrisi çerçevesinde çıkarımlarda bulunmak açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte, Bursa ilinde tekstil kadar otomotiv endüstrisinde de başarılı girişimlere rastlamak mümkündür. Gelecekte, otomotiv endüstrisinde faaliyette bulunan büyük ölçekli bir kurumda benzer araştırmanın yürütülmesi ve sektörler arası bir karşılaştırmanın yapılması planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abedi, Q. ve Rostsmi, F. (2011), "Relation of Organizational Culture with Job Satisfaction of Mazandaran Medical University", *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(5), 608-613.
- Ahamed, M. ve Mahmood, R. (2015), "Impact of Organizational Culture on Job Satisfaction: A Study on Banglalion Communication Ltd, Bangladesh", *European Journal of Business and Management*, 7(10), 160-174.
- Aldhuwaihi, A. (2013), "The Influence of Organisational Culture on Job Satisfaction, Organisational Commitment and Turnover Intention: A Study on the Banking Sector in the Kingdom of Saudi Arabia", Doctoral Thesis of Business Administration, Victoria University, Australia.
- Amah, E., Daminabo-Weje, M. (2013), "Corporate Culture: A Tool for Control and Effectiveness in Organizations", *Research on Humanities and Social Sciences*, 3(15), 42-49.
- Asiedu, E. (2015), "Supportive Organizational Culture and Employee Job Satisfaction: A Critical Source of Competitive Advantage. A Case Study in a Selected Banking Company in Oxford, a City in the United Kingdom", *International Journal of Economics & Management Sciences*, 4(7), 1-8.
- Biswas, W. (2015), "Impact of Organization Culture on Job Satisfaction and Corporate Performance", *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 3(8), 14-16.
- Brown, A. (1992), "Organizational Culture: The Key to Effective Leadership and Organizational Development", *Leadership & Organization Development Journal*, 13(2), 3-6.
- Cameron, K.S. ve Quinn, R.E. (2006), *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*, The Jossey-Bass Pub., San Francisco.
- Dehinbo, J. ve Alexander, P. (2011), "The impact of Organizational Culture in Managing the Change to the Use of FOSS at a South African University", Conference for Information Systems Applied Research, Wilmington North Carolina, USA.
- Denison, D.R. ve Spreitzer, G.M. (1991), "Organizational Culture and Organizational Development: A Competing Values Approach", *Research in Organizational Change and Development*, 5, 1-21.
- Emerson, D. (2013), "Organizational Culture, Job Satisfaction and Turnover Intentions: The Mediating Role of Perceived Organizational Support", Doctoral Thesis in Business, Virginia Commonwealth University.
- Farrell, S.M. (1993), "Organizational Cultures and Values as They Impact on Job Satisfaction and Organizational Commitment", Wright State University, Applied Behavioral Science Program.
- Galanou, E., Georgakopoulos, G., Sotiropoulos, I. ve Dimitris, V. (2011), "The Effect of Reward System on Job Satisfaction in an Organizational Chart of Four Hierarchical Levels: A Qualitative Study", *International Journal of Human Sciences*, 8(1), 484-519.
- Gull, S. ve Azam, F. (2012), "Impact of Organizational Culture Type on Job Satisfaction Level of Employees' in Different Organizations of Lahore, Pakistan", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(12), 97-112.

- Handy, C.B. (1978), *The Gods of Management*, London: Penguin.
- Handy, C.B. (1985), *Understanding Organizations*, 3rd edition, London: Penguin.
- Harrison, R. (1972), 'Understanding Your Organization's Character', *Harvard Business Review*, 50(23), 119-128.
- Harrison, R. (1987), 'Harnessing Personal Energy: How Companies Can Inspire Employees', *Organizational Dynamics*, 16(2), 5-20.
- İpek, C. (1999), *Resmi Liseler ile Özel Liselerde Örgütsel Kültür ve Öğretmen-Öğrenci İlişkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi.
- İra, N. ve Şahin, S. (2011), "Örgüt Kültürü Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması", *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-13.
- Kalaycı, Ş. (2005), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Khan, K.A.Z ve Chandrakar, S. (2017), "Perceived Organizational Support and Personality Dimensions as Predictors of Job Satisfaction", *Indian Journal of Health and Wellbeing*, 8(1), 54-56.
- Korkmaz, O. ve Erdoğan, E. (2014), "İş Yaşam Dengesinin Örgütsel Bağlılık ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *Ege Akademik Bakış*, 14(4), 541-557.
- Kuo, Y.K., Su, Y.Y. ve Chang, B.L. (2015), "The Study On Relationships of Perceived Organizational Support and Job Satisfaction in Taiwan Hospitality Service Industry", *Managing Intellectual Capital and Innovation for Sustainable and Inclusive Society*, Joint International Conference, Italy.
- Maanen, J.V. ve Barley, S.E. (1982), "Occupational Communities: Culture and Control in Organizations", Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- MacIntosh, E.W. ve Doherty, A. (2010), "The Influence of Organizational Culture on Job Satisfaction and Intention to Leave", *Sport Management Review*, 13, 106-117.
- Mehr, S.K., Emadi, S., Cheraghian, H., Roshani, F. ve Behzadi, F. (2012), "Relationship Between Job Satisfaction and Organizational Culture in Staffs and Experts of Physical Education Offices of Mazandaran Province", *European Journal of Experimental Biology*, 2(4), 1029-1033.
- Onyango, W.P. (2014), "Effects of Organization Culture on Change Management: A Case of the Vocational Training Centre for the Blind and Deaf Sikri", *European Journal of Business and Management*, 6(34), 204-214.
- Pheysey, D.C. (1993), *Organizational Cultures: Types and Transformations*, Routledge Pub., London.
- Pirzada Sami Ullah Sabri, P.S.U., Ilyas, M. ve Amjad, Z. (2011), "Organizational Culture and Its Impact on the Job Satisfaction of the University Teachers of Lahore", *International Journal of Business and Social Science*, 2(24), 121-128.
- Sangadji, E.M. (2013), "The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java", *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.

- Sempene, M.E., Rieger, H.S. ve Roodtjob, G. (2002), "Job Satisfaction in Relation to Organisational Culture", *SA Journal of Industrial Psychology*, 28(2), 23-30.
- Schein, E.H. (2004), *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Sharma, P. (2017), "Organizational Culture As a Predictor of Job Satisfaction: The Role of Age and Gender", *Management*, 22(1), 35-48.
- Smollan, R.K. ve Sayers, J.G. (2009), "Organizational Culture, Organizational Change And Emotions: A Qualitative Study", *Journal of Change Management*, 9(4), 435-457.
- Spector, P. (1985), "Measurement of Human Service Staff Satisfaction: Development of The Job Satisfaction Survey", *American Journal of Community Psychology*, 12(6), 639-713.
- Szczepańska-Woszczyna, K. (2015), "Leadership and Organizational Culture as the Normative Influence of Top Management on Employee's Behaviour in the Innovation Process", *Procedia Economics and Finance*, 34, 396-402.
- Tsai, Y. (2011), "Relationship Between Organizational Culture, Leadership Behavior and Job Satisfaction", *BMC Health Services Research*, 11(98), 1-9.
- Zhang, X. ve Li, B. (2013), "Organizational Culture and Employee Satisfaction: An Exploratory Study", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(1), 48-54.

Citation: Thalib P. & Sabrie H.Y. & Kurniawan F. (2018), The Function Of Sharia Supervisory Board In Financing Practices By Sharia Bank In Indonesia, BMIJ, (2018), 6(4): 1071-1080 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.308>

THE FUNCTION OF SHARIA SUPERVISORY BOARD IN FINANCING PRACTICES BY SHARIA BANK IN INDONESIA

Prawitra THALIB¹

Hilda Yunita SABRIE²

Faizal KURNIAWAN³

Received Date (Başvuru Tarihi): 21/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 02/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

This research aims to describe the effectiveness of supervisory functions in Islamic banking and finance in Indonesia. To this end, this work uses descriptive quantitative research applying Library Approach. As an intermediary institution based on sharia principles, sharia banks must perform two compliances, namely sharia principle and law compliance. The application of these compliances is not only required for good corporate governance and diverse products of sharia bank, but also for financial deeds made by a notary. Therefore, financial deeds in sharia banks must reflect the sharia compliance principle instead of only reflecting the law compliance. Special concern about sharia compliance has become authority scope from the Sharia Supervisory Board. Thus, Sharia Supervisory Board does not only ensure the application of sharia compliance but also every deed based on Islamic principles built by a notary. Failure to fulfill the sharia principles in a sharia bank financing deed can cause such deed to be null and void.

Keywords: Sharia Bank, Sharia Supervisory Board, Sharia Compliance, Finance Deed, Sharia Principle

JEL Codes: E58, F36, G41

ŞERİAT DENETLEME KURULUNUN ŞERİAT BANKALARI TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN FİNANSAL AKTİVİTELERİN ÜZERİNDEKİ FONKSİYONU

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Endonezya'daki İslami bankacılığın ve finans aktivitelerinin üzerinde, denetleme kurulu fonksiyonlarının etkililiğini açıklamaktır. Bu bağlamda çalışmada, Kütüphane Yaklaşımı uygulanarak açıklayıcı niceliksel araştırma yapılmıştır. Şeriat prensiplerine dayanan ve aracı bir kurum olan şeriat bankalarının şeriat hükümlerine ve yasal hükümlere olmak üzere iki tür uyum göstermesi gerekmektedir. Bu hükümlerle uyumlu olan uygulamalar, yalnızca kurumsal yönetim için değil, noter tarafından gerçekleştirilen finansal aktiviteler için de gerekli olmaktadır. Bu yüzden, şeriat bankalarındaki finansal aktiviteler yalnızca hukuki hükümleri değil şeriat hükümlerini de yansıtmak zorunda olmaktadır. Şeriat uygulamaları, Şeriat Denetim Kurulu için otorite kapsamında değerlendirilmektedir. Bundan dolayı Şeriat Denetim Kurulu sadece şeriat hükümlerine uyumu değil noter tarafından gerçekleştirilen tüm aktivitelerin de İslami hükümlere dayalı olmasını sağlamaktadır. Şeriat bankacılığındaki finansal aktivitelerinde bu dayanağın eksik olması ise, bu aktivitelerin geçersiz olmasına sebebiyet verebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sharia Bank, Sharia Supervisory Board, Sharia Compliance, Finance Deed, Sharia Principle

JEL Kodları: E58, F36, G41

¹ Faculty of Law, Airlangga University, Surabaya, Indonesia, prawitrathalib7@gmail.com

² Faculty of Law, Airlangga University, Surabaya, Indonesia, hildasabrie7@gmail.com

³ Faculty of Law, Airlangga University, Surabaya, Indonesia, faizalfhunair@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1025-9967>

<https://orcid.org/0000-0002-6262-7314>

<https://orcid.org/0000-0002-0855-3369>

1. INTRODUCTION

Sharia bank is becoming a well-known bank in Indonesia, where people are mostly Muslims. Sharia bank is one of the economic systems of sharia, a part of Islamic teaching that regulates the economic area. This is embedded in the aspects of comprehensive and universal Islamic teachings. While comprehensive means that Islamic teaching comprehends all aspects of life (social, ritual ...) universal suggests that Islam can be applied every time and everywhere regardless of race, ethnicity, social class or other distinctive factors. This idea is encapsulated in the Islamic principle “*rahmatan lil alamin*” (*mercy to the worlds*). The four main principles that underlie the banking network within the system of sharia are:

1. Non-usury banking
2. Legal business
3. Satisfaction of the contracting parties, and
4. Honest and responsible management of funds.

Based on the development of sharia bank and the society's requirement, the financial services authority (OJK) needs to expend efforts to enable a consistent growth and improvement of sharia bank. OJK's efforts to complete the provisions based on the characteristics of financial services authority regulations (POJK) as the implementing banking law, so it can improve the society's understanding of sharia bank.

To align the existence of sharia banks, OJK and Bank Indonesia cooperate with the Indonesian Ulema Council (MUI). The latter is an institution that supervises the implementation of sharia principles in Indonesia. This cooperation has established the National Sharia Board (DSN) and Sharia Supervisory Board (DPS). DPS is an organ of sharia bank management based in its head-office and in line with the Board of Commissioners. The members of the DPS are nominated during the General Meeting of Shareholders (GMS). The effectiveness of the supervisory functions in the application of Islamic banking and finance in Indonesia remains questionable. Therefore, this research will focus on the supervisory functions exerted by the institutions to whom the task has been appointed.

2. LITERATURE REVIEW

The National Sharia Council (DSN) was established in early 1999. This institution aims to review and formulate the values and principles of Islamic law and oversee the institutionalized transactions and other activities in sharia finance.

In addition to the contriving of an effective sharia banking system, a Sharia Supervisory Council (DPS) is established to superintend the business and operational activities with a fatwa

issued by the DSN. The DPS is in charge of aligning the products and services offered to customers, investments and projects conducted by the bank to the sharia principles and also has to present to the DSN development plan of the bank's products and services.

The Sharia Supervisory Board is an independent institute installed by the National Supervisory Council (DSN) in Islamic banks and other financial institutions. Membership of DPS requires an expertise in sharia muamalah combined with knowledge in the field of banking economy. The main assignment of the DPS is to supervise and maintain the conformity of the bank's business activities with the principles determined by DSN.

3. RESEARCH METHOD

This research uses descriptive and quantitative research methods. Descriptive method utilizes the analysis of the factors related to the problem intended as a supporting data. The technique of data collection is Study Library, which refers to researches conducted by collecting data or materials from a number of literature.

4. DISCUSSION

Based on the article 35 paragraph (1) of PBI No 11/3 / PBI / 2009, in general, the functions of the DPS are providing advice to the Board of Directors and maintaining the bank activities in accordance with the sharia principles. The paragraph (2) states that the implementation of responsibilities of the DPS as mentioned in paragraph (1) includes:

1. Assess and ensure compliance with Sharia Principles on operational guidelines and products issued by banks;
2. Supervise the process of developing new products of banks;
3. Requesting fatwa from the National Sharia Council (DSN) about new products that have no fatwa yet;
4. Conduct the review of Sharia Principle fulfillment on fund raising mechanism and channeling of funds and bank services; and
5. Request informational data related to sharia aspect from bank in their duties.

The Decree of the National Sharia Council of the Indonesian Council of Ulama No. 2/2000 on the Guidelines of the Household of the National Sharia Council of the Indonesian Council of Ulama, stipulates that the DPS in each financial institution has the following main duties:

1. Providing advice to directors, head of sharia business unit and head of sharia financial institution branch on matters with a sharia aspect;

2. Supervising, either actively or passively, the implementation of the National Sharia Council, and directing products and business activities in accordance with the principles of sharia;
3. As a mediator between sharia financial institutions and the National Sharia Council, communicating and suggesting a development of products of Islamic financial institutions that require the study and the fatwa of the National Sharia Council.

In the theory of corporate law, the doctrine of fiduciary duty is the theory, which emphasizes that a person case of performing his duty acts on behalf of the other is based on a trust relationship. The trust relationship entails a trustee and an agent. Based on this, one can conclude that the the responsibility of a DPS in a sharia bank outline consists of two main tasks, namely:

1. Liabilities in the management of a sharia bank (a trustee) by supervising the implementation of sharia principles; and
2. Obligation to perform the functions of representatives of sharia banks (an agent) in the communication of the National Sharia Council of the Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI) and reporting to Bank Indonesia regarding the supervision of the implementation of sharia compliance of an Islamic bank (Harris & Anggoro, 2010:50).

To enforce supervision so that the implementation of banking be in accordance with the principles of sharia and prevailing laws and regulations, the DSN-MUI establishes a DPS in every Islamic financial institution. Thus, the task of the DPS is to carry out the supervisory function of the existing sharia aspects in the banking system; although technically, the supervision of sharia banking remains the authority of the OJK.

This latter issued Regulation of Financial Services Authority No 30 / POJK.05 / 2014 on Good Corporate Governance for Financing Companies. The regulation assigns the DPS in Chapter VII of Article 32 - Article 42. In the case of POJK financing arranged in Article 38, the following:

1. DPS shall perform the duties of supervising and advising the Board of Directors for the activities of Sharia (Islamic) Financing Companies in accordance with Sharia principles;
2. Implementation of the duties of supervising and giving advice by DPS as referred to in paragraph (1) shall be conducted on:
 - a. Sharia financing activities;
 - b. Sharia financing contracts;
 - c. Sharia Financing Marketing Practices

3. In performing the duties of supervision and giving advice as referred to in Paragraph (2), the DPS may be assisted by committee members whose organizational structure is under the Board of Commissioners.

4.1 Sharia Compliance

According to Syarifin, the legal consequence is all the consequences that result from all legal acts committed by the subject the law against the object of law or other consequences caused by certain events by the law concerned has been determined or deemed as a result of law. The consequences of the law itself can be tangible:

1. The incipience, change, or discontinuance of a state of law. For example: an initially legally incompetent young person obtains legal competence by reaching adulthood.
2. The incipience, change, or discontinuance of a legal relationship, between two or more legal subjects, in which the rights and duties of one party deal with the rights and obligations of the other. Example: purchase agreement;
3. The commencement of sanctions if the act is unlawful;
4. Legal consequences arising from the existence of emergency events by the law concerned are regarded as legal effects.

The provisions in Law No 2 of 2014 concerning Amendment to Law No 30 Year 2004, regard Notary Position (UUJN) and the provisions in law No. 21/2008, can be canceled (*vernietigbaar*) or considered null and void (*nietig*), a deed of treaty which does not meet the agreement's legal requirements. An agreement that does not meet the objective requirements, that is certain objects and prohibited power, then the agreement is null and void. Nullifying by law means that the legal act is considered as never existed and is not a legitimate legal product.

An agreement which does not meet the subjective requirements can be canceled only by filling a cancellation request with prove to the court, otherwise the agreement still applies to the parties. After the examination of the agreement or the notary deed, the judge either cancels or declares them null and void . The consequences resulting from a violation of the agreed terms depend on the nature of the violation: either it pertains to subjective or objective requirements. While the former causes the cancellation, the latter causes the agreement to be considered null and void.

Regarding the deed or sharia bank account, the format of the document is not regulated in Law no. 21/2008, the format of the sharia banner agreement is generally uniform and almost the same as the general agreement format, as it is subject to the terms and according to the customs prevailing among Indonesian legal practitioners. Thus, the validity of the sharia bank acts besides the conformance with Article 38 UUJN, requires the bank to respect the principles

of Islamic law. This suggests that the bank's undertakings should not include any element *gharar* (deceptive), *maysir* (gambling), *riba* (interest), *zulm* (unjust), *rishwah* (bribery) or *haram* (prohibited) products and services.

The activities of a sharia bank should be based on the legal rules relating to the procedure of notarial deed and sharia principles. The notary making the Islamic bank deed is required to have a profound comprehension of the contents of sharia bank contract with its customers. In addition to respecting the existing legal principle (law compliance), a notary must also observe sharia principles (sharia compliance) while making a deed. A contract is depicted not violating the principles of sharia if it does not violate the provisions of Article 2 of Law No. 21/2008, pertaining to sharia banking's business activities based on Islamic law, economic democracy, and prudential principles.

Article 1 Sub-Article 13 of Law. 21/2008 states that "a contract is a written agreement between a sharia bank or UUS and any other party which contains rights and obligations for each party in accordance with sharia principles". A contract that does not meet or contains elements non-conform with sharia principles is considered null and void, based on Article 28.3 of the Compilation of Islamic Economic Law (KHES) stating that "a canceled contract is a less harmonious contract and / or conditions". In other words, the deed or contract made by notary which is not in accordance with ruling legal principles or violates the principles of sharia, is null and void.

A customer who engages in fund misuse by conducting prohibited business activities, though the contract is legal and meets the terms and sharia requirements, is said to have contravened the agreement. A breach or default of promise is a case in which a customer does not respect the agreement's requirements and act accordingly.

The Article 36 of KHES mentions that a party is regarded as breaking the agreement by:

1. Failing to do what is promised;
2. Conducting in a different way from what is promised;
4. Not respecting the deadlines; or
5. Engaging in an activity prohibited by the agreement.

The party in a contract failing to meet the promise may be subject to sanctions ranging from the cancellation of the contract, the transfer of risk to paying compensation, fine or court fee. Indemnity payment sanctions are imposed if:

1. A party continuously breaks the agreement;
2. Anything that must be given or made, has exceeded the deadline;

3. A party who breaks a promise cannot prove that the disobedient acts committed are not.

Thus, the legal protection in Islamic banks can be divided into two aspects; namely the protection of internal law and the protection of external law. The former refers to the implementation by the bank of sharia principles (sharia compliance). This is done by means of DPS and sharia bank compliance organs must verify every deed made by a notary before being signed by the bank and the customer. The latter (the protection of external law) has not set specific norms. However, through OJK legal protection can be done by granting the supervisory board the authority to impose sanctions upon a notary who makes a deed which is not in accordance with the principles of sharia (sharia compliance). So far, the existing legal protection has been only in the forefront for customers, but not for sharia banks (such as regulated in laws and POJK regulating consumer protection). Thus, a balanced protection of the law between the bank and its customers is needed in order to develop trustful interactions.

4.2 Sanctions Upon Notary Resulting From Disobedience of Sharia Principles

Sanctions represent an essential part of the law and each law, that prevails in Indonesia, constitutes a sanction. Inclusion of sanctions in the various rules of law is an obligation that must be included in each rule of law, and anyone who violates the rule of law will be sentenced to criminal, civil, and administrative sanctions. Thus, law offenders can be subject to cumulative sanctions. The relevant legal rules cannot be enforced or will not be obeyed unless at the end they include sanctions. Enforcing a rule of law which cannot be imposed and supported by sanctions is pointless.

Sanctions against notaries are provided in Article 84 and Article 85 UUJN, namely:

4.2.1 Civil Sanction

Sanctions in the form of expenses reimbursement, compensation and interest, are imposed when the agreement is judged null and void.

Notary deeds that have perfect proof power, for violating certain provisions, will undermine the value of proofing to have a proof power as a deed under the hand. The notary position of the notary deed which then has the evidentiary power as a deed under the hand, constitutes an appraisal of an evidence. While a deed is null and void, then the deed is considered never existed or never made. Something that is never made cannot be the basis of a claim in the form of reimbursement of costs, compensation, and interest. Therefore, a notary deed that is null and void shall have no effect to provide reimbursement of fees, compensation and interest to the parties in the deed. Reimbursement of costs, damages and interest may be

required to the notary must be based on a legal relationship between a notary and the parties to the notary. If there is party feels harmed directly from a notary deed, hence the concerned can demand the civil litigation to the notary.

Article 84 of the UUJN is stipulated that there are 2 (two) types of civil sanctions, if the notary commits a violation of certain articles, namely:

- a. Notary deeds have evidentiary power as deeds under the hand; and
- b. The notary deed becomes null and void.

4.2.2 Administrative Sanction

In Article 85 UUJN mentioned 5 (five) types of sanctions, namely:

- a. Verbal reprimands;
- b. Written reprimands;
- c. Dismissal with respect;
- d. Dismissal is not honorable.

According to Berge, Law enforcement includes supervision and enforcement of sanctions. Supervision is a preventive and repressive effort to enforce compliance. In the application of administrative sanctions against notaries, who are the watchdog instruments of the Supervisory Council that takes preventive measures to impose compliance, to apply repressive sanctions and to impose compliance in order for sanctions, such sanctions can be implemented. Preventive measures shall be undertaken with a yearly inspection(or at any time deemed necessary) to ensure that notaries exercise their functions according to the Regional Supervisory Board (MPD). Then this latter has to report any suspected criminal element to the National Supervisory Board (MPW). The notary has then to account for the alleged violation of a notary code of ethics or a violation of the execution of a notary. MPW can carry out repressive efforts by imposing sanction in the form of written or oral warning and final sanction (Article 73 paragraph (1) letter e and paragraph (2) UUJN), and propose sanction against notary by Central Supervisory Board (MPP) in the form of:

- a. Temporary dismissal for 3 (three) months up to 6 (six) months; or
- b. Dismissal with dishonor

Sanctions in Articles 85 and 86 of the UUJN comprehend oral reprimands, dishonorable dismissals and internal sanctions. This latter refers to sanctions against a notary for disregarding a series of ordered duty conducts, set for the notary's benefit, in carrying out his duties.

4.2.3 Criminal Sanctions

A notary partial incrimination occurs when:

- a. A deed made by or in the presence of a notary serves as a basis for committing a crime;
- b. A tested legal action of a notary in making a deed or a deed made in his presence does not observe the UUJN requirements;

Such a notary act is not appropriate, according to the authorized institution (in this case the Notary Public Notary) to assess the act of a notary.

The imposition of criminal sanctions on a notary can be made as long as the above limits are transgressed. Thus, a notary, besides fulfilling the formulation of the violation in the UUJN and the Notary Code of Ethics, also has to fulfill the elements mentioned in Article 322 paragraph (1) and (2) of the Criminal Code referring to the disclosure of secrets he is obliged to keep. Criminal sanctions are *ultimum remedium*, the last weapon, after all the attempts or sanctions implied in other branches of the law are considered ineffective or incapable of correcting a criminal action. Therefore, its use should be limited. In other words criminal sanctions should be applied uniquely in case all other kinds are inadequate.

5. CONCLUSION

The Legis Ratio need for the DPS supervision of notary deeds in sharia banks is meant to ensure the implementation of the banking principles of sharia in Indonesia. The implementation of sharia principles in *kaffah* (total Islam) plays a key role in maintaining the reputation and enhancing the public confidence in Islamic financial institutions. However, in practice such efforts should also be in accordance with the application of sharia principles in *kaffah* (total Islam) by the notary who makes the deeds of Islamic banks. The Article 32 No 3 of Law No. 21/2008 grants the DPS the authority to guarantee the respect of Sharia Compliance in the practices of sharia banks. In order to ensure a thorough application of Sharia Compliance, the DPS also oversees the substance of notary deeds related to Islamic banks.

Therefore, the deeds which fail to conform to the principles of sharia are consequently null and void. Expressly, it is said to be discordant and imperfect (implies nullity and voidness) an agreement whose terms are incompatible with the Islamic law requirements. Thus, the importance of observing the tenets of sharia in order to preserve the terms and maintain a harmonious contract is rather clear. Therefore, a synergy between the notary act as the certificate maker and the DPS is required to conduct the verification of the deed.

REFERENCES

- Developing team of Syariah Bank. 2007. Institut Bankir Indonesia, Djambatan, Jakarta, 2007.
- Finance authority regulations No 1/POJK.07/2013 about consumer protection of sector finance.
- Finance authority regulations No 30/POJK.05/2014 about corporate finance company
- Finance authority regulation No 31/POJK.05/2014 about Business of Syariah Finance.
- Harris, F and Anggoro, T. 2010. Hukum Perseroan Terbatas: Kewajiban Pemberitahuan oleh Direksi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hadjon, M. P. 2002. Pengantar Hukum Administrasi Indonesia, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Indonesia Bank No 11/3/PBI/2009 about Syariah Bank.
- Indonesia Bank No 13/23/PBI/2011 about Risk Management for Syariah Bank and Unit of Syariah Business.
- Ishaq. 2009. Dasar-Dasar Ilmu Hukum, Jakarta: Sinar Grafika.
- Kartikasari, N. 2010. Pertanggungjawaban Notaris Dalam Pembuatan Akta dan Akibat Hukumnya, Thesis, Magister of Notary, Law Faculty, Airlangga University, Surabaya.
- Khalil, J. 2002. "Prinsip Syariah dalam Perbankan", Business law journal.20.
- Laws No 21 of 2008 Syariah Bank, Paper of Indonesia Republic 2008 No. 94
- Laws No 2 of 2014 about Amandment of laws No 30 of 2004 about Notary Office, Paper of Indonesia Republic 2014 No 3.
- Pratiwipuspa, L. 2010. Keabsahan Akta Akad Bank Syariah Yang Dibuat Oleh Notaris Yang Tidak Bersertifikat Lembaga Keuangan Syariah, Thesis, Magister of notary, law faculty, Airlangga University, Surabaya.
- Sudarsono, H. 2003. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi, Jogjakarta: Ekonisia.
- Sudarto. 1987. Hukum Pidana I, Badan Penyedia Bahan-Bahan Kuliah Fakultas Hukum Diponegoro University, Semarang, pp.13.
- Supreme Court Regulations No 2 of 2008 about Law Compilation of Syariah Economic.
- Sutedi, A. 2009. Perbankan Syariah, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Syarifin, P. 2009. Pengantar Ilmu Hukum, Bandung: Pustaka Setia.
- Wicaksono, A. D. 2003. Pengawasan Kegiatan Usaha Pada Bank Syariah, Thesis, Law Faculty of Airlangga University.
- Wienantya, A. S. 2009. Sanksi Terhadap Notaris Atas Pelanggaran Kewajiban Terkait Dengan Pembuatan Akta, Thesis, Magister of notary Law faculty, Airlangga University, Surabaya.

Citation: Toklu, İ.T. (2018), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetini Ne Etkiler? Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1081-1100 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.320>

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ NE ETKİLER? DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA¹

İsmail Tamer TOKLU²

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 18/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Dünyanın her yerindeki girişimciler fırsatlardan ve zorunluluktan yararlanarak yeni girişimler peşinde koşmaktadır. Bu girişimler yalnızca bireysel yatırımcılara fayda sağlamakla kalmamakla birlikte, aynı zamanda genel piyasanın verimliliğini ve yenilikçiliğini de artırmaya yardımcı olmaktadır. Araştırmalar çoğu insanın girişimcilik potansiyeline sahip olduğunu ve zamanla bunların girişimcilere dönüştüğünü göstermektedir. Türkiye'nin her ilinde üniversitelerin kurulması ve üniversite sayısındaki niceliksel artışla birlikte mezunlarının girişimciliğe yönelmeleri ülkenin gelişmesine önemli katkılar sağlayabilecektir. Bu çalışma öğrencilerin girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin anlaşılmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yapılan araştırma ile üniversite eğitime yönelik memnuniyet, girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik niyetine etkisi incelenmektedir. Araştırmanın örneklemini Doğu Karadeniz üniversitelerinde iktisadi ve idari bilimlerle ilgili disiplinlerde eğitim gören girişimcilik eğitimi alan son sınıf öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Yüz yüze anket yöntemi ile araştırmanın verileri toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen ilk sonuçlara göre girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmişken, üniversiteden memnuniyetin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi bulunamamıştır. Üniversitelerin pazarlama bakış açısı ile birbirinden farklılaşması ve girişimci odaklı bireyler yetişmesine katkıda bulunmak için gerekli düzenlemeleri yapması ürettiklerine artı bir değer katacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Niyeti, Eğitime Yönelik Memnuniyet, Girişimciliğe Yönelik Tutum, Subjektif Norm, Algılanan Davranışsal Kontrol

JEL Kodlar: L26, M30, M20

WHAT IMPACTS ENTREPRENEURSHIP INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS? A RESEARCH IN EAST-BLACK SEA REGION

ABSTRACT

Entrepreneurs around the world are pursuing new ventures by taking advantage of opportunities and necessities. These initiatives not only help to benefit individual investors, but they also help to increase the efficiency and innovation of the general market. The researches indicate that most people have the entrepreneurial potential and they turn into entrepreneurs over time. The establishment of universities in every province of Turkey and the increase of graduates from the universities can contribute the country's development by orienting them to entrepreneurship. This study aims to contribute to the understanding of the factors affecting students' entrepreneurship intention. The research conducted for this purpose examines the satisfaction towards university

¹ Bu çalışmanın ilk ve özet sürümü Bandırma, Türkiye'de 27-28 Haziran 2018 tarihlerinde gerçekleştirilen International Conference on Empirical Economics and Social Science'da sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Ü. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, ittoku@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7848-4867>

education, the personal attitude toward entrepreneurship behaviour, the subjective norm, and the effect of perceived behavioural control on entrepreneurship intentions. The research sample was selected among the students taking entrepreneurship course in the disciplines of economic and administrative sciences at the universities in the Eastern Black Sea region by using convenience sampling method. Survey data were collected by face-to-face interview method. SPSS and structural equation modelling were employed in the analysis of the data. According to the initial results obtained from the research, personal attitude towards entrepreneurship behaviour, subjective norm and perceived behavioural control were found to be significant on entrepreneurship intention, while the satisfaction from the university did not affect entrepreneurship intention. It is thought that universities differentiating from each other with marketing point of view and making necessary arrangements to reinforce the growth of entrepreneurial oriented individuals could create a plus value for their outputs.

Keywords: Entrepreneurship Intention, Satisfaction towards Education, Entrepreneurship Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control

JEL Codes: L26, M30, M20

1. GİRİŞ

Girişimciler, sorumluluklar alan, çevrelerindeki mevcut fırsatları değerlendirmek suretiyle riskle uğraşan, projelerini başarılı kılmada yenilik ve inovasyon yaparak her zaman iş yaratma sürecinde olan (Johnson, 2001) bireylerdir. Girişimcilik konusuna olan merak son yıllarda artmıştır. Burada merakın, üniversite öğrencilerinin girişimci tutumunu etkileyen araştırmalardan, girişimcilik yeterliliğinin sistematik olarak öğretildiği derslere ve hatta belirli bir çalışma alanı olarak iş kurmaya yönelik araştırmalara kadar çeşitlendiği görülmektedir (Fayolle ve Gailly, 2015; Fenton ve Barry, 2014; Hattab, 2014; Sanchez, 2011; Wu ve Wu, 2008). Girişimcilik bağlamında vatandaşların kendi işlerini kurmaya yönelik niyetleriyle refahı, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı geliştirmekle ilgilenmesi önemli bir iştir (Hindle ve Rushworth, 2000).

Girişimcilik eğiliminin davranışsal nedenlerini açıklamaya yönelik çalışmaların literatürde yaygın olarak tartışıldığı görülmektedir. Burada, Ajzen'in (1991) "Planlı Davranış Modeli" girişimcilik eğitim programında geçerli bir gösterge olduğu kadar aynı zamanda davranışın bir tahmin edicisi olarak da göz önünde bulundurulmalıdır (Fayolle ve Gailly, 2015). Teori, basit olarak bireylerin içinde buldukları sosyal ortamın bir sonucu olarak içselleştirdiği üç konuya dayanır. Burada girişimcilik niyeti bağımlı değişken iken kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol bağımsız değişkendir. Girişimcilik niyeti bu değişkenler arasındaki etkileşimin bir sonucudur.

Girişimcilik, tek seferlik kısa süreli değil, belirli bir zaman aralığı boyunca gerçekleşen bir süreçtir. Bu süreç ne kadar erken başlar ise o kadar ileriye dönük olarak olumlu sonuçlar elde edilebilir. Bölgesel çeşitlilikler de girişimcilikte etkin olabilmektedir. Örneğin, bir bölgedeki kurumsal içeriğin (kültürel, sosyal, politik ve ekonomik) girişimciliği belirlediğini

öne süren Kurumsal İktisat Teorisine³ (Institutional Economic Theory) dikkat çeken bir çalışma birimine göre (Shaw ve Urban, 2011; Linan vd., 2011; Carree vd., 2002) iş kurma yeteneği açısından bölgeler arasında farklılıklar vardır. Diğer bir ifade ile girişimcilik niyetinin öncüllerini bireyin iç ve dış çevre şartlarının şekillendirdiği söylenebilir. Erken örgün eğitimi olarak verilen girişimcilik eğitimi öğrencilerin mevcut tutumlarını etkileyebildiği gibi gelecekteki kariyerleri doğrultusunda bir etki yapabilir ve yetişkin olduklarında da girişimcilik eğilimlerini etkileyebilir (Finisterra do Paco vd., 2011). Bu varsayım eğitim sistemlerinde çeşitli düzeylerde ülkelerin girişimcilik kursları sunmalarına öncülük etmektedir. Son zamanlarda, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda girişimcilik, ekonomik kalkınmadaki işlevi artırmak ve yoksulluğun azaltılması sürecine yardımcı olmak için hem bilim insanları hem de politika yapıcılardan büyük ilgi görmektedir (Tessema, 2012; Kshetri, 2011).

Dünyanın her yerindeki girişimcilerin fırsatlardan ve zorunluluktan yararlanarak yeni girişimler peşinde koştuğu bilinmektedir. Bu girişimler hem bireysel yatırımcılara fayda sağlar, hem de genel piyasanın verimliliğini ve yenilikçiliğini artırmaya yardımcı olur. İnsanların girişimcilik potansiyeline sahip olduğu ve zamanla bunların girişimciliğe dönüştüğü ileri sürülmektedir. Türkiye'nin her ilinde üniversitelerin kurulması ve üniversite sayısındaki niceliksel artışla birlikte mezunlarının girişimciliğe yönlendirilmelerinin ülkenin gelişmesine önemli katkılar sağlaması muhtemeldir.

Girişimcilik niyeti ilgili Türkiye'de yapılan çalışmaların önemli bir kısmının kişilikle ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu araştırma ile girişimcilik bağlamında üniversite eğitimine yönelik memnuniyetin, girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolüne etkisi incelenirken, bunların da girişimcilik niyetine etkisi araştırılmaktadır.

Üniversiteler hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütler olduğundan çıktılarıyla bir değer oluşturmaktadır. Bu değer oluşturduğu memnuniyetin yeterince araştırılmadığı yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmektedir. Üniversitelerin ve verdikleri eğitimlerin girişimcilikle ilgili olarak daha fazla incelenmesi sonucu elde edilen bulguların ülke ekonomisine artı bir değer sunacağı düşünülmektedir. İlave olarak bu çalışmanın sonuçları, ilgili konuların anlaşılmasına önemli bir katkı sağlamakta ve özellikle kamunun eğitimi pazarlamasında yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

³ Yeni Kurumsal İktisat; farklı bilim dallarının birlikte kullanımı ile gündelik hayattaki çeşitli kurumları açıklamaya çalışan disiplinler arası bir girişim (Kama, 2011).

Çalışma bölge gerçeklerini anlamaya yönelik olması bakımından anlamlıdır. Üniversitelerin uzmanlaşmaya başladığı günümüzde buldukları illere katma değer sunmayı hedeflemeleri ilerde önemli sonuçları beraberinde getireceği düşünülmektedir. Sadece uzman eleman olarak yetiştirilmelerinin yanında girişimci bireyler haline dönüşmeleri de iş hayatında yapılacakların girişimci bir ruhla gerçekleştirilmesinin yolunu açacağı ve kalkınmaya daha fazla değer sunacağı düşünülmektedir. Çalışmanın izleyen bölümlerinde araştırmanın teorik geçmişi belirlenerek hipotezler oluşturulmuştur. Sonrasında, metodoloji hakkında bilgiler verilerek hipotezlerin testi ve sonuçları bulgular şeklinde sunulmuştur.

2. TEORİK GEÇMİŞ VE HİPOTEZ OLUŞTURMA

Fırsatları keşfedip ekonomik gelişmeyi kolaylaştırdıklarından girişimciler iddialı ve yenilikçi olarak tanımlanır. Girişimcilik varlık yaratma ve ekonomik kalkınmaya odaklanma olarak görülmektedir (Tilley ve Young, 2009). İşsizlikle uğraşmak, durgun bir ekonomiyi harekete geçirmek, büyümeyi teşvik etmek için girişimcilik faaliyetleri ya da yeni girişim yaratma hemen hemen her ülkede ekonomiyi güçlendirmede uygulanan stratejilerdir. Girişimcilik niyetini etkileyen faktörler aşağıda incelenmektedir.

2.1. Üniversite Eğitime Yönelik Memnuniyet

Ürün (Zeithaml, 1988) ve hizmetler (McDougall ve Levesque, 2000) bağlamında memnuniyet ve satın alma niyetinin temel itici gücü olarak değer kavramının pazarlamacılar için önemli bir konu olduğu ortadadır. Üstün tüketici değerinin sağlanması kuruluşlara birçok faydalar sunmaktadır. Pazarlama aynı zamanda bir değer oluşturup bunu hedef kitleye sunma sanatı olarak da bilinmektedir.

Özellikle, eğitimciler, değer, hem öğrenim deneyimini optimize eden (Unni, 2005) hem de daha yüksek öğrenci memnuniyeti iletebilen hassas eğitim tekliflerini değerlendirebilen bir araç olduğuna işaret etmektedir (LeBlanc ve Nguyen, 1999). Lisans ve yüksek lisans eğitimlerinin ders programlarında değer kavramı bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Değer, öğrencilerin öğrenmeye odaklanacakları pazarlama için temel bir kavramdır ve örgütsel başarı için hayati stratejileri amaçlar (Ledden vd., 2007).

Üniversitelerin verdiği eğitimin bir değer olarak hedef kitle olan öğrenciler nezdinde oluşturduğu memnuniyetin girişimcilik kapsamında incelenmesi gerekir. Karlsson ve Moberg'in (2013) tespitlerine göre girişimcilik eğitime ilgi 1970'lerin ilk yıllarında başlamıştır. Günümüze kadar konuya ilgi sürekli olarak genişleyerek artmış olabilir. Artık çok sayıda üniversite girişimcilik eğitimini vermektedir. Nabi ve Holden (2008), girişimcilik

eğitiminin girişimcilik kariyeri yolunda öğrencileri eğiterek ve geliştirerek, hızla küreselleşen bir pazarda rekabet etmede gerekli beceri ve yeterliliklerle donatacak bir mekanizma olduğunu savunmaktadır. Buradaki temel varsayım, girişimciliğe ilişkin psikolojik özelliklerin kültürel olarak elde edilebilmesidir (Kurato, 2005; Gibb ve Ritchie, 1982). Tersine olarak, eğitimin bireylerin kültürel değerlerini ve dolayısıyla girişimcilik düzeylerini etkileyebileceği de belirtilmektedir (Gurel vd., 2010). Girişimcilik eğitiminin aynı zamanda genel beceri, eğitim ve bilgi sağladığı, böylece bireylerin bir işi örgütleyebileceği, müşteri isteklerini değerlendirebileceği, iş dünyasına erişimi kolaylaştıracağı düşünülmektedir (Raijman, 2001). Girişimcilik eğitimi özellikle de belirli bir tür ve kapsamda ise genel girişimcilik becerilerinde bir artışa katkıda bulunmaktadır (Storen, 2014). Benzer şekilde girişimcilik eğitimi, girişimcilikteki başarı ile bağlantılı özellikleri geliştirebilir ve girişimcilerin daha sonra ihtiyaç duyacağı becerileri sağlayabilir (Finisterra do Paco vd., 2011). Burada girişimciliğin bir süreç olduğu ve buradaki girişimci niyetin girişimcilikteki uzun sürecin ilk adımı olacağı çalışmalarla tespit edilmiştir (Linan ve Chen, 2009; Lee ve Wong, 2004).

Girişimcilik eğitim programları ise, belirli bir dereceye kadar girişimciliğe yönelik eğilimi besler (Iglesias-Sanchez vd., 2016). Eğitim aynı zamanda girişimci olma niyetini belirleyen üç faktör (kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) üzerinde de etkili olabilecek bir değişkendir (Darmanto ve Wahyudi, 2014). Buli ve Yesuf'un (2015) yaptığı çalışmaya göre, girişimcilik davranışına yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrol, girişimcilik niyetinin en öngörülebilir iki değişkenidir. Bu nedenle, müfredat ve içeriğin tasarlanma biçiminde buna uygun olarak dikkat edilmesinin gerekliliği önerilmiştir. Ayrıca, eğitim uygulamasında karar verme, etkili iletişim, girişimci müzakeresi, liderlik, kaynakların etkin ve verimli kullanımı, yeni ürün geliştirme, yaratıcılık, eleştirel düşünme, hizmet temelli ve teknolojik yenilik gibi ders içeriklerinin de yer almasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Öğrencilerin girişimciliğe yönelik bakış açıları ve inançları, onların yakın sosyal ve kültürel çevrelerinin sonuçlarıdır. Öğrencilerin girişimcilik algısında sermaye varlığı, üniversite eğitimi, hayatta kalma ve aşinalık anlamlı faktörlerdir (Obembe vd., 2014).

Çeşitli çalışmalar farklı yöntemler kullanarak girişimcilik niyetini analiz etmek için modeller kullanmıştır. Bazı araştırmalar teoriyi çeşitli üniversitelerde okuyan öğrencilere uygulamışlardır. Wu ve Wu'nun (2008) Şangay'daki bir üniversitenin öğrencilerine; Basu ve Virick'in (2010) ABD'ndeki San Jose üniversitesine; Hattab'ın (2014) bir Mısır üniversitesine ve Malebana'nın (2014) Güney Afrika'daki bir üniversitedeki öğrencilere yaptığı çalışmalar buna örnektir. Yine çok sayıda araştırma (Venesaar vd., 2007; Ramayah ve Harun, 2005;

Veciana vd., 2005; Wang ve Wong, 2004) girişimcilik eğitiminin, cinsiyetin, aile geçmişinin, sermaye mevcudiyetinin ve risk toleransının girişimcilik kavramına etkisini incelemiş ve kabul etmiştir.

2.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyetini açıklamak için birkaç model kullanılmıştır (Fayolle, Linan ve Moriano, 2014). Örneğin, Girişimcilik Etkinlik Modeli (Shapero, 1982), Uygulamalı Girişimci Fikirler Modeli (Bird, 1988) veya Beklenen Faydanın Maksimizasyonu Modeli (Douglas ve Shepherd, 2000) bunlar arasında sayılabilir. Burada Shapero'nun (1982) modeli niyet tabanlı bir modeldir. Girişimcilik niyeti açıklanırken, algılanan arzulanabilirlik, algılanan fizibilite ve harekete geçme eğilimi temel alınmaktadır.

Ancak, yukarıdaki modellerin hiçbiri Ajzen'in (1991) "Planlı Davranış Teorisi" kadar etkili olmamıştır (Moriano vd., 2012; Linan ve Chen, 2009; Van Gelderen vd., 2008; Krueger vd., 2000). Her ne kadar farklı modeller önerilmiş olsa da, bu teori girişimcilik niyetini açıklamada en yaygın olarak kullanılan ve genellikle onaylanmış bir teori olmaya devam etmektedir (Fayolle vd., 2014). Diğer modellerin aksine, bu model sadece kişisel değil, aynı zamanda sosyal faktörleri de dikkate alarak girişimcilik niyetlerini anlamamızı ve öngörmemizi sağlayan tutarlı ve genel olarak uygulanabilir bir teorik çerçeve sunmaktadır (Krueger vd., 2000). Diğer bir ifade ile teori, girişimci olma yeteneğinin algılanmasını ve bir iş kurma eyleminin kontrol edilebilmesini içerir.

Bir iş kavramına yönelik dikkat, tecrübe ve eylemlerini yönlendiren düşünce durumu olan girişimci niyetler, örgütlerin kuruluş biçimlerini ve yönlerini belirlemektedir. Hayatta kalma, gelişme (yazılı planlar dahil), büyüme ve değişim gibi ortaya çıkan örgütsel sonuçlar bu niyetlere dayanmaktadır. Ajzen'in (1991) modeli de niyet tabanlı bir modeldir. Bu model kavramsal olarak bağımsız üç belirleyiciyi kullanır. Bunlar kişinin; 1 (söz konusu davranışı olumlu ya da olumsuz değerlendirmesinin derecesi), 2 (davranışı gerçekleştirecek ya da gerçekleştirilmeyecek sosyal baskı), 3 (davranışı yerine getirmenin algılanan kolaylığı veya zorluğudur). Bunlar sırasıyla kişisel tutumlar, sübjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrol olarak adlandırılır.

Ajzen'in (1991) modelindeki öncüller biraz daha detaylandırılırsa, davranışa yönelik kişisel tutum girişimcilik niyetini belirleyen ilk değişkendir. Bu yapı, ağırlıklı olarak, belirli davranış türlerini gerçekleştirmenin kişisel çekiciliğine odaklanır. Krueger vd. (2000) kişisel tutumun, davranıştan kaynaklanan sonuçların kişisel etkileri hakkındaki beklenti ve inançlara

bağlı olduğunu belirtmektedir. Yeni işlere yönelik bağlılığı ve girişimcilikte ilk adıma karşı olan fedakârlık etme isteğini ölçer (Diaz-Garcia ve Jimenez-Moreno, 2010). Bu yapı belirli bir davranışı gerçekleştirilmede kişisel cazibeye odaklanır. İnsanların girişimciliğe karşı olumlu görüşleri ne kadar elverişli ise, gelecekte girişimcilik davranışları için potansiyelin ortaya çıkma ihtimali de o kadar yüksek olabilir.

Sübjektif norm önemli referans bireylerin veya grupların belirli bir davranışı onaylama veya onaylamama olasılığını ifade eder (Ajzen, 1991). Ya da belirli bir davranışın gerçekleştirilmesinde sosyal baskı ya da başkalarının görüşlerini ifade eder (Diaz-Garcia ve Jimenez-Moreno, 2010; Linan ve Chen, 2009). Öğrenciler bir girişimde bulunurken, ebeveynler, arkadaşlar veya önemli sosyal etkileyciler gibi herhangi bir rol modeli ya da mentorun fikirlerine değer verir (Krueger vd., 2000). Bu, aile, arkadaşlar, diğer öğrenciler ya da çalışma arkadaşları gibi kişiye en yakın insanlardan algılanan desteği ifade eder.

Algılanan davranışsal kontrol ise şu şekilde ifade edilebilir. Akademisyenler bireyin çevresinin, kaynaklarının ve süreçlerinin girişimci olma niyetleri üzerinde daha derin bir etkiye sahip olabileceğini savunur (Solevik vd., 2014). Planlı Davranış Teorisine göre, girişimcilik niyetinin nihai belirleyicisi, gerekli kaynakların mevcudiyeti ve girişim yaratma fırsatları ile ilgilidir. Gerekli kaynakların ve fırsatların varlığı ya da yokluğu (Ajzen, 1991) ya da davranışı yerine getirmede algılanan kolaylığı/zorluğu (Van Gelderen vd., 2008) ile ilgilidir. Bireyin girişimci olmayı kolay ya da zor olarak algılamasının yanı sıra, sorunları aşma ve bir iş kurma ile ilgili riski kabul etmesi durumunda kabul edilebilir bir başarı derecesi elde etme konusundaki görüşleridir. Girişimciliğe yönelik tutum, dışsal değişkenler (durumsal ve sosyal) ile birlikte bir düşünme ve davranış biçiminin (kişilik) bir sonucudur ve bunlar girişimci davranışı tahmin etmek için oluşturulan modellerin temelidir (Krueger vd., 2000).

Bu teorik temeller eşliğinde araştırmanın hipotezleri aşağıda verilmektedir.

H₁: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutumu etkiler.*

H₂: *Girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum girişimcilik niyetini etkiler.*

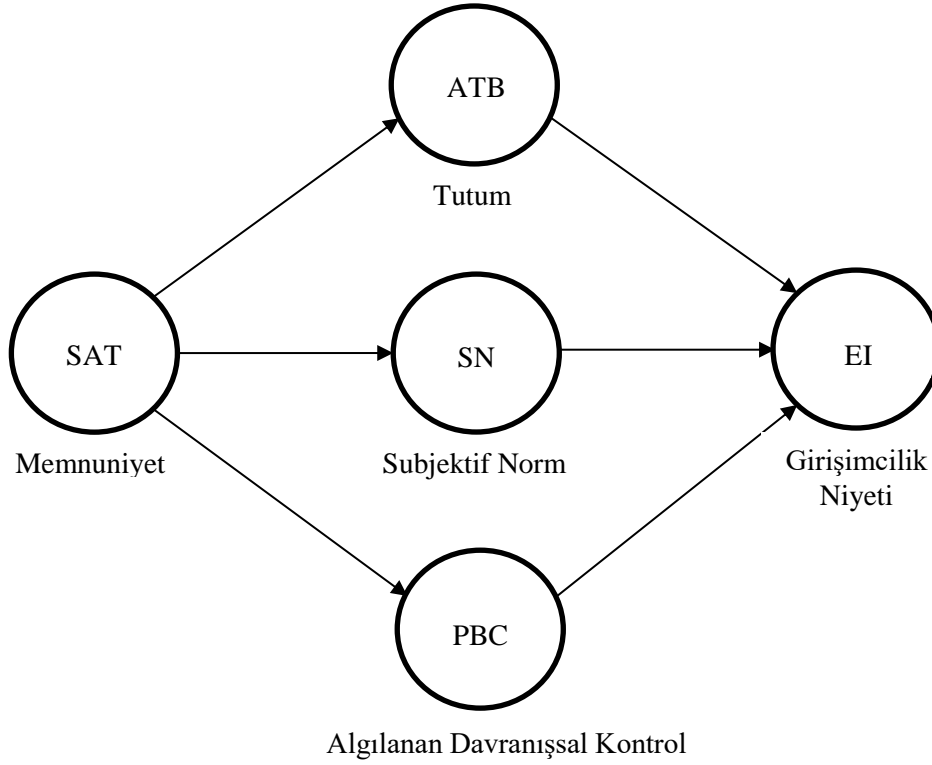
H₃: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet sübjektif normu etkiler.*

H₄: *Sübjektif norm girişimcilik niyetini etkiler.*

H₅: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet algılanan davranışsal kontrolü etkiler.*

H₆: *Algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyetini etkiler.*

Oluşturulan kavramsal modele göre girişimcilik bağlamında üniversite eğitime yönelik memnuniyet kişisel tutumu etkiler, kişisel tutum da girişimcilik niyetini etkiler. Girişimcilik bağlamında üniversite eğitime yönelik memnuniyet sübjektif normu etkiler, sübjektif norm da girişimcilik niyetini etkiler. Benzer şekilde, üniversite eğitime yönelik memnuniyet algısal davranışsal kontrolü etkiler, algısal davranışsal kontrol da girişimcilik niyetini etkiler. Şekil 1 kavramsal modeli göstermektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3. METODOLOJİ

Araştırmanın değişkenleri literatürde var olan ölçeklerden oluşturulmuştur. Eğitime yönelik memnuniyet için Halstead vd. (1994) tarafından geliştirilen ve Ledden vd.'nin (2007) değişiklik yaptığı ölçek kullanılmıştır. Davranışa yönelik kişisel tutum için Ajzen (1991) çalışması temelinde oluşturulan Maresch vd.'nin (2016) de kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilik niyeti için ise Buli ve Yesuf (2015) tarafından kullanılan ölçeklerden yararlanılmıştır. Anket sorularının tasarımında 7'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Burada 1 kesinlikle katılmıyorum, 7 ise kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlandırılmıştır.

Iglesias-Sanchez vd. (2016) üniversitelerde iktisadi ve idari bilimler programlarında okuyan girişimcilik eğitimi almış öğrencilere odaklanarak girişimcilik eğilimi ve bu programların etkisini araştırırken, girişimcilik niyeti ve davranış üzerine yapılan araştırmaların ağırlıklı olarak MBA öğrencilerine (Zao vd., 2005; Barbosa vd., 2007) ve girişimcilere (McGee vd., 2009) odaklandığını iddia etmiştir.

Bu çalışmanın verileri Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi ve Artvin Çoruh Üniversitesi dört yıllık İşletme ile Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu programlarında eğitim gören girişimcilik eğitimi almış son sınıf öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yüz yüze yapılan anketlerden elde edilmiştir.

203 kişinin katıldığı anket 15-30 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Toplanan anketlerden 13 tanesi kullanılabilir nitelikte olmadığından (eksik/hatalı) elenerek değerlendirme dışı kalmıştır. Geriye kalan 190 anketle analizler yapılmıştır. Modelin analiz edilmesinde IBM SPSS v23 programı ve küçük örneklem sayısı ile çalışabilen ve parametrik olmayan (Hair vd., 2014) SmartPLS Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmıştır.

4. ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 1 araştırmaya katılanların tanımlayıcı istatistikleri vermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistikleri

Demografik Özellikler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	115	60,5
	Erkek	75	39,5
İş Tecrübesi	Tecrübesiz	135	71,1
	5 yıldan az	35	18,4
	5-10 yıl	20	10,5
Coğrafi Bölge	Karadeniz	105	55,3
	Marmara	30	15,8
	Ege	5	2,6
	Akdeniz	10	5,3
	İç Anadolu	25	13,1
	Güneydoğu Anadolu	10	5,3
Ailenin Yaşadığı Yer	Doğu Anadolu	5	2,6
	Köy	40	21,1
	İlçe	100	52,6
	İl	50	26,3
Ailenin Geçim Kaynağı	Çiftçi	45	23,7
	İşçi	70	36,8
	Memur	30	15,8
	Esnaf	40	21,1
	Zanaatkâr	5	2,6

21-30 yaş aralığında olan katılımcıların %60,5'i kadın ve %39,5'i de erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %71,1'i bir iş tecrübesine sahip değilken, %18,4'ü 5 yıldan az, %10,5'i de 5-10 yıl arasında bir iş tecrübesine sahiptir. Katılımcıların %55,3'ü Karadeniz, %15,8'i Marmara, %2,6'sı Ege, %5,3'ü Akdeniz, %13,2'si İç Anadolu, %5,3'ü Güneydoğu Anadolu, %2,6'sı da Doğu Anadolu bölgesindedir. Katılımcıların %21,1'i köy, %52,6'sı ilçe ve %26,3'ü de il merkezinden gelmektedir. Ailelerinin %23,7'si çiftçi, %36,8'i işçi, %15,8'i memur, %21,1'i esnaf ve %2,6'sı da zanaatkârdır.

4.1. Verilerin Analizi

Modelin analizinde ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki aşama vardır. Burada, gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki ilişki ilk aşamada değerlendirilirken, yapı ölçümlerinin geçerliliği ve güvenilirliği ikinci aşamada değerlendirilir. Modeldeki ilişkilerin değerlendirilmesinde yapının güvenilir ve geçerli olması gerekir (Hulland, 1999). Modelin öngörü yeteneği yol katsayıları ile tespit edilir.

4.2. Ölçüm Modeli

Ölçüm modelinin kalitesi için yapıların Yakınsak (Convergent) ve Ayırma (Discriminant) geçerlilikleri ve ölçek güvenilirliği test edilir. PLS'de faktörlerin güvenilirliği için gizil yapıların faktör yükleri incelenir, kıstas minimum 0,50 olarak tavsiye edilir (Hulland, 1999).

Yapı geçerliliğinde yakınsak ve ayırma geçerliliği kullanılır. Yakınsak geçerlilik için madde güvenilirliği, bütünlük güvenilirlik ve açıklanan ortalama varyans (AVE) olmak üzere üç test kullanılır. Yapının madde yüklerinde 0,70'in altında kalan maddelerin analizden çıkarılması güvenilirliği artırır. Tablo 2 madde yüklerinin yanında güvenilirlik, Cronbach'ın Alpha katsayısı, Kompozit güvenilirlik ve AVE değerlerini vermektedir. Anlamlılık testinde ise T testi kullanılmış ve yapının anlamlı olduğu teyit edilmiştir.

Madde güvenilirliğinde dış yüklerin karesi alınarak oluşan katsayıların 0,70 ve üzeri olması beklenir. Keşifsel bir araştırmada 0,40 ve üzeri bir değer de kabul görmektedir (Hulland, 1999). Bu çalışmada en düşük değer 0,560 olduğundan model güvenilir olarak kabul edilmiştir.

Cronbach'ın Alfa katsayısı 0,838'in üzerinde olduğundan kompozit güvenilirlik için yeterlidir. Cronbach'ın Alfa katsayısı içsel uyum güvenilirliğini ölçmede kullanıldığından literatür kompozit güvenilirliği önermektedir (Hair vd., 2012; Bagozzi ve Yi, 1988). Modelde tüm kompozit güvenilirlikler eşik değer olan 0,700'ün üzerinde olduğundan kabul edilmiştir.

Yakınsak geçerlilik için AVE değerleri kullanılmıştır. Modelin AVE değerleri eşik değeri olan 0,500'ün üzerinde olduğundan yakınsak geçerliliği teyit edilmiştir. Tablo 2 teyit edilen ölçüm modelindeki madde güvenilirliği, Cronbach'ın Alpha katsayısı, kompozit güvenilirlik ve AVE değerlerini vermektedir.

Tablo 2. Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

Gizil Değişken	Madde	Yükler	Madde Güvenilirliği	Cronbach's Alpha	Kompozit Güvenilirlik	AVE
MEMNUNİYET (SAT)	SAT1	0,933	0,870	0,868	0,918	0,789
	SAT2	0,904	0,817			
	SAT3	0,825	0,681			
TUTUM (ATB)	ATB1	0,784	0,615	0,894	0,922	0,704
	ATB2	0,859	0,738			
	ATB3	0,885	0,783			
	ATB4	0,866	0,750			
	ATB5	0,797	0,635			
SUBJEKTİF NORMLAR (SN)	SN1	0,981	0,962	0,838	0,910	0,836
	SN2	0,843	0,711			
ALGILANAN DAVRANIŞSAL KONTROL (PBC)	PBC2	0,819	0,671	0,841	0,893	0,676
	PBC3	0,849	0,721			
	PBC4	0,868	0,753			
	PBC5	0,748	0,560			
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ (EI)	EI1	0,818	0,669	0,919	0,939	0,756
	EI2	0,893	0,797			
	EI3	0,883	0,780			
	EI4	0,896	0,803			
	EI6	0,855	0,731			

Tablo 3 Fornell ve Larcker'in (1981) kılavuzu ile uyumlu olarak her bir ölçeğin ölçümündeki ayırma geçerliği değerlerini göstermektedir. Matrisin çaprazındakiler \sqrt{AVE} değerini gösterir. Çaprazdaki tüm değerlerin kendi satır ve sütunundaki diğer değerlerden daha yüksek olması ölçeğin ayırma geçerliliği için gereklidir. Buna göre ayırma geçerliliğinin teyit edildiği görülmektedir.

Tablo 3. Ayırma Geçerliliğinin Kontrolü İçin Fornell-Larcker Kıstas Analizi

	ATB	EI	PBC	SAT	SN
ATB	0,839				
EI	0,721	0,870			
PBC	0,669	0,635	0,822		
SAT	0,479	0,337	0,481	0,888	
SN	0,439	0,223	0,386	0,190	0,915

4.3. Yapısal Model

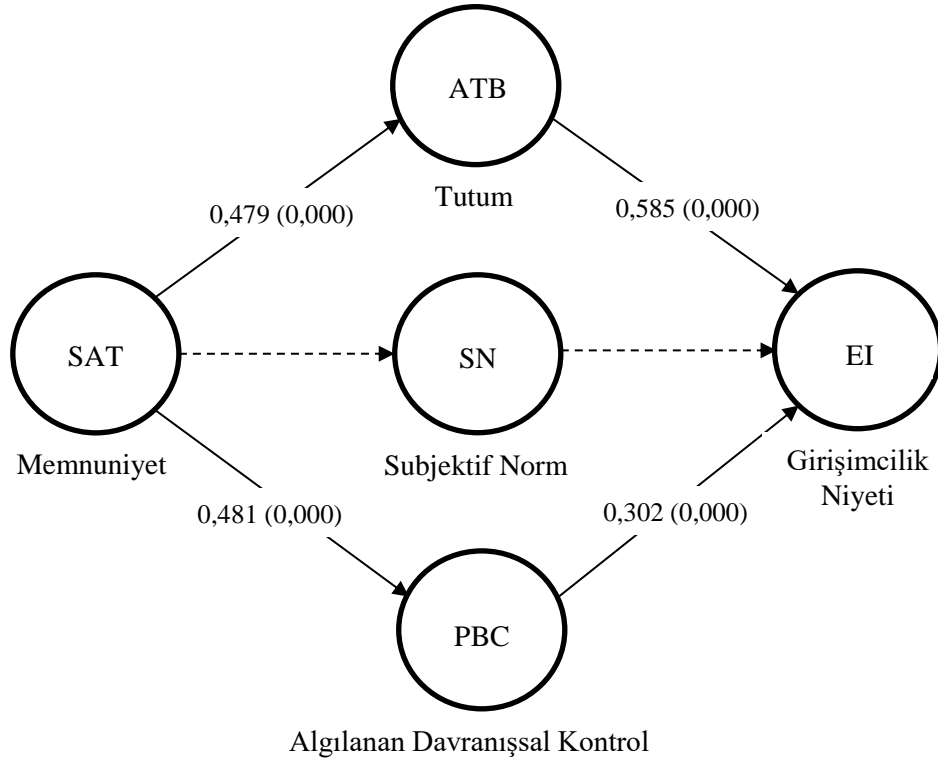
Yapısal modelin açıklayıcı gücü için R^2 değerleri kullanılmıştır. %10'luk bir R^2 değeri uygun bir açıklama olarak değerlendirilebilir. Tutumdaki (ATT) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,230$; Algılanan Davranışsal Kontroldeki (PBC) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,232$; Sübjektif Normdaki (SN) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,036$; Girişimcilik Niyetindeki (EI) değişimi ise Tutum (ATB), Algılanan Davranışsal Kontrol (PBC) ve Sübjektif Normun (SN) $R^2 = 0,580$ ile açıklandığı görülmektedir. Buna göre yapısal model yeterli açıklayıcı güce sahiptir.

T-İstatistiği modeldeki yolların/ilişkilerin istatistiksel anlamlılığında kullanılmıştır. Buna göre, memnuniyet ile tutum arasındaki yol ($t = 5,606$; $p = 0,000$) yüksek bir şekilde anlamlı olduğundan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Tutum ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 6,294$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H2 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Memnuniyet ile sübjektif norm arasındaki yol ($t = 1,205$; $p > 0,05$) anlamlı olmadığından H3 hipotezinin desteklenmediği tespit edilmiştir. Sübjektif norm ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 1,738$; $p > 0,05$) anlamlı olmadığından H4 hipotezinin desteklenmediği belirlenmiştir. Memnuniyet ile algılanan davranışsal kontrol arasındaki yol ($t = 5,678$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H5 hipotezinin desteklendiği görülmüştür. Algılanan davranışsal kontrol ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 3,739$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H6 hipotezinin desteklendiği görülmüştür. T-İstatistiği sonuçları Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Yol Katsayılarının T-İstatistikleri

Hipotez	Stdβ	Örnek Ort.	Std. Hata	T İst.	p Değ.	Sonuç
H1: SAT→ATB	0,479	0,477	0,085	5,606	0,000	Desteklendi
H2: ATB→EI	0,585	0,570	0,093	6,294	0,000	Desteklendi
H3: SAT→SN	0,190	0,208	0,157	1,205	0,229	Desteklenmedi
H4: SN→EI	-0,151	-0,136	0,087	1,738	0,083	Desteklenmedi
H5: SAT→PBC	0,481	0,484	0,085	5,678	0,000	Desteklendi
H6: PBC→EI	0,302	0,317	0,081	3,739	0,000	Desteklendi

Şekil 2 bu sonuçlara göre yeniden düzenlenen yapısal modeli göstermektedir.



Şekil 2. Yapısal Model Sonuçları

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada girişimcilik niyetini etkileyen faktörler incelenmiştir. Üniversitelerin bir amacı da girişimci bireyler yetiştirerek ülkenin kalkınmasında önemli görevler üstlenmektir. Üniversitelerde verilen girişimcilik dersleri girişimcilik niyetini geliştirmede uzun bir sürecin bir parçası olarak görülmektedir. Çalışmada girişimci olma yeteneğini algılamayı ve bir iş kurma eylemini kontrol edebilmeyi ifade eden Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisi kullanılmıştır. Kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyetinin öncülleridir. Girişimci olma niyetini belirleyen bu üç faktör, örneğin eğitim gibi doğrudan bir etkisi olabilecek diğer değişkenler tarafından düzenlenir (Darmanto ve Wahyudi, 2014). Araştırmanın modeline üniversite eğitime yönelik memnuniyet değişkeni ilk öncül olarak ilave edilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre memnuniyet tutumu etkilemektedir. Tutum da girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir. Ajzen'in (1991) modelinin ilk değişkeni girişimciliğe yönelik tutumdur. İnsanların girişimciliğe karşı olumlu görüşleri ne kadar elverişli ise, gelecekte girişimcilik davranışları için potansiyelin ortaya çıkması ihtimali de o kadar büyük olabilir. Bu tutum, dışsal değişkenler (durumsal ve sosyal) ile birlikte bir düşünme ve davranış biçiminin

(kişilik) bir sonucudur ve bunlar girişimci davranışı tahmin etmek için oluşturulan modellerin temelidir (Krueger vd., 2000).

İkinci değişken olan sübjektif norm üzerinde memnuniyetin etkili olmadığı bulunmuştur. Benzer şekilde sübjektif normun da girişimcilik niyeti üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir. Sübjektif norm, aile, arkadaşlar, diğer öğrenciler ya da çalışma arkadaşları gibi kişiye en yakın insanlardan algılanan desteği ifade eder. Bir işe başlama niyeti ile kişinin davranışının en yakınlarının beklenti, baskı ve onayı arasında bir bağlantı kurar. Sübjektif normların girişimcilik niyeti üzerinde etkili olamaması toplum olarak girişimcilik konusunun gündemimizi işgal etmemesinin bir sonucu olabilir. Araştırmanın örnekleminde ebeveynlerin meslekleri incelendiğinde yalnız %21,1'inin esnaf olduğu gözlenmektedir. Diğerleri ise çiftçi, işçi, memur ve zanaatkar ailelerdir. Çalışan bir sınıfın üyesi olmaları bu sonucun alınmasında etkili olabilir. Ailelerin son yıllarda çocuklarını memur olmak üzere üniversite okumaya teşvik etmeleri bunda etken olabilir. Girişimcilik bir kültür olduğundan yaşanılan çevre sübjektif normu olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Topluma maaşlı bir işin cazip gösterilmesi girişimcilik niyeti üzerinde olumsuz etki oluşturabilmektedir. Girişimci rol modellerinin topluma daha fazla pazarlanması ile bu algının olumlu yönde değişmesi sağlanabilir.

Üçüncü değişken olan algılanan davranışsal kontrolü memnuniyetin etkilediği ve girişimcilik niyetinde algılanan kontrolün etkili olduğu bulunmuştur. Algılanan davranışsal kontrol, kişinin girişimci olmayı kolay ya da zor olarak algılamasının yanı sıra, sorunları aşma ve bir iş kurma ile ilgili riski kabul etmesi durumunda kabul edilebilir bir başarı derecesi elde etme konusundaki görüşleridir.

Sübjektif norm dışında elde edilen sonuçlar literatür ile uyumludur. Buli ve Yesuf'un (2015) yaptığı çalışmada da girişimcilik davranışına yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik niyetinde en öngörülebilir iki değişken olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Ekici ve Turan'ın (2017) yaptıkları çalışmada da diğerlerinin etkileri desteklenirken, sübjektif normun girişimcilik niyetine etkisi desteklenmemiştir.

Girişimcilik kişisel niteliklerle ilişkili olmakla birlikte toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel ortamıyla da bir bağa sahiptir (Aytaç ve İlhan, 2007). Kamu sektörü Türkiye'de önemli bir istihdam sağlayıcıdır. Kamunun küçülme politikalarının da bir sonucu olarak girişimcilik desteklenmektedir. Çeşitli teşvikler girişimcilere sunulmaktadır. Öğrencilerin genel olarak girişimcilik ilgilerinin düşük düzeyde çıkması (Bilge ve Bal, 2012) bazı sorunların olduğunu göstermektedir. Gerek bu algı ve kişisel nitelikler gerekse de toplumun sosyo ekonomik yapısı

ve kültürünü olumsuzdan olumluyu dönüştürmede mücadele için üniversitelerin müşterisi olan öğrencileri girişimci odaklı olarak yetiştirmeleri kalkınmaya önemli bir destek olacaktır. Üniversitelerin de bu yönelime sahip olmaları cesaretlendirilmelidir.

Her araştırmanın olduğu gibi bu araştırmanın da sınırları mevcuttur. Araştırma sınırlı sayıdaki katılımcı ile sadece girişimcilik eğitimi almış işletme ve uygulamalı bilimler öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Farklı bölgelerdeki farklı disiplinlerdeki öğrenci grupları için farklı sonuçlar elde edilebilir.

EK 1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLER VE MADDELERİ

Eğitime yönelik memnuniyet (SAT)

SAT1 Her şey göz önüne alındığında, şimdiye kadar aldığım derslerden memnunum

SAT2 Genel olarak, bu zamana kadar üniversitedeki eğitim tecrübemden memnunum

SAT3 Bu üniversiteye girme kararım akıllıca bir karar oldu

**SAT4 Tekrar yapmak zorunda kalsam, yine bu okulu seçerdim*

Davranışa yönelik kişisel tutum (ATB)

ATB1 Bir girişimci olmak benim için, dezavantajdan daha çok avantaj anlamına gelmektedir

ATB2 Girişimcilik kariyeri benim için caziptir

ATB3 Fırsat ve kaynaklara sahip olsaydım, bir şirket kurmak isterdim

ATB4 Girişimci olmak benim için büyük bir memnuniyet oluşturur

ATB5 Çeşitli seçenekler arasında, ben daha çok girişimci olmayı tercih ederim

Sübjektif norm (SN)

SN1 Bir girişimci olsa idim, yakın ailemin buna tepkisi olumlu olurdu

SN2 Bir girişimci olsa idim, yakın arkadaşlarının buna tepkisi olumlu olurdu

**SN3 Bir girişimci olsa idim, benim için önemli olan insanların buna tepkisi olumlu olurdu*

Algılanan davranışsal kontrol (PBC)

**PBC1 Bir iş (işletme) kurmak ve çalışmaya devam etmek benim için kolay olacaktır*

PBC2 Yaşayabilir bir iş kurmaya hazır hissediyorum.

PBC3 Yeni bir işletmenin yaratılış (ortaya çıkış) sürecini kontrol (idare) edebilirim

PBC4 Bir iş kurmak için gerekli pratik (uygulanabilir) ayrıntıları biliyorum

PBC5 Girişimci bir projenin nasıl geliştirileceğini bilirim

**PBC6 Eğer bir iş kurmak için girişimde bulunmuş olsaydım, başarıya ulaşma şansım yüksek olurdu*

Girişimcilik niyeti (EI)

EI1 Girişimci olmak için gerekli her şeyi yapmaya hazırım

EI2 Profesyonel hedefim bir girişimci olmaktır

EI3 Kendi işimi kurmak ve çalıştırmak için her türlü çabayı göstereceğim

EI4 Gelecekte bir işletme yaratmaya (kurup geliştirmeye) kararlıyım

**EI5 Çok ciddi bir şekilde bir iş kurmayı kafamdan geçirdim*

EI6 Bir gün bir iş kurmak için kararlıyım

**Faktör yükleri düşük olduğu için kaldırılmıştır.*

KAYNAKÇA

- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007), “Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 101-120.
- Azjen, I. (1991), “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2), 179-211.
- Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988), “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H. and Yi, Y. (1989), “An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship”, *Journal of Economic Psychology*, 10 (1), 35-62.
- Barbosa, S.D., Gerhard, M.W. and Kickul, J.R. (2007), “The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self efficacy and entrepreneurial intentions”, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13 (4), 86-104.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012), “Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16, 131-148.
- Bird, B. (1988), “Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention”, *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Buli B.M. and Yesuf, W.M. (2015), “Determinants of entrepreneurial intentions Technical-vocational education and training students in Ethiopia”, *Education + Training*, 57 (8/9), 891-907.
- Carree, M., Stel, A., Thurik, R. and Wennekers, S. (2002), “Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996”, *Small Business Economics*, 19 (3), 271-297.
- Darmanto, S. and Wahyudi, S. (2014), “Developing Intention and entrepreneurial behavior. Through the mediating role of entrepreneurial self efficacy maturity (an empirical study on University Students in Semarang, Indonesia)”, *SSRN Working Paper Series*, 2, 39-50.
- Diaz-Garcia, M.C. and Jiménez-Moreno, J. (2010), “Entrepreneurial intention: the role of gender”, *International Entrepreneurship Management Journal*, 6 (3), 261-283.
- Douglas, E. J. and Shepherd, D. A. (2000), “Entrepreneurship as utility-maximizing response”, *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 231-251.
- Ekici, E. Turan, M. (2017), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi Ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü”, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 201-215.
- Fayolle, A. and Gailly, B. (2015), “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: hysteresis and persistence”, *Journal of Small Business Management*, 53 (1), 75-93.
- Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006), “Assessing the impact of entrepreneurship education programs: a new methodology”, *Journal of European Industrial Training*, 39 (9), 701-720.

- Fayolle, A., Linan F. and Moriano, J.A. (2014), "Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10 (4), 679-689.
- Fenton, M. and Barry, A. (2014), "Breathing space – graduate entrepreneurs perspectives of entrepreneurship education in higher education", *Education+Training*, 56 (8/9), 733-744.
- Finisterra Do Paco, A.M., Matos Ferreira, J., Raposo, M., Gouveia Rodrigues, R. and Dinis, A. (2011), "Behaviours and entrepreneurial intention: empirical findings about secondary students", *Journal International of Entrepreneurship*, 9 (1), 20-38.
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating structural models with unobservables variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gibb, A. and Ritchie, J. (1982), "Understanding the process of starting small business", *European Small Business Journal*, 1 (1), 26-45.
- Gurel, E., Altinay, L. and Daniele, R. (2010), "Tourism students' entrepreneurial intentions", *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 646-669.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2014), *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Mena, J.A. (2012), "An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (3), 414-433.
- Hattab, H.W. (2014), "Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Egypt", *Journal of Entrepreneurship*, 23 (1), 1-18.
- Hindle, K. and Rushworth, S. (2000), *Global Entrepreneurship Monitor* Hawthorne, Swinburne University of Technology Australia, Victoria.
- Hulland, J. (1999), "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies", *Strategic Management Journal*, 20 (2), 195-204.
- Iglesias-Sanchez, P.P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A.P. and Kokash, H. (2016), "Impact of entrepreneurship programmes on university students", *Education + Training*, 58 (2), 209-228.
- Johnson, J. (2001), "What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organizations", *Industrial and Commercial Training*, 33 (4), 135-140.
- Kama, Ö., "Yeni Kurumsal İktisat Okulunun Temelleri", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 183-204.
- Karlsson, T. and Moberg, K. (2013), "Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting", *The International Journal of Management Education*, 11(1), 1-11.
- Krueger, N.F. Jr, Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411-432.

- Kshetri, N. (2011), "Institutional and economic foundations of entrepreneurship in Africa: an overview", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16 (1), 9-35.
- Kurato, D.F. (2005), "The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), 577-597.
- LeBlanc G. and Nguyen N. (1999), "Listening to the customer's voice: examining perceived service value among business college students", *International Journal of Educational Management*, 13(4), 187-198.
- Ledden, L., Kalafatis, S.P. and Samouel, P. (2007), "The relationship between personal values and perceived value of education", *Journal of Business Research*, 60, 965-974.
- Lee, S.H. and Wong, P.K. (2004), "An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective", *Journal of Business Venturing*, 19 (1), 7-28.
- Linan, F. and Chen, Y. (2009), "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.
- Linan, F., Urbano, D. and Guerrero, M. (2011), "Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain", *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23 (3/4), 187-215.
- Malebana, J. (2014), "Entrepreneurial intentions of South African rural university students: a test of the Theory of Planned Behaviour", *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6 (2), 130-143.
- McDougall G.H.G. and Levesque T. (2000), "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation", *Journal of Services Marketing*, 14 (5), 392-410.
- Mcgee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. and Sequeira, J.M. (2009), "Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (4), 965-988.
- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. and Zarafshani, K. (2012), "A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention", *Journal of Career Development*, 39 (2), 162-185.
- Nabi, G. and Holden, R. (2008), "Graduate entrepreneurship: intentions, education and training", *Education + Training*, 50 (7), 545-551.
- Obembe, E., Otesile, O. and Ukpong, I. (2014), "Understanding the students' perspectives towards entrepreneurship" *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 5-11.
- Raijman, R. (2001), "Determinants of entrepreneurial intentions: mexican immigrants in Chicago", *Journal of Socio-Economics*, 30 (5), 393-411.
- Ramayah, T. and Harun, Z. (2005), "Entrepreneurial intention among the student of Universiti Sains Malaysia", *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1, 8-20.
- Sanchez, J.C. (2011), "University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), 239-254.
- Shapero, A. (1982), *Social dimensions of entrepreneurship*. In C. A. Kent, D. L. Sexton, and K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship (72-90)*. Englewood Cliffs: Prentice Hall. (In Fayolle vd., 2014)

- Shaw, G. and Urban, B. (2011), "The influence of the institutional environment on entrepreneurial intentions in an emerging economy", International Council for Small business, ICSB World Conference Proceedings, 1-36.
- Solesvik, M., Westhead, P. and Matlay, H. (2014), "Cultural factors and entrepreneurial intention", Education+Training, 56 (8/9), 680-696.
- Storen, L.A. (2014), "Entrepreneurship in higher education", Education + Training, 56 (8/9), 795-813.
- Tessema, G.D. (2012), "The Context of entrepreneurship education in Ethiopian universities", Management Research Review, 36 (3/4), 225-244.
- Tilley, F. and Young, W. (2009), "Sustainability Entrepreneurs - Could they be the True Wealth Generators of the Future?", Greener Management International, 55, 79-92.
- Unni, R.M. (2005), "Value perceptions and retention of textbooks among marketing and other business majors", Marketing Education Review, 15 (2), 71-79.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. and van Gils, A. (2008), "Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour", Career Development International, 13 (6), 538-559.
- Veciana, J. M., Aponte M. and Urbano, D. (2005), "University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison", International Entrepreneurship and Management Journal, 1 (2), 165-182.
- Venasaar, U., Kolbre, E. and Piliste, T. (2007), Students' Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology, TUTWPE, 154, 97-114.
- Wang, C.K. and Wong, P.K. (2004), "Entrepreneurial interest of university students in Singapore", Technovation, 24 (2), 163-172.
- Wu, S. and Wu, L. (2008), "The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China", Journal of Small Business and Enterprise Development, 15 (4), 752-774.
- Zeithaml, V. A. (1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". Journal of Marketing, 52 (3), 2-22.
- Zhao, H., Seibert, S.E. and Hills, G.E. (2010), "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review", Journal of Management, 36 (2), 381-401.

Citation: Rüzgar N. (2018), Hizmet Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletme Yöneticilerinin, Mintzberg Taksonomisine Göre Üstlendikleri Roller, İnsan Kaynaklarının İçsellik Ve Dışsallık Statüsü Algısına Etkisi: Bir Uygulama, BMIJ, (2018), 6(4): 1101-1117 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.325>

HİZMET SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN, MINTZBERG TAKSONOMİSİNE GÖRE ÜSTLENDİKLERİ ROLLERİN, İNSAN KAYNAKLARININ İÇSELLİK VE DIŞSALLIK STATÜSÜ ALGISINA ETKİSİ: BİR UYGULAMA

Nilüfer RÜZGAR¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 07/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 14/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde, çalışanların müşterilerle yüz yüze olmalarından dolayı, insan kaynaklarının davranışsal yaklaşımlarla örgütle bütünleştirilmesi, büyük önem arz etmektedir. İçsellik ve dışsallık statüsü, bu davranışsal yaklaşımlar arasındadır. Değerli olduğunu ve önemli görevler üstleneceğini düşünen çalışan, içsellik statüsü elde edip performansını yükseltmektedir. Dışsallık statüsü algısına sahip olan çalışan ise, düşük performansa sahip olmakta ve dolayısıyla sunduğu hizmetin kalitesini düşük tutarak örgütsel etkinliği olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bununla beraber çalışan, liderinin sergilediği rol bağlamında da örgüt içerisindeki statüsünü algulamakta ve içsellik ya da dışsallık statüsü hissedebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütlerin yöneticilerinin Mintzberg taksonomisine göre üstlendikleri rollerin, çalışanların içsellik ve dışsallık statüsü algısına etkisini araştırmaktır. Bu amaçla, hizmet sektöründe faaliyet gösteren zincir bir otelin Yalova halkasında anket uygulaması yapılmış olup anketler; Sharp 'ın (1993) 46 adet sorudan oluşan ve yöneticilerin örgütteki rollerini belirlemeyi hedefleyen Yönetici Roller Ölçeği; Stamper ve Masterson (2002) tarafından geliştirilen ve 6 ifadeden oluşan, çalışanların içsellik ve dışsallık algılarını ölçmeye yönelik Algılanan Örgütsel Aidiyet Ölçeği –AADve demografik sorulardan oluşturulmuştur. Ulaştırılan 150 adet ankettan 108 adet geri dönüş alınmış olup veriler SPSS 20.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, karar verici ve bilgilendirici rollerin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını gösterirken, kişilerarası rollerin aidiyet algısı üzerinde azaltıcı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış; İçsellik; Dışsallık; Yönetimsel Roller; Liderlik Roller; Hizmet Sektörü

Jel Kodları: M0, M1

THE EFFECT OF MINTZBERG'S CLASSIFICATION OF MANAGERIAL ROLES ADOPTED BY MANAGERS, ON HUMAN RESOURCES' PERCEPTION OF ENDOGENEITY AND EXOGENEITY STATUS IN SERVICE SECTOR: A SAMPLE APPLICATION

ABSTRACT

The integration of human resources with the organization via behavioural approaches, constitutes great importance in the organizations that are active in service sector; because of the fact that the employees are in face-to-face interaction with customers at most of their times. Endogeneity and exogeneity status is one of these approaches. A member who feels belonged to the organization and given important responsibilities; acquires endogeneity status and thus enhance performance. On the other hand, a member who acquires exogeneity status will feel the same interaction in a negative way and thus, organizational efficiency will be affected in a negative

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bursa Teknik Üniversitesi, nilufer.ruzgar@btu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9598-3390>

way because of the low quality of the service. Along with this, the member of the organization perceives these statuses, in accordance with the adopted and displayed roles by the leader. In this sense, the purpose of this study is to research the effect of managerial roles, which are categorized by Mintzberg, adopted by leaders on employees' perception of endogeneity and exogeneity status. For this purpose, survey method is applied in Yalova branch of Ramada Hotels. The survey consists Sharp's (1993) Managerial Roles Scale, which aims at classifying managerial roles with 46 items; Perceived Insider Status Scale of 6 items developed by Stamper and Masterson (2002), which aims at measuring the employees' endogeneity and exogeneity status perception; and demographical questions. A total of 150 surveys are delivered and 108 participants have responded to the surveys. The data gathered is analysed by SPSS 20.0 package programme. The findings show that while the decision-maker and informative roles do not have a statistically meaningful effect on perceived insider status of employees, interpersonal roles have a decreasing effect on perceived insider status of employees.

Keywords: Organizational Behaviour; Endogeneity; Exogeneity; Managerial Roles; Leadership Roles; Service Sector

Jel Codes: M0, M1

1. GİRİŞ

Hizmet, dinamik olmasından dolayı fiziksel olarak boyutlandırılmamakta, tanımlanamamakta ve ölçülememektedir. Dolayısıyla bu nicel özellikleri, hizmetin kalitesinin ölçülmesini de zorlaştırmaktadır (Eleren ve Kılıç, 2007). Hizmetin nicel yapıya sahip olması, üretim sektöründeki gibi çalışanların ürettiği somut çıktılar bağlamında performans değerlendirmesi yapılmasını da mümkün kılmadığı için çalışanların aidiyet algılarının da ölçümünün daha zor olabileceği düşünülebilir. Hizmet sektörü çalışanlarının hizmet verdikleri müşterilerle yüz yüze etkileşim içerisinde olmalarından dolayı, sundukları hizmetin kalitesinin artmasında aidiyet duygularının, yani içsellik statüsü algılarının, yüksek olması bu bağlamda büyük önem arz etmektedir denilebilir.

İster üretim ister hizmet sektöründen olsun, tüm örgüt üyelerinin, özellikle de örgüte yeni katılan üyelerin, uyumsuzluk ve çatışma sorunlarını en aza indirmek amacıyla bir sosyalleştirme ya da sosyalizasyon sürecinden geçmesigerekmektedir (Baron, 1986). Örgütsel sosyalleştirme, ikili bir süreç olarak ifade edilmektedir. Bu ikili süreç kapsamında çalışan, örgüt içerisindeki rolünü kabul ettirmeye ve örgütün diğer üyelerini etkilemeye çalışmaktadır (Chow, 2002). Ancak, örgüt üyelerinin bu süreci tamamlaması yeterli olmamakta, çalışanın örgüt içerisinde kendisini nasıl algıladığı ve bu algının hem davranışlarını (Özdevecioğlu ve Balcı, 2011) hem de hizmet sektörü bağlamında ele alındığında sunduğu hizmetin kalitesini nasıl etkilediği, son derece önemli olmaktadır; zira aidiyet algısının yüksek olması, çalışanın örgütle özdeşleşeceği anlamına gelmektedir.

Çalışanların örgütsel özdeşleşmesine ilişkin yürütülen araştırmalar, 1960'larda başlayarak günümüze kadar devam etmiştir. Bu çalışmalara verilecek en güzel örneklerden biri,

Blau (1964)'nin araştırmalarıdır. Blau, “Sosyal Değişim Teorisi”ni ortaya koyarak örgütsel özdeşleşmenin temelinde ekonomik değiş-tokuşun yattığını öne sürmüştür. “İçsellik ve Dışsallık Statüsü” ise, 1960’lardan yana yürütölen, sosyal değişim teorisinin de bir parçası olduğu örgütsel özdeşleşme çalışmalarının bir ürünüdür. Katz ve Kahn (1966), Miller ve Terborg (1979), McMillan ve Chavis (1986) gibi araştırmacılar tarafından ilk kez araştırılan ve ortaya konan bu teori, giderek artan bir ilgiye maruz kalarak günümüz araştırmacıları tarafından daha da derin araştırılmaya başlanmıştır.

Çalışanların algıladıkları içsellik veya dışsallık statüsü üzerinde etkili olan faktörlerden birinin de yöneticilerin sergilediği yönetsel roller olduğu düşünölmektedir. Yöneticilerin sergilemesi gereken roller, Henry Mintzberg (1975) tarafından, o güne kadar yürütölen yönetim çalışmalarına alternatif bir yaklaşım olarak sunulmuş ve “Rol Teorisi” olarak adlandırılmıştır. Rol teorisi, yöneticilerin 10 rol sergilediklerini ve bu rollerin 3 kategoride toplandığını öne sürerek bu kategorileri “kişilerarası”, “bilgilendirici” ve “karar verici” olarak nitelirmektedir (Mintzberg, 1975).

Bu yargılardan hareketle, hizmet sektörü çalışanlarının, yöneticilerinin sergiledikleri yönetsel roller bağlamında algıladıkları içsellik ve dışsallık statüsünü incelemek amacıyla bu çalışma hazırlanmıştır. Araştırma, hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir oteller zincirinin Yalova halkasında yürütölmüştür. Çalışmada ilk olarak İçsellik Statüsü kavramı ve Dışsallık Statüsü kavramı ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Takip eden bölümde, Mintzberg’in Yönetsel Roller taksonomisi açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise yapılan araştırmanın bulguları yorumlanmış ve elde edilen sonuçlar ortaya konmuştur.

2. ÖRGÜTLERDE İÇSELLİK STATÜSÜ KAVRAMI

Çalışanın, kendisini bağlı bulunduğu örgütle karşılaştırmak suretiyle öz tanımlama yapması ve bu tanımlamanın sonucunda kendisini örgüte ait ve örgütle özdeş olarak görüp bu bağlamda bir kişisel alan yaratması “İçsellik Statüsü” olarak tanımlanmaktadır (Chen ve Aryee, 2007). Örgüt ve çalışan arasındaki ilişkiye bağlı olarak gelişen içsellik statüsü algısına sahip olan çalışanlarda, örgütten aldıkları destek hissini son derece yüksek olduğu ve örgütün sağladığı eğitim ve terfi gibi gelişim imkânlarından faydalanmak suretiyle örgüte karşı olan tutumlarının pozitif olduğu düşünölmektedir (Buonocore, Metallo ve Salvatore, 2009). İçsellik statüsü algısına sahip çalışanlar, örgüt içerisinde bilgiye daha kolay erişim sağlamak, kritik sorular sorabilmek, örgüt içerisinde gerçekleşen durumlarla ilgili gerçekçi tahminler yürütebilmek (Merriam, Johnson-Bailey, Lee, Kee, Ntseane ve Muhamad 2001), bilgiye ve

örgütsel normlaravakıf olmaları dolayısıyla da olayların merkezinde bulunabilmek (Stamper ve Masterson, 2002) gibi avantajlara sahip olmaktadır.

Bu algınınortaya çıkması için gereken faktörler ele alındığında, üstlerin ve aynı pozisyondaki diğer çalışanlarınbüyük etkisi olduğu söylenebilmektedir. Coyle-Shapiro (2002)'agöre bunun nedeni, çalışanların görevlerini yerine getirirken örgütsel çıkarlar doğrultusunda hareket etmeleri ve üstlerinde çalışanların performansını değerlendirirken örgütsel hedeflere ulaşıp ulaşılmadığı kriterini baz almalarıdır (Lapalme, Stamper, Semard ve Tremblay, 2009). Dolayısıyla denilebilir ki yöneticiler bu duruma vakıf oldukları takdirde, tam zamanlı çalışanlarının yanı sıra yarı zamanlı çalışanlarında da içsellik algısı oluşturmaya çalışarak örgütsel hedeflerin gerçekleştirilmesi sürecinde en önemli nokta olan bireysel hedeflerle örgütsel hedeflerin entegre edilmesini, yani örgütsel özdeşleşirmeyi sağlayarak örgütsel hedeflerin etkili ve verimli bir biçimde başarılmasını sağlayabilirler.

3. ÖRGÜTLERDE DIŞSALLIK STATÜSÜ KAVRAMI

Dışsallık statüsü algısı, Becker (1964) tarafından öne sürülen“İnsan Sermayesi Teorisi”ne dayandırılmış ve ilk olarak Atkinson (1984)'un ve Nelson (1987)'un çalışmaları vasıtasıyla literatürde yer almıştır. Dışsallık statüsü; çalışanın kendisini, bağlı bulunduğu örgütü ve yöneticisini dikkate alarak yaptığı kimlik tanımlamasında, kendisine örgüte ait olmayan bir kimlik belirlemesi (ChenveAryee, 2007) ve örgütün bir parçası olarak hissetmemesi (Shore, Randel, Chung, Dean, Ehrhartve Singh,2011) olarak tanımlanmaktadır. Bu algının sebebi, örgüt içerisindeki çeşitli tutum ve davranışların, çalışana kendisini gereksiz hissettirmesidir (Stassen, ArmstrongveSchlosser, 2011). Çalışan, içsellik statüsüne sahip olanların zıttına, olayların merkezinde bulunamamasından dolayı resmin tamamına vakıf olamamaktadır ve böylece örgüte yönelik aidiyet duygusu hissedememektedir. Dışsallık statüsü algısı, çalışanın işe karşı tutum ve davranışları hakkında ayna görevi görmesinden dolayı (Buonocore, Metallo ve Salvatore, 2009) araştırılmaya değer bulunmaktadır.

Bu algının geçici de olsa bir takım avantajları bulunmaktadır (Özdevecioğlu ve Balcı, 2011). Çalışanların daha tarafsız olması, bu nedenle normalde çalışanlara aktarılmayacak bilgilerin kendilerine aktarılması,bununla beraber davranışlarına dair değerlendirmelerde belirli anlamlar çıkarmadan daha net olunması, bu avantajlar arasında sayılabilmektedir (Mullings, 1999). Ayrıca, dışsallık statüsü algısına sahip çalışanlar, örgüt içerisinde oluşmuş bir takım alt gruplara üye olarak değerlendirilmemekte ve bundan dolayı içsellik statüsü algısına sahip çalışanların sormaya çekindiği konularda rahatlıkla konuşup fikir beyan edebilmektedirler

(Merriam vd., 2001). Ancak dışsallık statüsü; düşük verimlilik, düşük bağlılık (Lapalme vd., 2009) ve görevlere karşı direniş (Wang, Chu ve Ni, 2010) gibi kişisel ve grup performansı üzerinde olumsuz etkilere neden olmasından dolayı, sayılı avantajları bir işe yaramamakta ve bundan dolayı da içsellik statü algısına dönüştürülmeye çalışılmaktadır.

4. MINTZBERG'İN YÖNETSEL ROLLERİ

1950'lerden başlayarak günümüze kadar yönetici rolleri üzerine yapılan pek çok çalışma (Wheelen and Snyder, 1981; Wright vd., 1992; Broadbridge, 1999; Boone and Kurtz, 2001; Behehfifar vd., 2012; Yue, 2012; Burgaz, 1997; Gökçe ve Şahin, 2003; Bayat, 2005; Bayram 2011; Rüzgar ve Kurt, 2013) bu alandaki farkındalığı artırmıştır.

Yönetici rollerinin teori olarak ortaya konması ise, Henry Mintzberg tarafından 1973 yılında gerçekleştirilmiştir. Mintzberg (1973), yönetim çalışmalarına alternatif bir yaklaşım olarak "Rol Teorisi"ni sunmuştur. Teoriyi geliştirme aşamasında Mintzberg; danışma, teknoloji, tüketici ürünleri, hastane ve okul gibi 5 farklı sektörde faaliyet gösteren örgütler üzerinde, bu örgütlerin yöneticilerinin yaptıkları yönetsel işleri gözlemleyerek bir araştırma yapmış ve bu araştırmanın sonucunda "Yönetsel Roller Teorisi"ni olgunlaştırmıştır. Teori kapsamında yöneticilerin sergiledikleri rolleri temelde 3 kategori altında toplanan 10 rol davranışı olarak sınıflandırmış ve "Mintzberg on Management: Inside Our Strange World of Organizations" (Yönetimde Mintzberg: Örgütlerden Oluşan Garip Dünyamızın İçerisi) isimli bir kitap (1990) yayınlamak bu teoriyi literatüre kazandırmıştır.

Tablo 1: Mintzberg'in Yönetsel Roller Sınıflandırması

Temel Kategori	Yönetsel Rol
<i>Kişilerarası</i>	Lider Temsil/Yol Gösterici İrtibat Uzmanı
<i>Bilgilendirici</i>	Nezaretçi Sözcü Bilgi Aktarıcı
<i>Karar Verici</i>	Girişimci Kriz Yöneticisi Müzakereci Kaynak Dağıtıcısı

Kaynak: Mintzberg, 1973

3.1. Kişilerarası Roller

İlk kategori kişiler arası rollerdir. Mintzberg (1973), bu kategorideki roller çerçevesinde yöneticilerin *lider*, *temsil/yol gösterici rolü* ve *irtibat uzmanı* olarak isimlendirilen 3 rol sergilediklerini ifade etmektedir. *Lider rolünde* yönetici, astları üzerinde liderlik vasıflarını uygulayarak onları örgütsel hedeflere en doğru şekilde yönlendirme faaliyetini gerçekleştirmektedir. Bu noktada yönetilen astlarının performanslarının da yönetilmesi ve değerlendirilmesi, büyük önem arz etmektedir. *Temsil/yol gösterici rolü*, yöneticinin astları tarafından izlenip örnek alınmasını ifade etmektedir. Yönetici bu bağlamda, otoritenin temsilcisi olarak üstlenmesi gereken sosyal ve yasal sorumluluklarının bilincinde olup elinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmaktadır. *İrtibat uzmanı rolünde* ise yöneticiler, örgütün iç ve

dış çevresiyle etkili ve verimli iletişim kurarak örgütsel verimliliğe katkıda bulunacak bir iletişim ağı kurmaya gayret göstermektedirler.

Tablo 2: Kişilerarası Rolü ve Yükümlülükleri

Yönetsel Rol	Yükümlülükler
<i>Temsil/Yol Gösterici</i>	-Açılış törenlerine katılma -Ziyaretçileri karşılamak -Resmi evrakları imzalama
<i>Lider</i>	-Astları motive etme, geliştirme, danışmanlık -Astlarla etkili iletişim kurma - Çalışanları cesaretlendirme
<i>İrtibat Uzmanı</i>	-Hem örgüt içinde ve hem de örgüt dışındaki bilgi bağlantılarını kurma -Toplantılara katılma -Farklı proje gruplarının faaliyetlerini kontrol etme

Kaynak: Mintzberg, 1973.

3.2. Bilgilendirici Roller

Bu temel rol kategorisi kapsamında yöneticinin *nezaret etme*, *bilgi aktarıcı* ve *sözcü* rolleri yer almaktadır (Mintzberg, 1973). *Nezaretçi rolü*, yöneticinin çalışanlarını takip etmesinin yanı sıra örgütün hem iç hem de dış çevresindeki gelişmeleri detaylı takip etmesi ve gözlemlerinin sonucunda atılması gereken adımları belirlemesidir. Örgüt içi ve dışındaki bilgi kaynaklarından elde edilen bilgilerin astlarla paylaşılması ise, *bilgi aktarıcı* rolü altında gerçekleştirilen faaliyetler arasında yer almaktadır. Mintzberg (1990)'in "bilgilendirici roller" kapsamında sunduğu sonuncu rol, *sözcülük rolü*dür. Bu rolün yükümlülükleri arasında yöneticinin sorumlu olduğu departman adına temsilci konumunda bulunması ve hem örgüt içerisindeki departmanlara, hem de örgüt dışındaki paydaşlara, örgütsel faaliyetlere ilişkin bilgi verme faaliyetleri yer almaktadır.

Tablo 3: Bilgilendirici Rolü ve Yükümlülükleri

Yönetmel Rol	Yükümlülükler
<i>Nezaretçi</i>	Bilgi kaynaklarını araştırma Rapor hazırlama Personel bağlantılarını koruma
<i>Bilgi Aktarıcı</i>	Diğer örgüt üyelerine bilgiyi aktarma Kısa not ve rapor gönderme Telefon görüşmeleri yapma
<i>Sözcü</i>	Konuşmalar, raporlar ve kısa notlar vasıtasıyla bilgiyi dış çevreye nakletme, Gelişen / genişleyen planları tartışmak için konuşma yapma

Mintzberg, 1973.

3.3. Karar Verici Roller

Üçüncü ve sonuncu rol kategorisi olan “karar verici roller” arasında *girişimci*, *kriz yöneticisi*, *müzakereci* ve *kaynak dağıtıcı* olarak kategorize edilen 4 adet rol yer almaktadır (Mintzberg, 1990). Yöneticilerin en önemli yükümlülüklerinden birinin sürekli değişen ve globalleşen rekabetçi iş çevresinde duyarlı davranarak gerekli değişimleri kendi örgütünde de uygulamak, hatta değişimi kendisi yaratarak liderrolünü üstlenmek olduğu düşünüldüğünde, *girişimcilik rolünün* önemi daha iyi anlaşılabilir. Yöneticinin astlarını iyi tanması ve onlara sahip oldukları yeteneklere göre en uygunları delege etmeleri, örgütün sahip olduğu parasal kaynakları ve malzemeleri en uygun şekilde dağıtmaları da *kaynak dağıtıcı rolünün* yükümlülükleri arasında bulunmaktadır (Koçoğlu, 2010). Her örgütün kendi içerisinde problemler ve çatışmalar yaşaması son derece doğaldır. Bu noktada yönetici, *kriz yöneticisi rolünü* en iyi şekilde üstlendiği takdirde bu problemleri çözme sürecinde aktif ve etkili bir

şekilde çalışarak sorunların üstesinden gelmede başarılı olabilmektedir. Bununla beraber, alınması gereken önemli örgütsel kararların daha sağlıklı olması adına astlarla tartışılması, yöneticinin *müzakereci rolünü* sergilemek bağlamındaki yükümlülükleri arasındadır.

Tablo 4: Karar Verici Rolü ve Yükümlülükleri

Yönetsel Rol	Yükümlülükler
<i>Girişimci</i>	Yeni fikirler geliştirme Projeleri başlatma Yeni fikirler geliştirme
<i>Kriz Yöneticisi ve Müzakereci</i>	Astlar arasındaki problemleri çözümlenme Çevresel krizleri paniklemeden karşılama Astlar arasındaki problemleri çözümlenme
<i>Kaynak Dağıtıcı</i>	Kaynakları kimin kullanacağına karar verme Program bütçe ve öncelikleri belirleme Bütçe taleplerini gözden geçirme ve düzeltme İşçi birlikleri (sendikaları) ile anlaşmaya varma Satışlar, satın alma ve bütçelerle ilgili görüşmelerde bölümü temsil etme

Mintzberg, 1973.

4. METODOLOJİ

4.1. Amaç ve Kapsam

Bu çalışmanın amacı, yöneticilerin sergiledikleri rollerin, çalışanların algıladıkları içsellik-dışsalık statüsüne olan etkisini ortaya koyabilmektir. Bu bağlamda hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir oteller zincirinin Yalova halkası çalışanlarına anket uygulaması yapılmıştır. Anketlerin bir kısmı elden, bir kısmı elektronik posta yoluyla ulaştırılmıştır. Ulaştırılan 150 anketten 108 adet dönüş sağlanmıştır.

4.2. Yöntem

Araştırmada üç bölümden oluşan bir anket oluşturulmuştur. İlk bölümde demografik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde, Sharp (1993) tarafından adapte edilen, 46 sorudan oluşan ve yönetici rollerini belirlemeyi hedefleyen bir ölçek kullanılmıştır. 5’li bir Likert olarak oluşturulan bu ölçek katılımcılar tarafından 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum,5-Kesinlikle Katılıyorum şeklinde değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise Algılanan Örgütsel Aidiyeti ölçmek amacıyla; Stamper ve Masterson (2002) tarafından geliştirilen ve 6 ifadeden oluşan AAD Ölçeği (PerceivedInsiderStatusScale) kullanılmıştır. 5’li Likert formatında olarak oluşturulan bu ölçek katılımcılar tarafından 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum şeklinde değerlendirilmiştir.

5. BULGULAR

Uygulanan güvenilirlik analizi sonucuna göre Yönetici Rollerini ölçeğinin Cronbach’s Alpha oranı 0.939 (Tablo 5); Aidiyet ölçeğinin Cronbach’s Alpha oranı ise 0.96 (Tablo 6) olarak elde edilmiştir.

Tablo 5. Yönetici Rollerini Ölçeği Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach’s Alpha	Ölçek Madde Sayısı
,939	46

Tablo 6. Aidiyet Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach’s Alpha	Ölçek Madde Sayısı
,960	6

Aidiyet ölçeğine ilişkin bileşenlerin, ölçekle uyumlu olarak tek bir faktör altında toplandığı görülmüştür (Tablo 7) ve orijinal ölçeğe sadık kalarak “aidiyet” bileşeni olarak adlandırılmıştır.

Tablo 7. Aidiyet Ölçeği Faktör Yükleri

	Bileşen 1
Aidiyet 1	,945
Aidiyet 2	,945
Aidiyet 4	,929
Aidiyet 6	,920
Aidiyet 3	,889
Aidiyet 5	,854

Gerçekleştirilen regresyon analizinde, yönetici rollerinden “karar verici” ve “bilgilendirici” rollerinin aidiyet algısı ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olmadığı görülmüştür (Tablo 8). Dolayısıyla bu değişkenler modelden çıkarılmıştır.

Tablo 8. Aidiyet Algısı Bağımlı Değişkeni Regresyon Analizi

Aşama		Standartlaştırılmayan		Standartlaştırılmış	T	P
		Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar		
		B	Standart Hata	Beta		
1	(Aidiyet)	31,283	5,577		5,566	,000
	Bilgilendirici	,146	,126	,130	1,163	,248
	Kişilerarası	-,468	,175	-,284	-2,851	,005
	Karar Verici	-,214	,265	-,089	-,809	,420

“Karar verici” ve “bilgilendirici” rollerin modelden çıkarılmasıyla gerçekleştirilen yeni regresyon analizinde, “kişilerarası” rolün istatistiksel olarak aidiyet algısı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür (Tablo 9). Buna göre, yöneticilerin kişilerarası rolleri benimseyip kullanması arttıkça çalışanların aidiyet algısı düşmektedir.

Tablo 9. Aidiyet Algısı Bağımlı Değişkeni Regresyon Analizi

Aşama		Standartlaştırılmayan		Standartlaştırılmış	t	p
		Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar		
		B	Standart Hata	Beta		
1	(Aidiyet)	32,283	,4,271		7,684	,000
	Kişilerarası	-,468	,164	,267	-2,851	,005

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmadan elde edilen bulgular, servis sektöründe çalışanların *aidiyet algısı* üzerinde, *yöneticilerinin benimseyip kullandıkları yönetsel rollerin kısmen etkili olduğunu* göstermektedir. Buna göre, *karar verici ve bilgilendirici rollerin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı* görülürken, *kişilerarası rollerin aidiyet algısı üzerinde azaltıcı bir etkiye sahip olduğu* ortaya konmuştur. Bu, elbette ki umulan bir sonuç değildir; zira kişilerarası rolleri benimseyip kullanan yöneticilerin çalışanların aidiyet algıları üzerinde artırıcı bir etkiye sahip olmaları gerektiği beklenmektedir. Ancak, örneklem olarak servis sektörünün ele alındığı düşünüldüğünde, sürekli müşterilerle birebir iletişim halinde olmaktan kaynaklanan bir gözlem ve algı yeteneği elde eden otel çalışanları, yöneticilerinin sergiledikleri rollere şüpheyle yaklaşmaktadırlar diye düşünülebilir. Bu da, aidiyet algılarının düşük olmasına yol açmaktadır denilebilir. Bununla beraber, “kara verici” ve “bilgilendirici” rollerin istatistiksel olarak anlamsız çıkması da servis sektöründe çalışan hem yönetici hem de çalışanların bu bağlamda yeterince bilgi sahibi olmadığına ve bundan dolayı da sergilenen rolleri tam olarak algılayamayarak düşük aidiyet algısına sahip olmalarına bağlanabilir.

Literatürde yöneticilerin rolleri ve profilleri üzerine gerçekleştirilen pek çok çalışma bulunmaktadır. Benzer şekilde içsellik/dışsallık (aidiyet) algısına ilişkin çalışmalar da hem ulusal hem de uluslararası literatürde yer almaktadır. Ancak yöneticilerin sergiledikleri rollerin hizmet sektöründe çalışanların aidiyet algılarına ilişkin gerçekleştirilen çalışmaya yapılan literatür taramasında rastlanamamıştır. Bu bağlamda, ileride yapılacak çalışmalar, hem servis sektörünü hem de üretim sektörünü karşılaştırmalı olarak ele alarak, bu iki sektör arasındaki farklılıkları tespit edip hem literatüre hem de iş dünyası profesyonellerine katkıda bulunabilir. Bu çalışmada ele alınan örneklemin dar oluşu da sonraki araştırmaların daha geniş bir çerçevede yürütülerek daha sağlıklı ve kapsamlı sonuçlar elde edilmesi açısından yol gösterici olabilir. Bununla beraber aidiyet algısı; örgütsel davranış, örgütsel performans gibi farklı kavramlarla ilişkilendirilerek ölçülürse yine elde edilecek sonuçlar hem servis hem de üretim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin genel bir profilinin çıkarılmasına yardımcı olabilir.

KAYNAKÇA

- Atkinson, J. (1984). Manpower strategies for flexible organisations. *Personnel Management*.16. 28-31.
- Aydınlı, H. (2003). Örgüt kültürünün yönetim açısından önemi. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2. 79-99.
- Baron, R. A. (1986). *Behavior in Organizations*. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Bayat F. (2005). Örgüt içerisindeki rol ve işlevleri bakımından 'orta kademe' yöneticileri. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3). s. 1-13
- Bayram M. (2011). Otel işletmelerinin genel müdür profillerinin değerlendirilmesi üzerine bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 22(1). Bahar: 35-48
- Becker, G. (1964). *Human capital*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Behestifar M., Motahari J., ve Moghadam M. (2012). Relation between managers' traits with their assessment of the successful criterion in Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2(9). pp. 301-314
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Boone L. ve Kurtz D. (2001). CEOs: a Group profile. *Business Horizons*, pp. 38-42
- Broadbridge A. (1999). A profile of female retail managers: Some insights. *The Service Industries Journal*. 19(3). pp. 135-161.
- Buonocore, F., Metallo C. ve Salvatore, D. (2009).Behavioural consequences of job insecurityand perceived insider statusfor contingent workers.*Papers of SystemCongress*, pp. 1–29, Internet Address: www.oa2009.it/papers/ Buonocore_Metallo_ Salvatore. pdf, Date of Access: 11.07.2011.
- Burgaz B. (1997). Managerial roles approach and the prominent study of Henry Mintzberg and some empirical studies upon the principal work. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 13: 9-20
- Chen, Z. X. ve Aryee, S. (2007). Delegationand employee work outcomes: The cultural context of mediating processes in China. *Academy of Management Journal*. 50(1). pp. 226-238.
- Chow, I. H-S. (2002). Organizational socialization and career success of Asian managers. *International Journal of Human Resource Management*, 13(4), ss.720–737.
- Coyle-Shapiro, J. A. M. ve Jacqueline, A-M. (2002). A psychological contract perspective on organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/job.173>
- Daft, R. L. (1994). *Management*. New York: Dryden Press.
- Davis, R. C. (1951). *The fundamentals of top management*. New York: Harper
- Eleren, A. ve Kılıç, B. (2007). Turizm sektöründe servqual analizi ili hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir termal otelde uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. 9(1). 235-263
- Eren, E. , (2010). Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi. İstanbul: Beta Basım. 12.Basım
- Fayol, H. (1949). General and industrial management. (Trans. C. Storrs). London: Pitman.
- Gökçe O. ve Şahin A. (2003). Yönetimde rol kavramı ve yönetsel roller. *SÜ İİBF Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s. 133-156
- Katz, D. ve Kahn, R.L. (1966).*The Social Psychology of Organizations*. John Wiley and Sons, New York.
- Koçoğlu E. (2010). İşletmelerde yöneticilerin karar verme süreci ve bu süreçte bilişim sistemlerinin kullanımı: Ankara ili örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı*.
- Koontz, H., O'Donnell, C. ve Wehrich, H. (1980). Management: A Book of Readings. New York: McGraw-Hill.
- Lapalme, M. E., Stamper, C., Semard, G. ve Tremblay, M. (2009). "Bringingthe Outside in: Can "external" workers experience insider status? *Journal of Organizationa lBehavior*. 30(9). pp. 919–940.
- McMillan, D.W., ve Chavis, D.M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.

- Merriam, S. B., Johnson-Bailey, J., Lee, M. Y., Kee, Y., Ntseane, G., ve Muhamad, M. (2001). Power and positionality: Negotiating insider/outsider status within and across cultures. *International Journal of Lifelong Education*. 20(5), 405-416.
- Miller, H. E., ve Terborg, J. R. (1979). Job attitudes of part-time and full-time employees. *Journal of Applied Psychology*, 64(4), 380-386.
- Mintzberg, H. (1973). *The nature of managerial work*. New York: Harper & Row. Management Library: HD 31.M457
- Mintzberg, H. (1990). The manager's job: Folklore and fact. *Harvard Business Review*. March – April, pp. 49 – 61.
- Mullings, B. (1999). Insider or outsider, both or neither: Some dilemmas of interviewing in a cross-cultural setting. *Geoforum*. 30. pp. 337–350
- Nelson, D. L. (1987). Organizational socialization: A stress perspective. *Journal of Occupational Behaviour*, 8, ss.311-324
- Özdevecioğlu, M. ve Balcı, F. (2011). Algılanan içsellik statüsünün örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 37. ss.41-64.
- Rüzgar, N. ve Kurt, M. (2013). Yöneticiler arasında ne yapar? Yönetici rolleri hakkında Bursa merkezli işletmelerde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 5(4).
- Shore, L. M., Randel, A. E. Chung, B. G., Dean, M. A., Ehrhart, K. H. ve Singh, G. (2011). Inclusion and diversity in work groups: A review and model for future research. *Journal of Management*. 37(4). pp. 1–28.
- Snyder, N. H. ve Wheelen, T. L. (1981). Managerial roles: Mintzberg and the management process theorists. In K. H. Chung (Ed.). *Academy of Management Proceedings*, 149-253.
- Stamper, C. L. ve Masterson, S. (2002). Insider or outsider? How employee perceptions of insider status affect their work behavior. *Journal of Organizational Behavior*. 23. pp. 875– 894.
- Stassen, M., Armstrong M. ve Schlosser F. (2011). Perceived organizational membership and the retention of older workers. *Journal of Organizational Behavior*. 32. pp. 319–344
- Wang, L., Chu, X. ve Ni, J. (2010). Leader-member exchange and organizational citizenship behavior: A new perspective from perceived insider status and Chinese traditionality. *Frontiers Business Research China*. 4(1). pp. 148–169.
- Wright P., Theerathorn P., Gilmore J. ve Lado A. (1992). Top managers, organizational culture and strategic profiles: Implications for business performance. *American Business Review*, pp. 25-36.
- Yue V. (2012). Role and position: Job expectation and practices. *Asian Social Science*, 8(1). January 2012, pp. 12-26

Executive Summary

The Effect of Mintzberg's Classification of Managerial Roles That Are Adapted by Managers on Employees' Perception of Endogeneity and Exogeneity Status in Service Sector: A Sample Application

Introduction

Service activities cannot be dimensioned physically, cannot be defined properly and cannot be measured. The reason of this, is the dynamism of service activities. In addition, service is composed of activities, which are directed by human behaviours.

On the other hand in production sector, human relations are run via private departments of organizations such as public relations department. The employees and customers do not have the chance of interacting face-to-face until the production is presented. In service sector, on the contrary, the employees are always face-to-face with customers. Therefore, it is considered important, essentially for service sector employees to feel "insider status", because of the fact that human factor has the greatest effect on the quality of given service. The more the perceived insider status of the employee, the more the service becomes qualified. Furthermore, employees' performance levels boost and they make valuable contributions to the organization. One of the concepts that explains the integration of the employees with the organization in order to make them work in a more qualified and contributive performance, is "Endogeneity Status" and the contrary is, "Exogeneity Status."

The managerial roles that the managers adopt and display, have also great impact on employees' perception of endogeneity status and exogeneity status. The roles that managers should display, have been evaluated since the beginning of management history in the context of several theories, especially in the concept of "Process Theory". As the process theory is put forward by researchers, other researchers have started to frame new alternative theories. One of those researchers is Henry Mintzberg. Mintzberg (1973), proposed "Role Theory" as an alternative to management studies. According to the theory, managers display 10 roles. These 10 roles are classified under 3 categories as "interpersonal", "informative" and "decision-maker".

Methodology, Data Collection

In this study, it is aimed to approach to the subject in that context. The purpose of this study is to research the effect of managerial roles, which are categorized by Mintzberg, adopted by leaders on employees' perception of endogeneity and exogeneity status. In the first section,

conceptual framework of Endogeneity and Exogeneity is explained. In the following section, Mintzberg’s classification of Managerial Roles is explained. In the last section of the study, the statistical results of the scales that are applied to the participants, which are subordinates in Yalova branch of a hotel chain, are explained and discussed.

The survey consists Sharp’s (1993) 46-item Managerial Roles Scale, which aims at classifying managerial roles and profiles in terms of Mintzberg classification; Perceived Insider Status Scale of 6 items developed by Stamper and Masterson (2002), which aims at measuring the employees’ endogeneity and exogeneity status perception; and demographical questions. The data is analysed by using SPSS 20.0 package programme.

Findings

According to the regression analysis, “decision-maker” and “informative” roles are found as they have no statistically significant effect on “endogeneity/exogeneity status perception (Table 1). Therefore they are excluded from the model.

Table 1: *Perceived Insider Status-Dependent Variable- Regression Analyses*

Level		Standardised		Unstandardised		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Standard Dev.	Beta	T	P
1	(Ins. Status)	31,283	5,577		5,566	,000
	Informational	,146	,126	,130	1,163	,248
	Interpersonal	-,468	,175	-,284	-2,851	,005
	DecisionMaker	-,214	,265	-,089	-,809	,420

Upon excluding “informative” and “decision-maker” factors, the model is tested again and it is found that “interpersonal” role has a statistically significant relationship with endogeneity/exogeneity status perception (Table 2). In this sense, as managers increase their adoption of interpersonal roles, the perception of employees about endogeneity status decrease.

Table 2. *Perceived Insider Status-Dependent Variable- Regression Analyses*

Level		Standardised		Unstandardised		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Dev.	Beta	t	p
1	(Ins.Status)	32,283	,4,271		7,684	,000
	Interpersonal	-,468	,164	,267	-2,851	,005

Conclusion

It is essential in all organizations to provide integration of human resources and the organization via behavioral approaches, in order to provide organizational effectiveness. Endogeneity and Exogeneity Status is one of these behavioral approaches. This integration constitutes greater importance in the organizations that are active in service sector; because of the fact that the employees are in face-to-face interaction with customers at most of their times.

Along with this, the roles and profiles that are adopted by leaders and managers has a considerable effect on employees' perception of endogeneity and exogeneity status. The member of the organization perceives the status as endogeneity or exogeneity, in accordance with the adopted and displayed roles by the leader.

According to the findings of this study, the managerial roles that are displayed by the managers in service sector, has a partial impact on subordinates' perception of endogeneity and exogeneity status. In this sense, while there is a statistically significant effect of "interpersonal roles" on employees' endogeneity/exogeneity status perception; there is not a statistically significant effect of "informative" and "decision-maker" roles on employees' endogeneity/exogeneity status perception. Therefore it can be concluded that in organizations, both the managers and the employees do not have a thorough knowledge about managerial roles; which causes misunderstandings and thus, a sense of exogeneity status.

Citation: Türk, Z. (2018), Tüketici Etnosentrizmi ile Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1118-1140 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.328>

TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ İLE SATIN ALMA TARZLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Zehra TÜRK¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 11/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 17/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Tüketici etnosentrizmi, satın alma kararlarında yabancı ürünler yerine yerli üretim ürünlerin tercih edilmesinin daha ahlaki bulunduğu bir anlayış olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı, tüketici etnosentrizminin satın alma tarzları ile olan ilişkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla belirlenen hipotezler, korelasyon ve regresyon analizi ile test edilmiş ve anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, tüketici etnosentrizmi ile satın alma tarzlarından; marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık ile alışkın olmak tarzları arasında negatif yönlü ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca regresyon analizi sonucunda, tüketici etnosentrizminin marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık ile alışkın olmak satın alma tarzları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etnosentrizm, Tüketici Etnosentrizmi, Tüketici Satın Alma Tarzları

Jel Kodları: M31, M39

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER ETHNOCENTRISM AND BUYING STYLES

ABSTRACT

Consumer ethnocentrism is considered as a more ethical approach to prefer the domestic products rather than foreign products in buying decisions. The purpose of this study is to determine the relationship between consumer ethnocentrism and buying styles. To this end, determinate hypotheses were tested via correlation and regression analysis and significant results were obtained. As a result of the research, from the consumer ethnocentrism and buying styles, there appears to have a negative relationship between brand awareness, variety confusion, innovation and latest fashion oriented and being accustomed styles. In addition, as a result of regression analysis, it has been determined that consumer ethnocentrism is effective on brand awareness, variety confusion, innovation and latest fashion orientation and habitual buying styles.

Keywords: Ethnocentrism, Consumer Ethnocentrism, Consumer Buying Styles

Jel Codes: M31, M39

¹ Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, zehratürk@mu.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-0769-1620>

1. GİRİŞ

Tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını etkileyen unsurlardan bir tanesi de etnosentrizm anlayışıdır. Etnosentrizm, yabancı menşeli ürünler yerine yerli ürünlerin tüketilmesinin tercih edilmesi ve daha ahlaki bulunmasıdır. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri, ülkelerini zor durumda bırakacak politik problemler veya güvenlik problemleri arttığında ya da ekonomik olarak kriz ortamına girildiğinde daha çok ön plana çıkmaktadır. Bu gibi durumlarda etnosentrik eğilimleri yüksek olan tüketiciler, ülkelerini korumak ve istihdam açısından olumsuz etkilenmesini önlemek amacıyla yerli ürünleri tüketmeye yönelmektedirler.

Tüketici etnosentrizmi kişilerin alışveriş alışkanlıklarını ve satın alma tarzlarını da etkileyebilmektedir. Yabancı markalı ürünleri kullanmayı tercih eden ve uluslararası mağazalardan alışveriş yapmayı alışkanlık haline getirmiş tüketicilerin, etnosentrik eğilimlerin yüksek olduğu dönemlerde nasıl davrandıkları merak konusu olmuştur. Bu çalışmada amaç, tüketicilerin etnosentrik eğilimleri ile satın alma tarzları arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymaktır. Ayrıca, tüketici etnosentrizminin satın alma tarzları üzerindeki etkisi de çalışmada araştırılması amaçlanan konulardandır.

Çalışmanın ilk bölümünde, etnosentrizm ve tüketici etnosentrizmi kavramları ilgili yazın taraması ile elde edilen bilgiler aktarılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca tüketici satın alma tarzlarının neler olduğu ve bu tarzlar ile ilgili kısa bilgiler de bu bölümde yer almaktadır. Metodoloji bölümünde ise, araştırmanın amacı ve yöntemi hakkında bilgiler verilerek, amaca uygun şekilde geliştirilmiş hipotezlerin analizlerine yer verilmektedir. Değerlendirme ve sonuç kısmında, araştırma sonucu elde edilen bulgular ve hipotezlerin değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca araştırmadan çıkan genel sonuç da burada aktarılmaktadır. Sonraki araştırmalar için öneriler de bu bölümde yer almaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Makalenin bu bölümünde tüketici etnosentrizmi ve tüketicilerin satın alma tarzları ile ilgili kavramlar açıklanmaktadır. Ayrıca yazında yer alan tüketici etnosentrizmi ve satın alma tarzları ile ilgili araştırma sonuçlarına da yer verilmektedir. Araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilmiş hipotezlerde bu bölümde yer almaktadır.

2.1. Tüketici Etnosentrizmi

İngilizce’de “ethnocentrism” olarak adlandırılan bu kavram Türkçe’de “biz-merkezcilik”, “ırkmerkezcilik”, “etnik-merkezcilik” ya da “etnosentrizm” kelimeleri ile ifade edilmektedir. Etnosentrizm, köken olarak Yunanca bir kelime olup “millet, ırk” anlamına gelen

“ethnos” ve merkez anlamına gelen “kentron” kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur. Etnosentrizm, kişinin kendi kültürünü ve yaşam tarzını diğerlerine kıyasla daha üstün bulma eğilimini ifade etmektedir. Bu eğilimde olan kişiler, kendi grubunu ya da kültürünü merkez olarak kabul etmekte ve bu merkezi diğer kültürleri değerlendirirken referans noktası olarak değerlendirmektedir (Asil, 2010: 14; Güngör, 2016:39; Sumner, 1906: 13; Sürer, 2017:15; Özçelik, 2010: 23). Etnosentrik eğilimlere sahip kişiler kendi gruplarını en üst düzeyde görmekte ve bu durumla gurur duymaktadırlar. Bu durum her etnik grubun kendi dini ve kültürel değerlerini gerçek ve doğru kabul etmelerine, diğer grupların bu değerlerini ise yanlış bularak küçük görmelerine yol açmaktadır (Ünal, 2011: 68).

Etnosentrizm, kişinin kendi standartları açısından diğer kültürleri yargılamasıdır. İnsanların sahip olduğu kültürler çok fazla değişkenlik gösterdiğinden, bir kültüre bağlı olan birinin farklı bir kültürün düşünce ya da davranışlarına yakınlık duymakta zorlanmasının sık oluşu şaşırtıcı değildir (Giddens vd., 1996: 63). Shimp ve Sharma (1987:280) etnosentrizmi, kişinin içinde bulunduğu etnik grubu evrenin merkezi gibi görmesi, diğer sosyal grupları kendi grubunun bakış açısından değerlendirmesi ve kültürel olarak kendine benzer kişileri körü körüne kabullenerek, farklı etnik gruplardaki kişileri reddetmesi şeklinde tanımlamışlardır. Hofstede (1984:25)’e göre etnosentrizm, bir grubun kendi özelliklerinin ya da ırkının diğer gruplardan ya da ırklardan üstün olduğunu abartarak düşünme eğilimidir. Etnosentrik kişiler kendi gruplarını, ırklarını veya uluslarını diğer gruplara, ırklara ve uluslara göre üstün görmektedirler. Bir başka ifadeyle, yüksek etnosentrizme sahip olan kişiler diğer tüm grupları kendi gruplarından daha düşük ve kalitesiz olarak kabul etmekte ve her şeyi kültürel açıdan değerlendirerek benzerlikleri kabul ederken, farklılıkları reddetmektedirler (Hu ve Bedford, 2012: 215-216; Liu vd., 2007: 6).

Shimp ve Sharma (1987:280), etnosentrizm kavramının etki alanını tüketici davranışlarına genişleterek, tüketici etnosentrizmi kavramını tanımlamışlar ve pazarlama literatürüne kazandırmışlardır. Shimp ve Sharma (1987: 280) çalışmalarında, Amerikalı tüketicilerin yabancı ürünler satın almanın uygunluğu ve ahlaklılığı hakkındaki inançlarını açıklamak amacıyla tüketici etnosentrizmi kavramını orta atmışlardır. Shimp ve Sharma (1987:281) tüketici etnosentrizminin özelliklerini şu şekilde açıklamaktadırlar:

i. Bir insanın kendi ülkesine duyduğu sevgi, ithalatın kendisine ve diğer ülke vatandaşlarına olumsuz etkisinin olabileceği düşüncesi ve bireyin ekonomik çıkarlarının kontrolünü kaybedeceği korkusu tüketicileri etnosentrik davranmaya itmektedir.

ii. Tüketici etnosentrizmi, yabancı ürünlerin satın alınmaması gerektiğini savunmaktadır. Etnosentrik tüketiciler için yabancı ürünlerin alınması sadece ekonomik bir sorun değil ayrıca ahlaki bir meseledir. Söz konusu ahlaki görüş, tüketicileri yerli ürünleri satın almaya yönlendirmektedir.

iii. Yabancı ürünlerin satın alınmaması daha iyi, uygun, arzu edilir ve yurtsever bir davranışken bunların satın alınması ise, kötü, istenmeyen ve sorumsuzca bir davranıştır.

iv. Tüketici etnosentrizmi, bireysel düzeyde ithal ürünlere karşı olumsuz düşünceleri ifade etmektedir.

Tüketici etnosentrizmi, tüketicilerin yabancı malları kullanmanın ve satın almanın ülke ekonomisine zarar vereceği düşüncesinden dolayı ne derece uygun ve ahlaki olduğuna ilişkin görüş ve düşünceleri ifade eder. Bu davranışa en iyi örneklerden biri 1980'lere kadar ülkemizde kabul gören "Yerli Malı Türk'ün Malı, Her Türk Bunu Kullanmalı" sloganıyla kendini göstermektedir (Mutlu vd., 2011: 53).

Yerli menşeli ürünlere karşı etnosentrik eğilimlerin artışı özellikle ulusal güvenlik sorunlarında ve ekonomik krizlerde artmaktadır (Lusk vd., 2006: 287). ABD'ye yönelik 11 Eylül 2001'de yapılan terörist saldırı, ülke ve halkında önemli şekilde değişimlere sebep olmuştur. Bu saldırıdan sonra yapılan araştırmalar, halkın %50 – 55 oranında "Amerikan Malı Satın Al" sloganına daha sıcak baktığını göstermektedir (Lee vd., 2003: 489). Tüketici etnosentrizminin öncülleri arasında; *vatanseverlik* (Sharma vd., 1994; Balabanis vd., 2001; Lee vd., 2003; Javalgi vd., 2005; Al Ganideh vd., 2007), *ulusçuluk* (Balabanis vd., 2001; Lee vd., 2003; Al Ganideh vd., 2007), *evrensellik* (Rawwas ve Rejendran, 1996; Balabanis vd., 2001; Lee vd., 2003; Al Ganideh vd., 2007), *dogmacılık* (Caruana, 1996), *muhafazakarlık* (Sharma vd., 1994; Javalgi vd., 2005), *kolektivizm* ve *bireysellik* (Sharma vd., 1994; Javalgi vd., 2005) yer almaktadır (Al Ganideh: 2010: 13-14).

2.2. Tüketici Satın Alma Tarzları

Tüketici satın alma tarzları ile ilgili yazında üç yaklaşım yer almaktadır. Bunlar, psikografik yaklaşım, tüketici tipolojisi yaklaşımı ve tüketici özellikleri yaklaşımıdır. Psikografik yaklaşımda tüketici davranışı ile ilgili özellikler yer almaktadır. Bu özellikler tüketici tercihleri ve genel yaşam tarzı aktiviteleri ile ilgilidir. Tüketici tipolojisi yaklaşımı, genel olarak tüketici tiplerini tanımlamaktadır. Tüketici özellikleri yaklaşımı ise, tüketici karar alma süreci ile ilgili bilişsel ve duygusal yönelimlerle ilgilenmektedir (Darden ve Ashton, 1974: 100; Westbrook ve Black, 1985: 80-81; Sproles ve Kendall, 1986: 267). Tüketici özellikleri

yaklaşımının temel varsayımı, tüketicilerin, satın alma tarzlarını belirleyen zihinsel ve duygusal yönelimlere sahip olduklarıdır (Sproles ve Kendall, 1986: 279). Tüketicilerin karar alma tarzlarını araştıran çalışmalarda tüketiciler; ekonomik, kişiselleştiren, etik, ilgisiz, mağaza bağlılığı olan, eğlenceyi seven, rahatına düşkün, fiyat yönelimli, marka bağlılığı olan, marka bilinçli, problem çözücü, kalite arayan, moda meraklısı olan ve plansız alışverişçiler olarak tanımlanmaktadır. Bu özellikler, pazarlama alanı ile ilgilenenlere tüketicilerin bölümlendirilmesi konusunda katkı sağlamaktadır (Hiu vd., 2001: 326).

Tüketici özellikleri yaklaşımı, Sproles ve Kendall (1986, s.267-279) tarafından geliştirilen tüketici tarzı envanteri ile ölçülmektedir. Tüketici tarzını oluşturan 8 özellik şu şekildedir: marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık, alışkın olmak, mükemmeliyetçilik, dikkatsizlik, alışveriş uzmanlığı ve planlı alışveriş. “Tüketici Tarzları Envanteri”nde yer alan unsurları şu şekilde açıklamak mümkündür (Dursun vd., 2013:289; Splores, 1983:427; Sproles ve Sproles, 1990:138; Lysonski, vd., 1996:12; Walsh vd., 2001:119; Bakewell ve Mitchell, 2003:97; Durvasula vd., 1993:60 ; Dalkılıç, 2008:101):

Marka Bilinci: “Fiyat eşittir kalite” yaklaşımını benimseyen tüketicileri kapsamaktadır. Bu özellik altında incelenen tüketicilerde en pahalı ve bilindik markaları satın alma eğilimi gözlenmektedir. Bu gruptaki tüketicilerce benimsenmiş yargı, yüksek fiyatın daha iyi kaliteye işaret ettiği yolundadır. Bu tür tüketicilerde, marka adının ve yüksek fiyatların yaygın olduğu özel ve çok katlı mağazalara pozitif yönelim söz konusudur. Genel olarak, iyi satılan ve reklamı yapılan ürünler tercih edilmektedir.

Çeşit Karmaşası: Bu durumdaki tüketiciler, fazla sayıda marka ve mağaza ile karşılaştıklarında seçim yapma konusunda zorlanmaktadır. Ayrıca, bu tüketiciler için fazla bilgi yüklemesi söz konusudur. Özellikle birbirine yakın özellikte ürünlerin yer aldığı, rekabetin yoğun olduğu pazarlarda tüketiciler için ürünlerin farklılaşan yönlerini keşfetmek oldukça zordur. Bu koşullarda, tüketicilerin beklentilerine yönelik en uygun seçimi yaparken zihin bulanıklığı yaşamaları gerçekleşebilir.

Yenilik ve Son Moda Odaklılık: Bu özelliği gösteren tüketiciler, yenilik ve moda bilinci taşıyan tüketiciler grubunu oluşturmaktadır. Bu kişiler, yeni ürün arayışından zevk ve heyecan duymaktadırlar. Bu tüketiciler için stil sahibi olmak önemlidir ve modayı yakından takip ederler. Bu tarz tüketiciler, daha dikkatsizce ve düşünmeden alışveriş yapmalarının yanında, fiyat duyarlılıkları da zayıf olan kişilerdir.

Alışkın Olmak: Bu tarz tüketiciler, sürekli olarak aynı markaları almaya meyillidir. Bu tüketicilerin seçimlerinde favori marka ve mağazaları vardır. Bu boyutta sevdikleri marka ve mağazalardan alışveriş yapmayı alışkanlık haline getirmiş tüketiciler yer almaktadır. Bu grup tüketiciler alışkın oldukları marka ve mağazayı kolay kolay değiştirmezler.

Mükemmeliyetçilik: Bu boyutta yer alan tüketiciler orta kalitedeki ürünlerle yetinmeyip, en iyi ürünü seçmek için yoğun çaba gösterirler. Alışveriş konusunda mükemmeliyetçi tutum sergileyen tüketicilerin daha dikkatli, sistematik ve karşılaştırmalı alışveriş yapmaları beklenmektedir.

Dikkatsizlik: Bu boyutta harcadığı paraya dikkat etmeyen, plansız alışveriş yapan tüketiciler yer almaktadır. Harcadığı paranın karşılığını alıp almadığı konusunda endişe duymazlar. Bu tarz tüketiciler, ani ve fazla düşünmeden alışveriş yaparlar ve ne kadar harcadığına dikkat edilmeyen alışverişler bu grupta yer alır.

Alışveriş Uzmanlığı: Bu boyutta tüketiciler bilinçli alışveriş yaparlar ve “ödenen paranın karşılığını alma” önemli bir kriterdir. Bu özellikteki tüketiciler alışveriş için indirim zamanlarını beklerler ve genel olarak düşük fiyatlar konusunda bilinçlidirler. Ayrıca paralarının karşılığını alma konusunda hassastırlar. Bu tüketiciler karşılaştırmalı alışverişçiler olma eğilimindedirler.

Planlı Alışveriş: Bu tarz tüketiciler en iyi ürünü satın almak için alışverişe çok zaman ayırırlar. Alışverişlerinde planlıdırlar ve bunun için çok zaman harcarlar. Alışveriş aktivitesinden keyif alan tüketiciler bu gruba girmektedir.

2.3. Yazın Taraması ve Araştırmanın Hipotezleri

Türkiye’de çeşitli örneklem gruplarında yapılan araştırmalar sonucunda Türk tüketicilerin orta düzeyde etnosentrizm derecesine sahip oldukları görülmektedir (Akın vd., 2009:489; Aysuna, 2006:154; Uz Kurt ve Özmen 2004: 262; Gülmez ve Yılmaz 2009:14).

Demografik özellikler ile tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişkiye yönelik yapılan araştırmalarda genel olarak; sosyal sınıf, eğitim, gelir, yurtdışı seyahat sıklığı, satın alma sıklığı gibi değişkenlerin tüketici etnosentrizmiyle ters orantılı değişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Yaş arttıkça etnosentrizm duygusu artmakta, kadın tüketicilerin ise erkeklerle oranla daha etnosentrik olduğu görülmektedir (Shimp ve Sharma, 1987:281; Min Han, 1990: 24; Mohamad vd., 2000:69; Küçükemiroğlu, 1999: 470; Uz Kurt ve Özmen, 2004: 262; Schooler, 1971: 72; Good ve Huddleston, 1995:35; Arı ve Madran, 2011:18; Erdoğan ve Uz Kurt, 2010: 402; Uyar ve Dursun, 2015: 372).

Poyraz (2017:184), Azerbaycan ve Türkiye'deki tüketicilerin satın alma kararlarında etnosentrizmin etkisini belirlemeye çalıştığı araştırmada; cinsiyet, medeni durum, aylık ortalama hane geliri ve meslek değişkenlerinde Türkiye tüketicilerinin Azerbaycan tüketicilerine göre daha yüksek etnosentrik eğilimde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Dögerlioglu-Demir ve Tansuhaj (2011: 667) tarafından Tayland ve Türkiye'deki tüketicilerin etnosentrizm eğilimleri incelendiğinde, her iki kültürün benzer özellikler gösterdiği tespit edilmiştir. Kavak ve Gümüşlüoğlu (2007: 84) tarafından yapılan araştırmada etnosentrizmin tüketici satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türk tüketicilerin fast food yemek tercihleri incelendiğinde; yüksek etnosentrik tüketicilerin döner tercihi yaptıkları, düşük etnosentrik eğilime sahip tüketicilerin ise McDonald's hamburgerlerini tercih ettikleri görülmüştür. Eroğlu ve Sarı (2011: 51) tarafından yapılan araştırmada ise, yüksek etnosentrik eğilime sahip olan tüketicilerin marka bağımlılıklarının düşük olduğu, bu tarz tüketicilerin yerli ekonomiyi ve iş gücünü korumak için yabancı markalı ürünleri satın almayı tercih etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Watson ve Wright (2000: 1149) tarafından yapılan araştırmada ise, yüksek düzeyde etnosentrik eğilime sahip olan tüketicilerin kültürel olarak benzer özellikler gösteren ülkelerin ürünlerine karşı olumlu tutum sergiledikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Armağan ve Gürsoy (2011: 67) tarafından yapılan araştırmada, Türkiye'deki tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin % 60,6 olduğu tespit edilmiştir. Klein ve Ettenson (1999: 5) yabancı ürünlere duyulan düşmanlık ile tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişkiyle ilgili olarak yapılan araştırmada, bir başka ülkeye karşı duyulan askeri, politik ve ekonomik uyuşmazlıklardan kaynaklanan nefretin, tüketicilerin satın alma davranışında güçlü bir etkiye sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tüketici satın alma tarzlarından marka sadakati ile ilgili yapılan araştırmalara göre; bu tarz tüketicilerin favori marka ve mağaza belirleyip sadece buralardan alışveriş yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu tarz kişilerde markaların alışkanlık yaptığı ve alternatiflerle fazla ilgilenmedikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Splores ve Splores, 1990: 137; Walsh vd. 2001: 119; Bakewell ve Mitchell, 2003: 97; Ünal ve Erciş, 2006: 363). Mitchell ve Walsh (2004: 331) tarafından Alman tüketicilere yönelik yapılan araştırmada, tüketicilerin cinsiyetinin satın alma tarzlarındaki etkisi incelenmiş, kadınlar ve erkeklerin satın alma tarzları açısından farklılık gösterdikleri sonucuna ulaşılmışlardır. Genç Tüketicilere yönelik yapılan araştırmalarda, küçük yaşlardan itibaren teknoloji ile tanışan bu grup için satın alma kararlarında, ürünlere hızlı ve kolay ulaşabilmenin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Cui vd., 2003: 311; Gardner ve Eng, 2005: 40; Margaret, 2005: 18). Erciş ve Ünal (2009: 39), tarafından yapılan araştırmada, genç tüketicilerin alışkın olma ve mükemmeliyetçilik satın alma tarzını daha çok benimsedikleri

ortaya çıkmıştır. Düzgün (2015: 88) tarafından satın alma tarzlarının müşteri memnuniyetine etkisi üzerine yapılan araştırma sonucunda, marka bilinci ve mükemmeliyetçilik satın alma tarzlarının memnuniyeti olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yüksekbilgili (2016: 1399) tarafından yapılan X ve Y kuşağının satın alma tarzlarının araştırıldığı çalışmada, X kuşağının daha çok fiyat odaklı olduğu, Y kuşağının ise alışkın olmak ve son moda odaklılık satın alma tarzlarını benimsedikleri ortaya çıkmıştır. Candan vd. (2008: 56) tarafından Türkiye'deki genç tüketicilere yönelik yapılan araştırma sonucunda, gençlerin %39'unun yerli ürünleri tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Yazın taraması sonucunda, Sproles ve Kendall (1986) tarafından oluşturulan Tüketici Tipi Envanteri (Consumer Style Inventory-CSI) ile etnosentrizm arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Rašković vd. (2016: 3682) tarafından tüketici yenilikçiliği ile tüketici etnosentrizminin genç ve yetişkin tüketicilerdeki farklılığına yönelik yapılan çalışmada, genç tüketicilerde yenilikçi tüketim ile tüketici etnosentrizmi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yetişkin tüketicilerde ise, tüketici yenilikçiliği ve tüketici etnosentrizmi arasında düşük de olsa pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın amacı tüketici satın alma tarzları ile tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur.

Hipotez 1: *Tüketici etnosentrizmi ile tüketici satın alma tarzları (H_{1a} : marka bilinci, H_{1b} : çeşit karmaşası, H_{1c} : yenilik ve son moda odaklılık, H_{1d} : alışkın olmak, H_{1e} : mükemmeliyetçilik, H_{1f} : dikkatsizlik, H_{1g} : alışveriş uzmanlığı, H_{1h} : planlı alışveriş) anlamlı bir ilişki vardır.*

Hipotez2: *Tüketici etnosentrizmi, tüketicilerin satın alma tarzları üzerinde (H_{2a} : marka bilinci, H_{2b} : çeşit karmaşası, H_{2c} : yenilik ve son moda odaklılık, H_{2d} : alışkın olmak, H_{2e} : mükemmeliyetçilik, H_{2f} : dikkatsizlik, H_{2g} : alışveriş uzmanlığı, H_{2h} : planlı alışveriş) etkilidir.*

3. METODOLOJİ

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın örnekleme ve kullanılan veri toplama aracı hakkında bilgiler yer almaktadır. Araştırma sonucu elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan hipotezlerin sınanması da bu bölümde yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, tüketici etnosentrizmi ile tüketici satın alma tarzları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Ayrıca tüketici etnosentrizminin tüketici satın alma tarzlarını ne

düzyeyde etkilediği de araştırmanın konusu içerisinde yer almaktadır. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırmasında, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu tüketicilere elden dağıtılmış, daha sonra doldurulan anket formları toplanmıştır. Tüketicilerin etnosentrik eğilimini belirlemek amacıyla Shimp ve Sharma (1987) tarafından hazırlanan CETSCALE (Consumer Ethnocentrism Tendencies Scale) ‘‘Tüketicisi Etnosentrizm Eğilimleri leği’’nden yararlanılmıştır. Tüketicilerin satın alma tarzlarının belirlenmesi için ise, Sproles ve Kendall (1986) tarafından oluşturulan Tüketicisi Tipi Envanteri (Consumer Style Inventory-CSI) kullanılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için korelasyon ve regresyon analizlerinden, betimsel istatistiksel bilgiler için Descriptive analizinden yararlanılmıştır.

3.2. Araştırmanın örneklemini ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın evrenini Muğla il merkezinde yer alan tüketiciler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2017 yılı verilerine göre Muğla merkez nüfusu 109.979 kişidir (Tüik, 2017). Muğla il nüfusunun tamamına anket uygulamasının yapılması mümkün değildir. Ana klleyi temsilen örneklemin belirlenmiştir. Örneklemin seçiminde olasılıksız örneklemin yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Örneklemden elde edilen verilerin tüm ana klleyi yansıtamama kısıtı bulunmaktadır. Örneklemin ana klleyi temsil etme oranını belirlemek amacıyla yapılan hesaplama sonucunda 383 anketin evreni temsil etme yeteneği olduğu belirlenmiştir (www.surveysystem.com). Anket uygulaması esnasında tüketicilere 400 anket formu dağıtılmış ancak 362 anketin analiz edilmeye elverişli olduğu tespit edilmiştir.

Anket formunun oluşturulmasında geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçeklerden yararlanılmıştır. Anket formu  bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde ‘‘Tüketicisi Etnosentrizm Eğilimi’’ni ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde ‘‘Tüketicisi Satın Alma Tarzları’’ leği ifadeleri, son bölümünde ise yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek, gelir durumu vb. sorulardan oluşan demografik bilgiler yer almaktadır. Anket formunda yer alan ölçeklere ilişkin bilgiler şu şekildedir:

Tüketicisi Etnosentrizm Eğilimleri leği: Tüketicilerin etnosentrizm eğilimlerini belirlemek amacıyla Shimp ve Sharma (1987) tarafından hazırlanan CETSCALE (Consumer Ethnocentrism Tendencies Scale) leğinden yararlanılmıştır. Ölçek 17 ifadeden oluşmaktadır. Güngör (2016) tarafından Türkçe’ ye çevrilip, güvenilirliği ve geçerliliği test edilen ölçek tek

boyut olarak değerlendirilmiştir ve bu çalışmada da tek boyut olarak analize dâhil edilmiştir. Anket formunda yer alan ifadeler, 5’li likert tipi derecelendirme ölçeğine göre hazırlanmıştır ve 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum’ u ifade etmektedir.

Tüketici Satın Alma Tarzları Ölçeği: Tüketicilerin satın alma tarzlarının belirlenmesi için, Sproles ve Kendall (1986) tarafından oluşturulan Tüketici Tipi Envanteri (Consumer Style Inventory-CSI) kullanılmıştır. Ölçek Düzgün (2015) tarafından Türkçe’ ye çevrilmiştir. Ölçek 36 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmış olup 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum’ u ifade etmektedir. Düzgün (2015:83-84) tarafından yapılan araştırmada tüketici satın alma tarzları 8 boyut olarak değerlendirilmiştir. Bunlar; marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık, alışkın olmak, mükemmeliyetçilik, dikkatsizlik, alışveriş uzmanlığı ve planlı alışveriştir. Bu çalışmada yapılan analizler Düzgün (2015: 83-84) tarafından belirlenen boyutlar üzerinden değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

3.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler IBM SPSS 21.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma amacına yönelik oluşturulan hipotezler %95 güven aralığında test edilmiştir.

3.3.1. Demografik Veriler

Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, görev ve gelir durumuna yönelik demografik bilgileri aşağıda Tablo 1’ de gösterilmektedir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanların Tüketicilerin Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Kişi	Yüzde (%)	Medeni Durum	Kişi	Yüzde (%)
Kadın	154	42,5	Evli	240	66,3
Erkek	208	57,5	Bekâr	122	33,7
Yaş	Kişi	Yüzde (%)	Eğitim Düzeyi	Kişi	Yüzde (%)
20 yaş ve altı	16	4,4	Lise	68	18,8
21- 29 yaş arası	86	23,8	Önlisans	52	14,4
30 - 39 yaş arası	146	40,3	Lisans	212	58,6
40 - 49 yaş arası	98	27,1	Lisansüstü	30	8,3
50 yaş ve üzeri	16	4,4			
Meslek Grubu	Kişi	Yüzde (%)	Gelir Durumu	Kişi	Yüzde (%)
Memur	262	72,4	1000 TL ve altı	16	4,4
Esnaf/Tüccar	28	7,7	1001-1999 TL	8	2,2
Serbest Meslek	18	5,0	2000-2999 TL	34	9,4
İşçi	22	6,1	3000-3999 TL	100	27,6
Öğrenci	24	6,6	4000-4999 TL	112	30,9
Emekli	8	2,2	5000 TL üzeri	92	25,4
TOPLAM	362	100,0	TOPLAM	362	100,0

Araştırmaya katılan tüketicilerin %42,5'i kadınlardan, %57,5'i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı 30-39 yaş aralığında yer almaktadır. Tüketicilerin meslekleri incelendiğinde %72,4'lük kısmı memurlardan oluşmaktadır. Medeni durumları incelendiğinde %66,3'ü evlidir. Eğitim düzeylerinde ise %58,6'sı lisans mezunudur. Tüketicilerin gelir düzeyleri incelendiğinde %30,9'u 4000-4999 TL üzeri aylık gelire sahiptirler.

3.3.2. Güvenilirlik Analizi ve Tanımlayıcı İstatistikler

Tüketici etnosentrizmine yönelik ifadelerin güvenilirlik analizi değeri (Cronbach's Alpha) 0,955 çıkmıştır. Cronbach's Alpha değeri 0,80'in üzerinde ise yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Kalaycı, 2008: 405). Araştırmanın güvenilirlik düzeyi oldukça yüksek seviyededir.

Tablo 2: Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği Betimsel İstatistiği

Tüketici Etnosentrizmi	N	Min.	Max.	Ort.	S.S.
Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği	362	1,00	5,00	3,51	0,94

Tablo 2’de yer alan tanımlayıcı istatistikî bilgilere göre, araştırmaya katılan tüketicilerin etnosentrizme yönelik görüşlerinin ortalaması 3,51 çıkmıştır. 5’li likert ölçeğinde ortalama değer 3 olduğu düşünüldüğünde, katılımcıların tüketici etnosentrizmi eğilimlerinin ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir.

Tüketici satın alma tarzlarına yönelik ifadelerin güvenilirlik analizi (Cronbach’s Alpha) 0,916 çıkmıştır. Araştırmanın güvenilirlik düzeyi oldukça yüksek seviyededir. Sproles ve Kendall (1986) tarafından oluşturulan ve Düzgün (2015: 83-84) tarafından Türkçe’ye uyarlanan Tüketici Tipi Envanteri ölçeği 36 ifade ve 8 boyuttan oluşmaktadır. Bu araştırmada da Düzgün (2015: 83-84) tarafından oluşturulan boyutlar dikkate alınarak değerlendirmeler yapılmıştır. Tüketici satın alma tarzları; marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık, alışkın olmak, mükemmeliyetçilik, dikkatsizlik, alışveriş uzmanlığı ve planlı alışveriş şeklindedir. Tüketici satın alma tarzları boyutlarına ilişkin betimsel istatistikî bilgilere Tablo 3’de yer verilmektedir.

Tablo 3: Tüketici Satın Alma Tarzı Ölçeği Betimsel İstatistiği

Tüketici Satın Alma Tarzı	N	Min.	Max.	Ort.	S.S.
Marka Bilinci	362	1,00	5,00	2,32	0,85
Çeşit Karmaşası	362	1,00	5,00	2,53	0,87
Yenilik ve Son Moda Odaklılık	362	1,00	5,00	2,55	0,96
Alışkın Olmak	362	1,00	5,00	3,04	0,99
Mükemmeliyetçilik	362	1,00	5,00	3,43	1,08
Dikkatsizlik	362	1,00	5,00	2,36	0,87
Alışveriş Uzmanlığı	362	1,00	5,00	2,78	0,70
Planlı Alışveriş	362	1,00	5,00	2,74	0,92

Tablo 3’de yer alan istatistiksel verilere göre, araştırmaya katılanların satın alma tarzlarından ortalama değeri en yüksek olan, mükemmeliyetçilik tarzıdır. 5’li likert ölçeğinde orta değer 3 olduğuna göre, mükemmeliyetçilik tarzı 3,43 ile orta değer üzerinde yer almıştır. Mükemmeliyetçilik tarzından sonra, alışkın olmak tarzı da ortalama değer altında kalmıştır. Tüketici satın alma tarzlarından en düşük ortalamaya sahip olan marka bilinci ve dikkatsizlik tarzıdır.

3.3.3. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın amacına yönelik geliştirilmiş olan hipotezlerin test edilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bilgiler ve hipotezlere ilişkin sonuçlar aşağıda tablolar ile belirtilmektedir.

Hipotez 1: Tüketici etnosentrizmi ile tüketici satın alma tarzları (**H_{1a}**: marka bilinci, **H_{1b}**: çeşit karmaşası, **H_{1c}**: yenilik ve son moda odaklılık, **H_{1d}**: alışkın olmak, **H_{1e}**: mükemmeliyetçilik, **H_{1f}**: dikkatsizlik, **H_{1g}**: alışveriş uzmanlığı, **H_{1h}**: planlı alışveriş) anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin satın alma tarzları ile etnosentrik eğilimleri arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonucunda ortaya çıkan ilişki düzeyi aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

Tablo 4: Hipotez 1'e Yönelik Korelasyon Analizi Tablosu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tüketici Etnosentrizmi	1								
<i>Marka Bilinci (H_{1a})</i>	-,409**	1							
<i>Çeşit Karmaşası (H_{1b})</i>	-,392**	,548**	1						
<i>Yenilik ve Son Moda Odaklılık (H_{1c})</i>	-,337**	,623**	,556**	1					
<i>Alışkın Olmak (H_{1d})</i>	-,159**	,290**	,253**	,350**	1				
<i>Mükemmeliyetçilik (H_{1e})</i>	,068	,171**	,171**	,164**	,613**	1			
<i>Dikkatsizlik (H_{1f})</i>	-,079	,295**	,245**	,392**	-,054	-,289**	1		
<i>Alışveriş Uzmanlığı (H_{1g})</i>	-,064	,430**	,303**	,362**	,421**	,359**	-,028	1	
<i>Planlı Alışveriş (H_{1h})</i>	-,030	,328**	,217**	,304**	,409**	,337**	-,035	,585**	1

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır. **Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin etnosentrizm eğilimleri ile satın alma tarzları arasındaki ilişkinin incelendiği korelasyon analizine göre, marka bilinci (H_{1a}), çeşit karmaşası (H_{1b}), yenilik ve son moda odaklılık (H_{1c}), alışkın olmak (H_{1d}) satın alma tarzları ile tüketici etnosentrizmi arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı derecede ilişki tespit edilmiştir.

Marka bilinci ile tüketici etnosentrizmi arasında negatif yönlü (r=-,409) orta düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tüketici etnosentrizmi ile marka bilinci arasında negatif yönlü ve anlamlı (p=,000) bir ilişki vardır ve H_{1a} hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici satın alma tarzlarından çeşit karmaşası ile tüketici etnosentrizmi arasında anlamlı (p=,000) derecede ve negatif yönlü (r=-,392) orta düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir. Etnosentrik eğilimleri yüksek olan tüketicilerin daha az çeşit karmaşası yaşadıkları görülmektedir ve H_{1b} hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici etnosentrizmi ile yenilik ve son moda odaklılık satın alma tarzı arasında da negatif yönlü ($r=-,337$) orta düzeyde ve anlamlı ($p=,000$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Etnosentrizmin, tüketicilerin yenilik ve son moda odaklı olmaları ile negatif yönlü bir ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır ve H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici satın alma davranışlarından alışkın olma ile tüketici etnosentrizmi arasında negatif yönlü ($r=-,159$) düşük düzeyde ve anlamlı ($p=,002$) ilişki olduğu görülmektedir. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri arttıkça satın almadaki alışkanlıklarında azalma olduğu görülmektedir. H_{1d} hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici etnosentrizmi ile satın alma tarzlarından mükemmeliyetçilik ($p=,195$) dikkatsizlik ($p=,132$), alışveriş uzmanlığı ($p=,223$) ve planlı alışveriş ($p=,566$) arasında istatistiksel olarak anlamlı derecede bir ilişki tespit edilememiştir. H_{1e} , H_{1f} , H_{1g} ve H_{1h} hipotezleri red edilmiştir.

Hipotez2: Tüketici etnosentrizmi, tüketicilerin satın alma tarzları üzerinde (H_{2a} : marka bilinci, H_{2b} : çeşit karmaşası, H_{2c} : yenilik ve son moda odaklılık, H_{2d} : alışkın olmak, H_{2e} : mükemmeliyetçilik, H_{2f} : dikkatsizlik, H_{2g} : alışveriş uzmanlığı, H_{2h} : planlı alışveriş) etkilidir.

Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına Tablo 5’de yer verilmektedir.

Tablo 5: Hipotez 2’ye Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken: Tüketici Etnosentrizmi						
Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin Watson
Marka Bilinci (H_{2a})	,184	81,357**	-,385	-9,020	,000**	1,761
Çeşit Karmaşası (H_{2b})	,139	58,134**	-,344	-7,625	,000**	1,833
Yenilik ve Son Moda Odaklılık (H_{2c})	,098	38,912**	-,318	-6,238	,000**	1,680
Alışkın Olmak (H_{2d})	,021	7,551**	-,150	-2,748	,000**	1,315
Mükemmeliyetçilik (H_{2e})	,004	1,428	,072	1,195	,233	1,657
Dikkatsizlik (H_{2f})	,003	1,257	-,054	-1,121	,263	1,376
Alışveriş Uzmanlığı (H_{2g})	,007	2,420	-,060	-1,556	,121	1,550
Planlı Alışveriş (H_{2h})	,004	1,348	-,059	-1,161	,246	1,360

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzı alt boyutları üzerinde ayrı ayrı etkisinin tespit edilebilmesi için basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş, marka bilinci (H_{2a}), çeşit karmaşası (H_{2b}), yenilik ve son moda odaklılık (H_{2c}) ile alışkın olmak (H_{2d}) satın alma tarzları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Regresyon modelinde, değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığı Durbin-Watson testi ile belirlenmektedir. Genellikle 1,5 – 2,5 civarında bir Durbin-Watson testi değeri otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Öztürk, 2006: 267). Basit doğrusal regresyon analizi Durbin-Watson değerleri incelendiğinde yaklaşık olarak bu aralık içerisinde yer aldığını söylemek mümkündür.

Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzlarından “marka bilinci” üzerindeki etkisinin incelendiği H_{2a} ($p=, 000$) kabul edilmektedir. R^2 değeri incelendiğinde, marka bilincindeki değişimin %18,4'lük kısmı tüketici etnosentrizmi ile açıklanabilmektedir. Beta değerine göre, tüketici etnosentrizmi eğilimindeki 1 birimlik artış, tüketicilerin “marka bilinci” satın alma tarzlarında 0,385 düzeyinde bir azalmaya neden olmaktadır. Tüketici etnosentrizminin “marka bilinci” satın alma tarzı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tüketici etnosentrizminin “çeşit karmaşası” satın alma tarzı üzerindeki etkisinin incelendiği H_{2b} ($p=,000$) kabul edilmektedir. R^2 değerine göre, “çeşit karmaşası” satın alma tarzındaki değişikliğin yaklaşık %14'lük kısmı tüketici etnosentrizmi ile açıklanabilmektedir. Beta değeri incelendiğinde ise, tüketici etnosentrizmi eğilimindeki 1 birimlik artışın, “çeşit karmaşası” satın alma tarzında 0,344 düzeyinde bir azalmaya sebep olduğu regresyon modelinde görülmektedir. Tüketici etnosentrizminin “çeşit karmaşası” satın alma tarzı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Tüketici etnosentrizminin “yenilik ve son moda odaklılık” satın alma tarzı üzerindeki etkisi H_{2c} ($p=,000$) ile yordanmaktadır ve kabul edilmiştir. Tablo 5'te H_{2c} 'ye ait R^2 değeri incelendiğinde, “yenilik ve son moda odaklılık” satın alma tarzındaki değişikliğin yaklaşık %10'luk bir kısmı tüketici etnosentrizmi ile açıklanabilmektedir. Beta değerine göre, tüketici etnosentrizmi eğilimindeki 1 birimlik artışın, satın alma tarzlarından “yenilik ve son moda odaklılık” üzerinde 0,318 oranında bir azalmaya sebep olduğu tespit edilmiştir. Tüketici etnosentrizminin, “yenilik ve son moda odaklılık” satın alma tarzı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğundan söz etmek mümkündür.

Tüketici etnosentrizminin “alışkın olmak” satın alma tarzı üzerindeki etkisi H_{2d} ile değerlendirilmiş ve hipotez kabul edilmiştir. H_{2d} 'ye ait R^2 değeri incelendiğinde, “alışkın

olmak” satın alma tarzındaki değişikliğin çok küçük bir kısmı (% 2) tüketici etnosentrizmi ile açıklanabilmektedir. H_{2d} satırındaki Beta değeri incelendiğinde ise, tüketici etnosentrik eğilimindeki 1 birimlik artışın “alışkın olmak” satın alma tarzı üzerinde %15 düzeyinde bir azalmaya neden olduğu görülmektedir. Tüketici etnosentrizminin, “alışkın olmak” satın alma tarzı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5’de yer alan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, tüketici etnosentrizminin “mükemmeliyetçilik” (H_{2e}), “dikkatsizlik” (H_{2f}), “alışveriş uzmanlığı” (H_{2g}) ve “planlı alışveriş” (H_{2h}) satın alma tarzları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. H_{2e} ($p=,233$), H_{2f} ($p=,263$), H_{2g} ($p=,121$) ve H_{2h} ($p=,246$) red edilmiştir.

4. DEğERLENDİRME ve SONUÇ

Tüketici etnosentrizmi ile tüketici satın alma tarzları arasındaki ilişkileri ve etnosentrizmin satın alma tarzları üzerindeki etkisini inceleyen bu araştırma sonucunda istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Literatürde tüketici etnosentrizmi ile Sproles ve Kendall (1986) tarafından belirlenen tüketici satın alma tarzları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum, elde edilen analiz sonuçlarının yazında yer alan araştırmalarla karşılaştırma yapma imkânını kısıtlamaktadır.

Araştırmaya dâhil olan katılımcıların etnosentrik eğilimlerine yönelik yapılan betimsel istatistik analizleri sonucunda, ortalamanın üzerinde bir tüketici etnosentrizmi eğilimi olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin yerli ürünleri, yabancı ürünlere tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin satın alma tarzlarına yönelik yapılan tanımlayıcı istatistiksel araştırma sonucunda, mükemmeliyetçilik tarzının ortalama değerinin diğer satın alma tarzlarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Örnekleme yer alan tüketicilerin orta kalitede ürünler ile yetinmeyip en iyi ürünü bulma ve seçme konusunda çaba sarf ettikleri anlaşılmaktadır. Mükemmeliyetçilik satın alma tarzından sonra, ortalama değerin üzerinde kalan diğer satın alma tarzı alışkın olmak tarzıdır. Araştırmaya katılan tüketicilerin daha önce alışveriş yaptıkları mağazaları ve ürünleri tercih etme eğilimleri ortalamanın üzerindedir. En düşük ortalamalar ise marka bilinci ve dikkatsizlik satın alma tarzındadır. Araştırma katılan tüketicilerin markaya olan bağlılıkları düşük seviyededir. Ayrıca alışverişe önem verdikleri ve dikkatli davrandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın amacına uygun olarak, tüketici etnosentrizmi ile satın alma tarzları arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla hipotez geliştirilmiş ve test edilmiştir.

Hipotezin analizinde kullanılan korelasyon analizi sonucunda, tüketici etnosentrizmi ile satın alma tarzlarından; marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık, alışkın olmak tarzları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Tüketicilerde etnosentrizm eğilimi arttıkça marka bilincine yönelik satın alma tarzında azalma görülmektedir. Tüketici etnosentrizmi ile çeşit karmaşası satın alma tarzında da negatif yönlü bir ilişki mevcuttur. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri arttıkça çeşit karmaşası ile karşı karşıya kalma durumları azalmaktadır. Tüketicileri böyle durumlarda daha çok yerli ürünleri tercih ettikleri söylenebilir. Etnosentrik eğilimleri yüksek olan tüketicilerin, yenilik ve son moda odaklılık tarzlarında da azalma görülmektedir. Rašković vd. (2016: 3682) tarafından yapılan genç tüketicilere yönelik yapılan araştırmada da, tüketici yenilikçiliği ile tüketici etnosentrizmi arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri arttığında, yabancı ürünleri satın alma alışkanlıklarından vazgeçtiği, yerli ürünleri tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi ile istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzlarından marka bilinci, çeşit karmaşası, yenilik ve son moda odaklılık ile alışkın olma tarzı üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir. En yüksek etkinin marka bilinci üzerinde olduğu görülmektedir. Etnosentrik eğilimi yüksek olan tüketicilerde marka bilincinin düşük seviyede olduğu, yerli ürünlere karşı satın alma düşüncesinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Tüketici etnosentrizmi çeşit karmaşası üzerinde de etkilidir ve etnosentrik eğilimi yüksek olan kişilerin çeşit karmaşası yaşamadıkları görülmektedir. Yenilik ve son moda odaklılık tarzı üzerinde de tüketici etnosentrizminin etkisi vardır ve etnosentrik eğilimi yüksek olan tüketicilerin, yenilikçi ve son moda odaklı satın alma tarzlarında azalma görülmektedir. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri yükseldikçe, daha önce alışkın oldukları ürünleri satın almak yerine yerli ürünleri tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Tüketicilerin etnosentrizm eğilimlerinde dönem dönem artış gözlemek mümkündür. Ülkelerin uluslararası politikaları ve kendi uluslarına yönelik güvenlik tehditlerinin yüksek olduğu durumlarda, kişilerin etnosentrik tutumlarında artış olduğu yazında belirtilmektedir. Ayrıca ulus olarak ekonomik kriz dönemlerinde tüketicilerin daha çok etnosentrik bir anlayışla alışveriş yaptıkları tespit edilmiştir (Lusk vd., 2006: 287). Ekonomik olarak kendi ülkelerinin zor durumda olduğunu düşünen tüketicilerin yabancı menşeli ürünler yerine kendi üretimleri olan ürünleri tercih etmeleri etnosentrizm anlayışının bir sonucudur.

Sonuç olarak, tüketicilerin yabancı ürünler yerine yerli ürünleri satın almayı tercih ettikleri tüketici etnosentrizmi eğilimi, satın alma tarzlarını da etkilemektedir. Etnosentrik

eğilimin ön planda olduğu dönemlerde tüketiciler, daha önce kullandıkları yabancı markalardan, yenilik ve son moda odaklı olmaktan, alışkın oldukları yabancı ürünleri tüketmekten vazgeçebilmektedirler. Tüketici etnosentrizminin satın alma tarzları ile olan ilişki/etkinin incelendiği bu çalışmada, sonraki çalışmalara öneri olarak daha geniş kapsamlı bir örneklem ile ve ürün bazında bir araştırma yapılması tavsiye edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akın, M., Çiçek, R., Gürbüz, E., & İnal, M. E. (2009). "Tüketici Etnosentrizmi ve Davranış Niyetleri Arasındaki Farklılığın Belirlenmesinde CETSCALE Ölçeği", *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 489-512.
- Al Ganideh, S. F. (2010). "Consumer Ethnocentrism in The Jordanian Market: The Impact of Socio-Psychological Variables on Consumer Ethnocentric Tendencies", *Journal of Business and Retail Management Research*, 5(1), 11-20.
- Al Ganideh, S., Jackson, H., & Marr, N. (2007). "An Investigation into Ethnocentrism among Young Jordanians", *World Journal of Retail Business Management-WJRBM*, 1(2), 40-51.
- Arı, E. S., & Madran, C. (2011). "Satın Alma Kararlarında Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin Rolü", *Öneri Dergisi*, 9(35), 15-33.
- Armağan, E. A., & Gürsoy, Ö. (2011). "Satın Alma Kararlarında Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin CETSCALE Ölçeği ile Değerlendirilmesi", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 67-77.
- Asil, H. (2010). "Değerler, Tüketici Etnosentrizmi ve Yerli/Yabancı Markalı Ürün Tercihi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Aysuna, C. (2006). "Tüketici Etnosentrizmi Etkisini Ölçmede CETSCALE Ölçeği ve Türkiye Uygulaması", (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Bakewell, C., & Mitchell, V. W. (2003). "Generation Y Female Consumer Decision-Making Styles" *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(2), 95-106.
- Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R. D., & Melewar, T. C. (2001). "The Impact of Nationalism, Patriotism and Internationalism on Consumer Ethnocentric Tendencies", *Journal of International Business Studies*, 32(1), 157-175.
- Candan, B., Aydın, K., & Yamamoto, G. T. (2008). "A Research on Measuring Consumer Ethnocentrism of Young Turkish Customers Purchasing Behaviors", *Serbian Journal of Management*, 3(1), 39-60.
- Caruana, A. (1996). "The Effects of Dogmatism and Social Class Variables on Consumer Ethnocentrism in Malta", *Marketing Intelligence & Planning*, 14(4), 39-44.
- Cui, Y., Trent, E. S., Sullivan, P. M., & Matiru, G. N. (2003). "Cause-Related Marketing: How Generation Y Responds", *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(6), 310-320.
- Dalkılıç, Ç.B., (2008). "Hazır Giyim Ürünlerinde Türk ve İtalyan Tüketicilerin Satın Alma Yaklaşımları Açısından Sınıflandırılması ve Karşılaştırılması" (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Darden, W. R., & Ashton, D. (1974). "Psychographic Profiles of Patronage Preference Groups", *Journal of Retailing*, 50(4), 99-112.

- Dögerlioğlu-Demir, K., & Tansuhaj, P. (2011). "Global vs Local Brand Perceptions among Thais and Turks" , *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(5), 667-683.
- Dursun, İ., Alnıaçık, Ü., & Tümer Kabadayı, E. (2013). "Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği: Yapısı ve Boyutları", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (19), 293-304.
- Durvasula, S., Lysonski, S., & Andrews, J. C. (1993). "Cross-Cultural Generalizability of A Scale for Profiling Consumers' Decision-Making Styles", *Journal of Consumer Affairs*, 27(1), 55-65.
- Düzgün, Z. (2015), "Tüketicilerin Pazarlama Karmaşı Algısı ve Satın Alma Tarzlarının Müşteri Memnuniyeti, Markaya Duyulan Güven ve Tüketici Temelli Marka Değeri Üzerindeki Etkileri", (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Doğu Üniversitesi.
- Erciş, A., & Ünal, S. (2009) "Gençlerin Kişisel Değerleri ile Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi", *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 19-44
- Erdoğan, B. Z., & Uzkurt, C. (2010). "Effects of Ethnocentric Tendency on Consumers' Perception of Product Attitudes for Foreign and Domestic Products", *Cross Cultural Management: An International Journal*, 17(4), 393-406.
- Eroğlu, A. H., & Sarı, S. (2011). "Tüketici Etnosentrizmi ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki", *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 39-55.
- Gardner, S., & Eng, S. (2005). What Students Want: Generation Y and The Changing Function of The Academic Library. *Portal: Libraries and The Academy*, 5(3), 405-420.
- Giddens, A., Duneier, M., Appelbaum, R. P., & Carr, D. S. (1996). *Introduction to Sociology*. WW Norton.
- Good, L. K., & Huddleston, P. (1995) "Ethnocentrism of Polish and Russian consumers: are feelings and intentions related", *International Marketing Review*, 12(5), 35-48.
- Gülmez, M., & Yılmaz, C. (2009). "Etnosentrik Tüketicilerin Yerli Ürün Satın Alma Eğilimleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz", 14. Uluslararası Pazarlama Kongresi, Bozok Üniversitesi, 14-17.
- Güngör, Y. (2016). "Marka Kişiliği Algısı ve Menşe Ülke Etkenlerinin Tüketici Etnosentrizmi Üzerindeki Etkisi: Starbucks & Kahve Dünyası Örneği", (Yüksek Lisans Tezi), Mersin: Çağ Üniversitesi.
- Hiu, A. S., Siu, N. Y., Wang, C. C., & Chang, L. M. (2001). "An Investigation of Decision-Making Styles of Consumers in China", *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 326-345.
- Hofstede, G. 1984. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, London: Sage Publications.
- Hu, A. W. L., & Bedford, O. (2012). "Development and Validation of The Sports Fan Ethnocentrism Scale". *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(2), 215-225.

- Javalgi, R. G., Khare, V. P., Gross, A. C., & Scherer, R. F. (2005). "An Application of The Consumer Ethnocentrism Model to French Consumers", *International Business Review*, 14(3), 325-344.
- Kalaycı, Ş., (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (3.Baskı), Asil Yayın Dağıtım, Ankara
- Kavak, B., & Gümüşlüoğlu, L. (2007). "Segmenting Food Markets-The Role of Ethnocentrism and Lifestyle in Understanding Purchasing Intentions", *International Journal of Market Research*, 49(1), 71-94.
- Klein, J. G., & Ettenson, R. (1999). "Consumer Animosity and Consumer Ethnocentrism: An Analysis of Unique Antecedents", *Journal of International Consumer Marketing*, 11(4), 5-24.
- Küçükemiroğlu, O. (1999). "Market Segmentation by Using Consumer Lifestyle Dimensions and Ethnocentrism: An Empirical Study", *European Journal of Marketing*, 33(5/6), 470-487.
- Lee, W. N., Hong, J. Y., & Lee, S. J. (2003). "Communicating with American Consumers in The Post 9/11 Climate: An Empirical Investigation of Consumer Ethnocentrism in The United States", *International Journal of Advertising*, 22(4), 487-510.
- Liu, F., Murphy, J., Li, J., & Liu, X. (2006). "English and Chinese? The Role of Consumer Ethnocentrism and Country of Origin in Chinese Attitudes Towards Store Signs", *Australasian Marketing Journal*, 14(2), 5-16.
- Lusk, J. L., Brown, J., Mark, T., Proseku, I., Thompson, R., & Welsh, J. (2006). "Consumer Behavior, Public Policy, and Country-of-Origin Labeling", *Review of Agricultural Economics*, 28(2), 284-292.
- Lysonski, S., Durvasula, S., & Zotos, Y. (1996). "Consumer Decision-Making Styles: A Multi-Country Investigation", *European Journal of Marketing*, 30(12), 10-21.
- Margaret, C. (2005). "Moving Into Cyberspace" *Knowledge Quest*. 34(1), 18-22.
- Min Han, C. (1990). "Testing The Role of Country Image in Consimer Choice Behaviour", *European Journal of Marketing*, 24(6), 24-40.
- Mitchell, V. W., & Walsh, G. (2004). "Gender Differences in German Consumer Decision-Making Styles", *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 3(4), 331-346.
- Mohamad, O., Ahmed, Z. U., Honeycutt Jr, E. D., & Tyebkhan, T. H. (2000). "Does" Made In." Matter to Consumers? A Malaysian Study of Country of Origin Effect", *Multinational Business Review*, 8(2), 69-73.
- Mutlu, H. M., Çeviker, A., & Çirkin, Z. (2011). "Tüketici Etnosentrizmi ve Yabancı Ürün Satın Alma Niyeti: Türkiye ve Suriye Üzerine Karşılaştırmalı Analiz". *Sosyoekonomi*, 14(1), 51-73.

- Özçelik, D. G. (2010). “Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: Levis ve Mavi Jeans Üzerine Bir Uygulama”, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Öztürk, E. (2006). “Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli”, Ş.Kalaycı (Ed). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde. Asil Yayın Dağıtım Ankara, 259-269.
- Poyraz, Ö. O. (2017). “Etnosentrik Eğilimlerin Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi: Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırması”, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 9(2), 163-187.
- Rašković, M., Ding, Z., Škare, V., Došen, Đ. O., & Žabkar, V. (2016). “Comparing Consumer Innovativeness and Ethnocentrism of Young-Adult Consumers”, Journal of Business Research, 69(9), 3682-3686
- Rawwas, M. Y., Rajendran, K. N., & Wuehrer, G. A. (1996). “The Influence of Worldmindedness and Nationalism on Consumer Evaluation of Domestic and Foreign Products”, International Marketing Review, 13(2), 20-38.
- Schooler, R. (1971). “Bias Phenomena Attendant to The Marketing of Foreign Goods in The US”, Journal of International Business Studies, 2(1), 71-80.
- Sharma, S., Shimp, T. A., & Shin, J. (1994). “Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators”, Journal of The Academy of Marketing Science, 23(1), 26-37.
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). “Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of The CETSCALE”, Journal of Marketing Research, 24 (3), 280-289.
- Sproles, E. K., & Sproles, G. B. (1990). “Consumer Decision-Making Styles as A Function of Individual Learning Styles”, Journal of Consumer Affairs, 24(1), 134-147.
- Sproles, G. B. (1983). “Conceptualization and Measurement of Optimal Consumer Decision-Making”, Journal of Consumer Affairs, 17(2), 421-438.
- Sproles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). “A Methodology for Profiling Consumers' Decision-Making Styles”, Journal of Consumer Affairs, 20(2), 267-279.
- Sumner, W. G. (1906), Folkways: A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores and Morals, Boston: Ginn Press.
- Sürer, S. (2017). “Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin Tüketicilerin Yerli Marka Otomobil Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi”, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- The Survey System, “Sample Size Calculator”, <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>, Erişim Tarihi: 06.11.2018.
- Tuik, (2017), Türkiye İstatistik Kurumu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt İstatistikleri, http://tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=2305, Erişim Tarihi: 06.11.2018

- Uyar, K., & Dursun, Y. (2015). "Farklı Ürün Kategorilerinde Yabancı Markalama ve Tüketici Etnosentrizmi", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(2), 363-382.
- Uzkurt, C., & Özmen, M. (2004). "Tüketici Etnosentrizmi ve Ülke Orijini Etkisinin Tüketicilerin Yerli ve Yabancı Ürünler Yönelik Tutumlarına Etkileri", 9. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, 262-274.
- Ünal, D. (2011). Köken Ülke Faktörünün Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Aydın İlinde Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- Ünal, S., & Erciş, A. (2006). "Pazarın Satın Alma Tarzlarına ve Kişisel Değerlere Göre Bölümlendirilmesi", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 21(1), 359-382.
- Walsh, G., Hennig-Thurau, T., Wayne-Mitchell, V., & Wiedmann, K. P. (2001). "Consumers' Decision-Making Style as A Basis for Market Segmentation". Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, 10(2), 117-131.
- Watson, J. J., & Wright, K. (2000). "Consumer Ethnocentrism and Attitudes Toward Domestic and Foreign Products", European Journal of Marketing, 34(9/10), 1149-1166.
- Westbrook, R. A., & Black, W. C. (1985). "A Motivation-Based Shopper Typology". Journal of Retailing, 61(1), 78-103.
- Yüksekbilgili, Z.(2016), "Tüketici Karar Verme Tarzlarının Kuşaklara Göre Değerlendirilmesi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(59), 1392-1402.

Citation: Özer, Ö., & Yıldırım, H.H. (2018), Investigation of Sustainability and Financial Sustainability in the Health System, BMIJ, (2018), 6(4): 1141-1151 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.311>

INVESTIGATION OF SUSTAINABILITY AND FINANCIAL SUSTAINABILITY CONCEPTS IN THE HEALTH SYSTEM¹

Özlem ÖZER²

Hasan Hüseyin YILDIRIM³

Received Date (Başvuru Tarihi): 24/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 06/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

The fundamental element of sustainability in the health system is the financial sustainability that is at the heart of the health policy debate. Factors such as the aging of the world population, the emergence of new technological developments, increasing expectation and demand from the health system, increasing access to health services, and seeking quality health care services have begun to create significant pressures on health systems and threaten the financial sustainability of health systems. Sustainability and financial sustainability are very important concepts in evaluating countries' health systems. However, there are no consensus definitions on these concepts in the literature. The aim of this study is to give information about the concepts of sustainability and financial sustainability, which have become an important topic of discussion in the health systems of the world countries in recent years, and to evaluate these concepts in terms of the health system.

Keywords: Health System, Sustainability, Financial Sustainability, Financial Sustainability In Health System

JEL Codes: I15, I13

SAĞLIK SİSTEMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMLARININ İNCELENMESİ

ÖZ

Sağlık sisteminde sürdürülebilirliğin temeli, sağlık politikası tartışmalarının merkezinde yer alan finansal sürdürülebilirlik konusu olmaktadır. Dünya nüfusunun giderek yaşlanması, yeni teknolojik gelişmelerin ortaya çıkması, sağlık sisteminden olan beklentilerin ve talebin artış göstermesi, sağlık hizmetlerine olan erişim artması, kaliteli sağlık hizmeti arayışı gibi faktörler sağlık sistemleri üzerinde önemli baskılar yaratmaya başlamış ve sağlık sistemlerinin finansal sürdürülebilirliğini tehdit eder bir hale gelmiştir. Sürdürülebilirlik ve finansal sürdürülebilirlik ülkelerin sağlık sistemlerini değerlendirmede oldukça önemli kavramlar olmasına rağmen literatürde bu kavramlar hakkında henüz üzerinde fikir birliğine varılmış tanımlamalar bulunmamaktadır. Bu çalışmanın amacı da, son yıllarda tüm dünya ülkelerinin sağlık sistemlerinde önemli bir tartışma konusu haline gelen sürdürülebilirlik ve finansal sürdürülebilirlik kavramları hakkında bilgiler vermek ve bu kavramları sağlık sistemi açısından değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Sistemi, Sürdürülebilirlik, Finansal Sürdürülebilirlik, Sağlık Sisteminde Finansal Sürdürülebilirlik

¹ Bu çalışma, ilk yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, oozer@mehmetakif.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0002-7238-5371>

³ Prof. Dr. Sağlık Bilimleri Üniversitesi, hhy@tuseb.gov.tr,

<https://orcid.org/0000-0001-7272-5797>

1. INTRODUCTION

Today, the production and consumption of health goods and services are carried out through modern health systems shaped by socioeconomic, historical, cultural, legal, political and other dynamics of countries (Yıldırım, 2015). A health system refers to entire activities consisting of supply, demand, management, resources, organization, financing, legislation and policies of health services. Any health system has three primary goals: to improve the health of the population, to respond to people's expectations, and to provide financial protection against the costs of ill-health (WHO, 2000). In addition to these three primary goals, health systems have many other goals such as access to health services, participation of the society, sustainability, and innovation. These secondary goals might also affect the level of health, responsiveness to the expectations and equity in health care (Murray and Frenk, 2000).

In recent years, the most widely discussed topics in health systems have been sustainability and financial strength of the system against increased cost pressures. More recently, in some countries, these issues have been coupled with economic crises. In many European countries, the share of health care expenditure in the gross domestic product (GDP) displays significant increase. The ageing of the population, limited resources, the emergence of new technologies, economic growth, higher expectations, and higher costs of health services inputs are among the factors that challenge health systems. These factors lead to rise in costs, thus posing a threat to financial sustainability too (Figueras et al., 2012).

In Turkey, as is the case in most countries, sustainability and financial sustainability of the health system has recently become important topics of debate. However, information on what these concepts mean in the health system is very limited. Therefore, the aim of this study gives information about the concept of sustainability and financial sustainability in health systems, and to evaluate these concepts in terms of the health system.

2. SUSTAINABILITY

The measurement and definition of sustainability is very important because sustainability sheds light whether there is actually a political problem, and if any, how the problem can be solved (Di Matteo, 2010). The concept of sustainability began to further manifest itself in the literature in the early 19th century, and appeared in the field of renewable resources such as agriculture and fishery, along with forestry. With the re-emergence of the issue of resources in the beginning of the 1970s, the debates of sustainability have gradually increased in the fields other than agriculture, forestry and fishery—particularly in the field of

industry. The increase in environmental issues such as air pollution, noise pollution, etc. has shifted debates of sustainability towards the environmental issues (Kaya, 2013). The main feature of the concept of sustainability, which is used in different fields, is that it is about human future and it involves the protection of resources of the field that it is used in (Tıraş, 2012).

Sustainability, which, in terms of word meaning, is called ‘the capacity to endure’ (Kaya, 2013) is defined in different ways by different circles. It is derived from the Latin *sustinere* meaning “to hold”, “to support” and ‘to maintain’. The concept of sustainability was first coined in the field of forestry (Kuhlman and Farrington, 2010; Campbell et al., 2011). Sustainability, which has become a popular goal for societies, has also become a wide-ranging term that can be applied to any enterprise on a local or a global scale for long time periods (Mathaisel and College, 2014). For environment, sustainability assesses whether or not project outputs can be produced without permanent and unacceptable changes in the natural equilibrium. For human beings, it is long-term physical and cultural well-being (Mathaisel and College, 2014). In public financing, sustainability creates a reliable source of revenues for ongoing public spending (Marchildon, 2004).

Sustainability, which is also described as ‘the capacity to endure and withstand changing circumstances’ (Birch, 2014), is mostly considered as self-sufficiency, and it refers to the capacity of the system to continue its normal activities into the future (Abuor, 2012). In very general sense, if an organization/system is able to survive over a long period of time, and at the same time, has the ability to fulfill its mission, it can be accepted as sustainable (Klaus, 2010).

Another definition of sustainability is to ensure the capability of a system to endure at a certain level (Gruen et al., 2008). In its most general sense, sustainability refers to providing the resources needed by a certain program, sector, or overall economy within a certain slice of time. Therefore, along with borrowing, economic development or economic growth is also subject to the sustainability criteria. Thus, the concept of sustainability is used for progress or development as well (Göktan, 2008).

3. SUSTAINABILITY IN HEALTH SYSTEMS

Sustainability in health systems has recently become a priority policy agenda for countries because of the rise in health expenditures, limited resources and increasing share of health spending in the GDP due to the factors such as technological progress, consumer expectations and demographical changes (Thomson et al., 2009). Sustaining the health system in an efficient and effective manner has become one of the major tasks of governments. The

interested actors tackle with the deadlock between unlimited needs and limited financial resources (Wang, 2010). The continuous upward trend in the costs of health services and usually faster growth in overall health spending than the economy of nations are considered serious threats to the sustainability of health systems (Prada et al., 2014).

Increasing demand for health services and decreasing financing, human resources and other resources available for the delivery of health services, lead to the emergence of ‘sustainability gap’, and this gap gradually widens. Health systems, in order to survive in the long term, need to have adequate resources to achieve their goals and to adapt to changing environment (Coiera and Hovenga, 2007).

What sustainability in the health system is, what the goals of sustainability in the health system should be, and how these goals can be achieved are still unclear. Despite its popularity as a modern, but yet a cliché new concept, there is not a clear, agreed-upon definition of sustainability of the health system. The concept of sustainability in health systems is defined in different ways in the literature (Prada et al., 2014). Despite the lack of an agreed-upon definition for sustainability in the health system, some definitions provided in the literature are given below.

Knowles et al. (1997) define sustainability in the health system as “the capacity of the system to continue its normal activities successfully in the future” (Knowles et al., 1997). According to another definition, “sustainability is the capacity of the health system to function effectively over time with minimum external input” (La Fond, 1995; Yıldırım, 2012a). Sustainability in the health system means ensuring that sufficient resources are available over the long term to provide timely access to quality services and timely access to necessary medication (Romanow, 2002). These resources consist of human resources that include direct service providers such as nurses, physicians, dentists, hospitals, clinics and health care managers; equipment and materials such x-ray and other diagnostic imaging systems; physical resources involving hospital and clinic facilities such as information technologies that support the health system, and financial resources (Marchildon, 2004).

Conceptually, sustainability in health systems can be understood as a dynamic balance relating to the values on which the system is based (affordability, accessibility, acceptability, and quality). Hence, sustainability involves the system, where these values are sufficiently sustained, and where they provide a framework for meaning and actions (Essink, 2012). Sustainability in health systems means ensuring that appropriate and adequate resources are

available over the long term in order to assure timely access to quality health services that will meet current and future health care needs of the population (BASYS et al., 2005).

The most common challenges faced in ensuring a sustainable health system are an ageing population, financial sustainability of health systems, prevention and control of chronic diseases, rapid progress in health technologies, cost-effectiveness and innovation (European Commission, 2013). Other major challenges are inadequate human resources, inequality, citizens' decreased trust and confidence in the system and services, low efficiency, and changing social expectations. The increase in the costs of health services is a serious threat to the sustainability of the health system (Prada et al., 2014).

A sustainable health system 1) delivers care to the sick resulting in the lowest possible mortality and morbidity 2) provides that care to the greatest possible portion of the population as much as possible, 3) provides that as a percentage of GDP, the total cost of care is in balance with other necessary societal costs for the relevant population, and 4) under that system, care delivery is seen as an attractive and satisfying profession (Miller, 2013).

The major criteria for sustainability in respect of the society, are ensuring accessibility and continuity of health services, accessibility of health services in financial terms as well, and in this context, the existence of social security (Deloitte, 2012).

4. FINANCIAL SUSTAINABILITY IN HEALTH SYSTEMS

Over the past 50 years, total health expenditures in the OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) countries have increased faster than the GDP, at an average of 2% points above the GDP growth (World Economic Forum, 2012). In most OECD countries, the growth of health spending surpassed the GDP growth over the two decades. This trend has increasingly become an important problem since the 2008 crisis (Tordrup et al., 2013). The big amount of resources allocated to health care and their tendency to further rise over time have brought about versatile debates over the financing of the health system in respect of ensuring the sustainability of the system (Alper, 2011). Modern health systems must remain accessible and effective while seeking long-term sustainability. To do this, they have to be fiscally sustainable (European Commission, 2014).

The debates over sustainability of the health system are mostly about financing (Prada et al., 2014; Romanow, 2002). Some argue that the system is not sustainable due to extremely high costs of the health system, and also because it constitutes a very large a proportion of governments' budgets, or it imposes pressure on taxes. Some others who debate over the

problems with the system, underline the failure in the organization of the system and inefficiency of outcomes. They maintain that there is more than enough money to meet health care needs, and the system should be reorganized. Others have argued that the only problem with the system is the lack of financial resources in recent years. According to them, restoring and increasing the financial resources will solve the problem (Romanow, 2002).

The concept of sustainability in health system, which is frequently debated in the media, and policy and academic circles, is a controversial concept and is open to different interpretations. However, it is rarely debated what financial sustainability means for a health system or how a health system must achieve financial sustainability or what the policy outcomes of the problem are (Thomson et al., 2009).

There is no universally accepted definition of the concept of financial sustainability. This concept can often be defined as a government's ability to sustain its current expenditures, taxes and other fiscal policies over the long term. The government, thanks to its mentioned ability, will be able to maintain its power to govern, or will not face any problem in fulfilling its responsibilities, or will be able to carry out its pre-committed spending (Kalkınma Bakanlığı, 2014).

The concept of financial sustainability in the health system can be defined as the ability of the health system to generate sufficient resources to fulfill the responsibilities expected from it, to maintain health status by the resources generated, and to perform its responsibility to improve health status. If the health system fails to finance its expenditures through different revenues or is able to fulfill these responsibilities via the Treasury or financial support, the continuity of this assistance will constitute the basis for financial sustainability of the health system (Kalkınma Bakanlığı, 2014).

One definition says financial sustainability in the health system refers to the ability of a health system to function effectively over time with minimum financial input (Belek, 2009). According to another definition, financial sustainability is the ability of resources to maintain a sufficient level for the functioning of the system (USAID, 2001). Financial stability in the health system, which is described as the alignment of limitless needs and limited financial resources (Eurostat, 2005) is a country's ability to finance its health system by its financial resources in the medium and long term. Financial stability, which has a critical importance in ensuring the continuity of the provision of services and health care in the long run, is the ability to meet health expenditures by revenues obtained via the primary financing mechanism selected

(Yıldırım, 2012b). As to Queensland Treasury Corporation (2016), financial sustainability is “being able to maintain infrastructure and manage services through likely policy changes and unexpected financial shocks without the need for economically significant or socially destabilising revenue or expenditure adjustments.”

Financial sustainability has also been equated with financially self-sufficiency of the societies to cover the whole health system and the requirements of the program. According to this viewpoint, priorities must be set within government budget constraints, additional resources must be mobilized, and better value must be obtained for funds used in the health sector. A health system’s sustainability depends on its operation by an organization with the ability to mobilize and allocate adequate and appropriate resources in the long term (Brenzel and Young, 2011).

5. CONCLUSION

The primary objective of any health system is to improve health level of the society. In order to achieve this objective, health services should be accessible, equitable, of quality, and sustainable (Akdağ and Mollahalioglu, 2011). The fundamental dimension of sustainability in the health system is financial sustainability, which stands at the center of debates about health policy (Thomson et al., 2009). Financial sustainability is critical because of the direct contribution of health to societal well-being (Tsai, 2010). In addition to, sustainability is momentous for the appropriate functioning of health care systems. (Borgonovi et al., 2018).

Factors such as increased accessibility to health services, the impact of the health sector’s labor-and technology-intensive nature on cost increases, increased burden of chronic diseases and need for long-term care with ageing population, threats posed by lifestyle and environmental factors, and higher expectations for service supply and quality not only increase cost pressures and health expenditures, but also push countries towards ‘sustainable’ new searches in their health systems (Özsarı 2013). Sustainability express the capability of health organizations to effectively use available resources to optimize health services’ provision and improve achievable health outcomes. (Borgonovi et al., 2018). The create of a sustainable health system depends on the access to durable and non-durable goods related to health, access to capital and adequate resource allocation for such inputs (Uğurluoğlu and Özgen, 2008).

Sustainable health financing requires policies to involve all stakeholders to make the health system viable (Owusu-Seyere and Bagah, 2014). Therefore, governments are expected to offer solutions based on the problems that may arise in sustainability and financial

sustainability of the health system by focusing on these concepts very carefully and involving stakeholders (politicians, bureaucrats, academicians, health service providers, etc.).

Finally, the financial sustainability of the health system depends on political decisions on how and how much to invest in health and how resources should be collected. The financial sustainability problem is a political issue. Because financial sustainability is linked to revenues, this issue is a problem that creates pressure on public spending for many countries (Özer and Yıldırım, 2016).

In this study, the concepts of sustainability and financial sustainability in the health system, which are considered as important concepts in health systems, have tried to be explained and have been comprehensively discussed. The fact that these concepts have not been studied in detail before in the literature in terms of health system, also constitutes the main emergence point of this study.

REFERENCES

- Abuor, G.O. (2012), Health Care Financing Strategies and Their Impact on Financial Sustainability (Case of Faith Based Hospitals in Kenya), A Research Project Report Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration of Kenyatta University.
- Akdağ, R. ve Mollahalioğlu, S. (2011), Kamu Hastanelerinin Genel Verimliliğinin Değerlendirilmesi Araştırma Raporu. Refik Saydam Hıfzısıssha Merkezi Başkanlığı, Ankara.
- Alper, Y. (2011), “Sosyal Güvenlik Reformu ve Finansmanla İlgili Beklentiler”, Sosyal Güvenlik Dergisi, 1(1), 7-47.
- BASYS, CEPS, IRDES and IGSS. (2005), Development of a Methodology for Collection and Analysis of Data on Efficiency and Effectiveness in Health Care Provision. Final Report, Eurostat Grant: N°20023510004 ESTAT/R-3/PT/ar/B2002 E-3. Retrieved from: <http://www.basys.de/aktuelles/sha-efficiency.pdf>, (Date of access: 12 May 2018).
- Belek, İ. (2009), Sağlıkın Politik Ekonomisi, Sosyal Devletin Çöküşü. İstanbul: Yazılama Yayınları.
- Birch, S. (2014), OHE Lunchtime Seminar: Improving Sustainability through Needs-Based Planning. Retrieved from: <https://www.ohe.org/node/1563>. (Date of access: 12 May 2018).
- Brenzel, L. and Young, D. (2011), Assessment of the Financial Sustainability of the Affordable Medicines Facility-Malaria (AMFm) in Eight Pilot Countries. Information and Discussion Paper, Submitted to the AMFm Unit of the Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria. Retrieved from: www.theglobalfund.org. (Date of access: 15 August 2018).
- Borgonovi, E., Adinolfi, P., Palumbo, R. and Piscopo, G. (2018). “Framing the Shades of Sustainability in Health Care: Pitfalls and Perspectives from Western EU Countries”. Sustainability, 10, 4439, doi:10.3390/su10124439.
- Campbell, S. Pieters, K., Mullen, K.A., Reece, R. and Reid, R.D. (2011), “Examining Sustainability in a Hospital Setting: Case of Smoking Cessation”, Implementation Science, 6, 108.
- Coiera, E. and Hovenga, E.J.S. (2007), Building a Sustainable Health System. IMIA Yearbook of Medical Informatics.
- Deloitte, (2012), Sürdürülebilir Kamu İlaç Finansman Modeli İçin Yol Haritası ve Süreç Yönetimi. Retrieved from: http://www.ieis.org.tr/pdfler/Deloitte_kamufinansmanraporu_0612.pdf. (Date of access: 6 August 2018).
- Di Matteo, L. (2010), “The Sustainability of Public Health Expenditures: Evidence from the Canadian Federation”, The European Journal of Health Economics, 11, 569-584.
- Essink, D. R. (2012), Sustainable Health Systems. The role of Change Agents in Health System Innovation. Faculty of Earth and Life Sciences. Hertogenbosch: Uitgeverij BoxPress.
- European Commission, (2013), Investing in Health, Commission Staff Working Document Social Investment Package, Brussels. Retrieved from: http://ec.europa.eu/health/strategy/docs/swd_investing_in_health.pde. (Date of access: 10 August 2018).
- European Commission, (2014), Communication from the Commission on Effective, Accessible and Resilient Health Systems. Brussels, 4.4.2014, COM(2014) 215 final.
- Eurostat, (2005), Development of a Methodology for Collection and Analysis of Data on Efficiency and Effectiveness in Health Care Provision, Final Report. Retrieved from: <http://www.basys.de/aktuelles/sha-efficiency.pdf>. (Date of access: 7 June 2018).
- Figueras, J., McKee, M., Lessof, S., Duran, A. and Menabde, N. (2012), Health Systems, Health, Wealth, and Societal Well-Being: An Introduction. In Figueras, J. & McKess, M. (Eds). Health Systems, Health, Wealth and Societal Well-Being, Assessing the Case for Investing in Health Systems, World Health Organization. England: McGraw-Hill Open University Press, pp. 1-13.
- Göktaş, A. (2008), “Türkiye’de Mali Sürdürülebilirlik Üzerine Amprik Bir Çalışma”, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 15(2), 425-445.
- Gruen, R.L., Elliott, J.H., Nolan, M.L., Lawton, P.D., Parkhill, A., McLaren, C.L. and Lawis, J.N. (2008), “Sustainability Science: An Integrated Approach for Health Programme Planning”, The Lancet, 371, 1579-1589.

- Kalkınma Bakanlığı, (2014), Sosyal Güvenlik Sisteminin Sürdürülebilirliği, Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023, Ankara. Retrieved from: <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/220/sosyal%20g%C3%BCvenlik%20sis.OIK.pdf> (Date of access: 20 August 2018).
- Kaya, A. (2013), Mali Sürdürülebilirlik: Teori ve Türkiye Uygulaması. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Klaus, B. (2010), Developing an Assessment of Organizational Sustainability. Retrieved from: <http://www.thesustainablengo.org>. (Date of access: 08 August 2018).
- Knowles, J.C., Leighton, C. and Stinson, W. (1997), Measuring Results of Health Sector Reform for System Performance: A Handbook Indicators, Special Initiatives Report No.1, Bethesda, MD: Partnerships for Health Reform.
- Kuhlman, T. and Farrington, J. (2010), "What is Sustainability?", Sustainability, 2, 3436-3448.
- La Fond, A. (1995), Sustaining Primary Health Care. The Save the Children Fund, London.
- Marchildon, G.P. (2004), The Many Worlds of Fiscal Sustainability. In Marchildon, G.P., McIntosh, T. and Forest, P.G. (Eds.). The Fiscal Sustainability of Health Care in Canada. Canada: University of Toronto Press, pp.3
- Mathaisel, D.F.X. and Colledge, B. (2014), "A Strategy For Promoting Health Care Sustainability", The Clute Institute International Academic Conference, San Antonio, Texas, USA.
- Miller, T. (2013), "Sustainable Healthcare and the Role of Medical Technology", Arab Health Magazine, 3, 64-66.
- Murray, C.J. and Frenk, J. (2000), "A Framework for Assessing the Performance of Health Systems", Bulletin of the World Health Organization, 78(6), 717-731.
- Owusu-Seyere, E. and Bagah, D. (2014), "Towards a Sustainable Health Care Financing in Ghana: Is the National Health Insurance the solution?", Public Health Research, 4(5), 185-194.
- Özer, Ö. and Yıldırım, H.H. (2016), "Türkiye Sağlık Sisteminin Finansal Sürdürülebilirliğine Yönelik Bir Uygulama", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(16), 149-161.
- Özsarı, H.S. (2013), "Üniversite Hastaneleri, Sürdürülebilirlik ve Güçler Ayrılığı", Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi, 20, 40-43.
- Prada, G., Grimes, K. and Sklokin, L. (2014), Defining Health and Health Care Sustainability. Ottawa: The Conference Board of Canada.
- Queensland Treasury Corporation, (2016), Financial Sustainability in Public Health: The Imperative for Forecasting. AHHA-Innovation Collaboration Network.
- Romanow, R.J. (2002), Building on Values: The Future of Health Care in Canada. Final Report. Commission on the Future of Health Care in Canada.
- Thomson, S., Foubister, T., Figueras, J., Kutzin, J., Permanand, G. and Bryndová, L. (2009), Addressing Financial Sustainability in Health Systems, WHO, Copenhagen, pp.1-3.
- Tıraş, H.H. (2012), "Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2, 57-73.
- Tordrup, D., Angelis, A. and Kanavos, P. (2013), "Preference on Policy Options for Ensuring the Financial Sustainability of Health Care Services in the Future: Results of a Stakeholder Survey", Applied Health Economics and Health Policy, 11, 639-652.
- Tsai, S. (2010), "Understanding the Financial Sustainability of Taiwan's Health System: Modelling Health Expenditure Through 2035", Retrieved from: <http://tr.scribd.com/doc/108963696/7/SUSTAINABILITY-IN-HEALTHCARE> (Date of access: 04 December 2018).
- Uğurluoğlu, E. and Özgen, H. (2008), "Sağlık Hizmetleri Finansmanı ve Hakkaniyet", Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 11(2), 133-160.
- USAID, (2001), Fundamentals of NGO Financial Sustainability. Retrieved from: (http://www.pathfind.org/site/DocServer/Fundamentals_of_NGO_Financial_Sustainability.pdf). (Date of access: 20 September 2018).

- Wang, G.X. (2010), "Financial Sustainability of Universal Healthcare and Its Reform: The Case of Taiwan", *Asian Social Science*, 6(4), 3-18.
- WHO, (2000), *The World Health Report 2000: Health Systems-Improving Performance*, Geneva pp.5-8.
- World Economic Forum, (2012), *The Financial Sustainability of Health Systems A Case for Change, A Report from the World Economic Forum*. Prepared in collaboration with McKinsey & Company.
- Yıldırım, H.H. (2012a), *Sağlık Harcamaları ve Sağlık Finansmanı*. In Yıldırım, H.H. (Ed.). *Sağlık Sigortacılığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yıldırım, T. (2012b), *Türkiye’de Sağlık Sigortacılığının Değerlendirilmesi*. In Yıldırım, H.H. (Ed). *Sağlık Sigortacılığı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yıldırım, T. (2015), *Avrupa Birliği, Sağlık Çalışanları ve Türkiye: Serbest Dolaşım ve Potansiyel Göç*. Ankara: ABSAM Yayınları.

Citation: Temizel F. & Bayçelebi B.E. (2018), Finansal Dışlanmışlık Analizi: Eskişehir’de Öğrenim Gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1152-1177
doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.265>

FINANSAL DIŞLANMIŞLIK ANALİZİ: ESKİŞEHİR’DE ÖĞRENİM GÖREN İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ (İİBF) ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fatih TEMİZEL¹

Berfu Ece BAYÇELEBİ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 08/07/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 10/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışmada Eskişehir’de İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde kayıtlı üniversite öğrencilerinin finansal dışlanmışlık düzeyinin belirlenmesi amacı ile 2016-2017 eğitim öğretim yılı içerisinde Eskişehir Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri’nde kayıtlı bulunan öğrencilere finansal dışlanmışlık anketi uygulanmıştır. Uygulanan anket yardımı ile öğrencilerin belirli finansal ürün ve hizmetleri kullanıp kullanmama durumları ile kullanmamaları halinde bu duruma neden olan etmenler araştırılmıştır. Ele alınan örneklem bağlamında öğrencilerin finansal dışlanmışlık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Dışlanma, Sosyal Dışlanma, Finansal Okuryazarlık

JEL Kodları: G10, G20, G28

FINANCIAL EXCLUSION ANALYSIS: A STUDY ON THE STUDENT OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES IN ESKİŞEHİR

ABSTRACT

In this study, the financial exclusion questionnaire were applied to the students at Faculty of Economics and Administrative Sciences, Eskişehir Anadolu University and Osmangazi University in 2016-2017 education year, on the purpose of determining the financial exclusion level of the students at the Faculty of Economics and Administrative Sciences. By means of the analysis of the questionnaire, it was investigated whether students use certain financial products and services or not and the factors that cause financial exclusion when they are not used. In the context of the sample taken, students were found to have a high level of financial exclusion levels.

Keywords: Financial Exclusion, Social Exclusion, Financial Literacy

JEL Codes: G10, G20, G2

¹ Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi, ftemizel@anadolu.edu.tr

² Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, berfubaycelebi@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7208-3293>

<https://orcid.org/0000-0003-1668-1958>

1. GİRİŞ

Günümüzde finansal ürün ve hizmetler günlük hayatın neredeyse her alanında ihtiyaç duyulan araçlar haline gelmiştir. Bu bağlamda finansal ürün ve hizmetlere erişime sahip olmayan ve finansal sistemin dışında konumlanan kesimin incelenerek bu kesimin sisteme dahil edilmesine yönelik politikalar geliştirilmesi önem arz etmektedir. Buna rağmen Türkiye’de finansal dışlanmışlık durumunun tespitine yönelik yapılan araştırma sayısı yok denecek kadar azdır. Finansal dışlanmışlık kavramı çok geniş bir perspektifte değerlendirilmesi gereken ve pek çok alt başlığa sahip bir kavram olsa da farklı ölçeklerde ve farklı finansal ürünler kapsamında yapılacak olan çalışmaların birikimi ile Türkiye örneğinde finansal dışlanmışlık durumunun ortaya konulabileceği düşünülmektedir. Toplumun hangi ürün ve hizmetler kapsamında, hangi nedenlere dayalı olarak finansal dışlanmaya maruz kaldığının belirlenmesi, dışlanmışlığı ortadan kaldırmak adına gerekli adımların atılmasında en önemli rehber olacaktır. Ampirik analizler yardımı ile hazırlanacak uygun politikalar sayesinde toplumun ürün ve hizmet bilgi düzeyi ile bu ürün ve hizmetlere olan erişiminin artması toplum refahını olumlu etkileyerek hem ürün ve hizmet sağlayıcısı kurumlar açısından var olan pazarı genişletebilecek, hem de finansal sistemin gelişmesiyle ülke ekonomisine katkıda bulunacaktır.

Hayatın olağan akışı içinde bireylerin bütçe yönetimi konusu ile karşılaştığı, kendi adına sahip olduğu ürün ve hizmetleri kullanmaya ve finansal sisteme dâhil olmaya başladığı dönemin üniversite eğitimi ile başladığı görülmektedir. Bu nedenle araştırma üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Çalışmada Eskişehir’de öğrenim gören İİBF öğrencilerinin sahip olduğu ve olmadığı finansal ürünler ile belirli bir ürüne sahip olunmaması halinde bu duruma neden olan olası etmenler araştırılarak öğrencilerin finansal dışlanma düzeyi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde kayıtlı üniversite öğrencilerini temsilen, 2016-2017 eğitim öğrenim yılı içerisinde Eskişehir ili kapsamında Eskişehir Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri’ne kayıtlı öğrenciler arasından seçilen örneklem üzerinden veri derlenmiştir. Çalışmada ele alınan finansal ürünler kapsamında finansal dışlanma düzeyinin önemli derecede yüksek olduğu sonucuna varılmış ve finansal dışlanmaya neden olan faktörler ile finansal dışlanmanın türleri kapsamında elde edilen sonuçlar özetlenmeye çalışılmıştır.

2. FİNANSAL DIŞLANMIŞLIK

Finansal dışlanmışlığın tanımı geniş kapsamlı olarak ele alındığında belirli bir finansal ürün ya da hizmete erişim sağlanmaması şeklinde ifade edilmektedir (Sinclair, 2001, s.16).

Finansal dışlanmışlığın ölçümü ise Temizel'in (2015, s.126) belirttiği üzere bireyin farklı türden finansal araçlara sahip olup olmaması, finansal ürünleri kullanabilme konusundaki bireysel yetkinlikleri ve bireyin finansal ürünlere sahip olması üzerinde etkili olabilecek diğer dışsal faktörlerin araştırılması şeklinde üç alt boyutta incelenmelidir.

Finansal dışlanmışlık literatürde pek çok kez sosyal dışlanmışlık ile bağlantılı olarak ele alınmıştır ve birbirleri arasında iki yönlü bir ilişkinin var olduğu ifade edilmiştir. Drakeford ve Sachdev (2001, s.210)'e göre finansal ürünlere erişim imkânı kısıtlı olan bireyler için bütçe kontrolü diğer bireylere göre daha masraflı ve kontrolsüz olmakta, bu gibi bir etki de sosyal dışlanmışlığı tetiklemektedir.

Geçmişte, herhangi bir banka hesabına sahip olunmaması ya da coğrafi engeller nedeni ile finansal ürünlere erişimin mümkün olmaması şeklinde ele alınan finansal dışlanmışlık kavramının günümüzde pek çok alt kritere bağlı olduğu bilinmektedir. Piyasaların gelişmesi ve finansal ürünlerin artması sonucu finansal dışlanmışlık kavramı pek çok farklı finansal ürün kapsamında değerlendirilmekte ve finansal dışlanmaya neden olan faktörler de coğrafi engeller dışında farklı etmenler ele alınarak incelenmektedir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Corr (2006) tarafından İrlanda örneğinde geniş kapsamlı olarak gerçekleştirilen finansal dışlanmışlık araştırmasında, finansal dışlanmışlığın sekiz alt boyuta sahip olduğu belirtilmiştir. İlgili çalışmaya göre finansal dışlanmışlığın boyutları; dezavantajlı bölgelerde yaşama nedeni ile ortaya çıkan coğrafi dışlanmışlık, finansal ürün ve hizmet sağlayıcılarının kısıtlamalarından kaynaklı erişim dışlanması, finansal ürünlerin kendi koşullarından kaynaklanan koşul dışlanması, finansal ürünlerin fiyatlarından kaynaklanan fiyat dışlanması, ürün ve hizmet sağlayıcılarından kaynaklanan pazarlama dışlanması, bireyin kendi tercihlerinden kaynaklanan dışlanma, bireylerin finansal yetersizliğinden kaynaklanan kaynak dışlanması ve teknolojik gelişmişliğe bağlı ortaya çıkan elektronik dışlanma şeklinde tanımlanmıştır (Corr, 2006, s.10-13). Solo (2008, s.51)'de ise finansal dışlanmaya neden olan faktörler; hesap açmak için gerekli olan yüksek başlangıç tutarları, hesap açmak için istenen belgeler (gelir belgesi, kişisel bilgiler gibi), hesap işletim ücretleri gibi ücretler nedeniyle özellikle küçük tutarlı tasarruf yapabilen bireyler için tasarrufların bankalarda saklanması daha maliyetli olduğunun düşünülmesi ve düşük gelirli bireylerin sistemce hoş karşılanmadıkları düşüncesine sahip olmaları olarak özetlenmiştir. Kempson, Atkinson ve Pilley (2004, s.6-7)'de ise bu nedenlere bireylerin sosyal ve kültürel engeller nedeni ile sistem dışında kalmaları, bölgesel konum nedeniyle herhangi bir

finansal kuruma ulaşamamaları ve sosyal sigorta ödemelerinin bankalar üzerinden yapılma zorunluluğunun olup olmaması eklenmiştir. İlgili çalışmada belirtildiği üzere özellikle sosyal sigorta ödemelerinin bankalar üzerinden yapılmasının zorunlu olduğu ülkelerde bireylerin banka hesabına sahip olma zorunluluğu finansal sisteme dahil olma üzerinde olumlu etki etmektedir. Sosyal ve kültürel nedenleri vurgulayan bir diğer çalışmaya sahip olan Warsame (2009) ise Birleşik Krallıkta ele aldığı çalışmasında bölgede yaşayan müslüman nüfusun İslami finansal ürünlerin yokluğu ve neredeyse tüm kurumların ve hizmet sağlayıcıların (mikrofinans kurumları ve kredi birlikleri dahil) faizli enstrümanlara dayalı olması nedeni ile finansal dışlanmaya maruz kaldığını vurgulamıştır (Warsame, 2009, s.293). Daha güncel bir örnekte Sain, Rahman ve Khanam (2016)'da Avusturalya kapsamında finansal dışlanmanın İslami finansal ürünlerin sayısının artırılması ile azaltılıp azaltılamayacağını araştırmak amacıyla genel bir değerlendirme yapmış ve İslami finansal ürünlerin artırılmasının sorunun azaltılmasında yardımcı olacağını belirtmişlerdir. Özellikle dini ve kültürel nedenler, bireylerin finansal dışlanmaya maruz kalması konusunda etkili değişkenlerdir. Bu çalışmada bu gibi sosyal engeller araştırılmamış, bireylerin varsa kendi tercihleri nedeni ile finansal ürünleri kullanmama durumları üzerinde durulmuştur.

Türkiye örneğinde gerçekleştirilen Eken (2008)'e ait çalışmada ise, finansal dışlanmışlığın temelde iki farklı nedeni olduğu belirtilmiş ve bu nedenlerden ilki diğer çalışmalarda belirtildiği üzere yoksulluk, eğitimsizlik, işsizlik ya da dini/kültürel sosyal nedenler olarak tanımlanmış, ikincisi ise bireylerin aşırı borçluluk nedeni ile finansal hizmetlere erişimlerinin kısıtlanması sonucu ortaya çıkan finansal hizmetlere erişememe durumu olarak tanımlanmıştır (Eken, 2008, s. 65).

Chakravarty (2006, s.425)'da da bireylerin banka hizmetlerinden uzak durmalarında bankalarca sunulan hizmetler ile ilgili tam ve yeterli bilgiye sahip olmamalarının etkisi üzerinde durulmuştur.

Russell, Maitre ve Donnelly (2011, s.29-32)'e göre finansal ürünlerin en yaygın olan türlerine göre oluşturulan finansal dışlanmışlık çeşitleri; banka hesabı ve buna bağlı para transferleri hizmetlerine sahip olmama anlamına gelen banka dışlanması, uygun faizli kredi imkanına sahip olmama anlamına gelen kredi dışlanması, özellikle gelir ve tüketici davranışları ile birebir bağlantılı olduğu düşünülen ve herhangi bir tasarrufa sahip olmama anlamına gelen tasarruf dışlanması ve herhangi bir sigorta ürününe sahip olmama şeklinde tanımlanan sigorta dışlanması şeklinde dört farklı çatı altında değerlendirilmektedir. Diğer finansal ürünlerden ziyade bir banka hesabına sahip olmanın finansal dışlanmışlık üzerindeki etkisinin doğrudan

olduğu düşünülmektedir. Hogarth ve O'Donnell (2000, s.410)'a göre, bir banka hesabı sahibi olarak bireylerin finansal kimlik kazanmaları izleyen dönemde kredi, sigorta ve yatırım ürünleri gibi ileri finansal işlemler için başlangıç oluşturmaktadır. Bu nedenle mevduat hesabına sahip olma durumu finansal dışlanmışlık ölçümünde önemli bir kriterdir.

Finansal dışlanmışlık ölçümünde kullanılan finansal ürünler seçilirken Corr (2006, s.27) tarafından belirtildiği üzere, nüfusun çoğunluğu açısından aynı şekilde yaygın sayılabilecek ürünlerin seçimi, farklı gelir düzeyleri ile ilişkilendirilebilir ürünlerin seçimi, zamana bağlı olarak yeniden kıyaslama yapılmasına ve farklı örneklerle karşılaştırma yapılmasına olanak sağlayacak ürünlerin seçimi göz önünde bulundurulmuştur.

Rahman ve Palmer (2001)'in araştırmasında finansal ürün ve hizmetler olarak mevduat hesabı, ev ve eşya sigortası, emeklilik sigortası ve tasarruf hesabı ele alınmıştır ve gençlerin her bir ürünü nasıl kullandığı, para transferlerini, tasarruflarını değerlendirmeyi ve var ise borçlanmalarını ne şekilde gerçekleştirdikleri araştırılmıştır. Ayrıca Rahman ve Palmer (2001, s.2) katılımcı gençlerin neredeyse tümünün finansal danışmanlık alma konusunda istekli olduğunu ancak danışmanlık alan kesimin azınlıkta olduğunu görmüştür. Solo (2005, s.1)'de belirttiği üzere sistem dışında olan bireylerin en belirgin özelliği düşük gelirli, düşük eğitimli ve azınlık gruplara ait bireyler olmalarıdır.

Bir diğer örnek olarak Panigyrakis, Theodoridis ve Veloutsou (2002) finansal hizmetlere erişimin çok kısıtlı olduğu finansal dışlanmışlığı yüksek olan Yunanistan'a bağlı 2 adet ada üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, hayatlarının tamamını aynı adada geçiren katılımcılar ile belirli bir dönemde farklı bir bölgede yaşamış olan katılımcılar arasındaki farkı incelemiş ve yaşanan yerin özelliğinin finansal dışlanma üzerindeki etkisini vurgulamıştır.

Devlin (2005) ise ele aldığı beş farklı finansal ürünün (mevduat hesabı, tasarruf hesabı, ev/eşya sigortası, hayat sigortası, emeklilik sigortası) her biri ile ifade edilen dışlanmışlık düzeyini farklı demografik özellikler yardımı ile açıklayan modeller üretmiş ve demografik özelliklerin finansal dışlanmışlık üzerindeki etkisini araştırmıştır. Devlin (2005)'in ele aldığı demografik özellikler cinsiyet, sosyal sınıf, yaş, medeni hal, gelir düzeyi, etnik sınıf, yaşanan bölge, akademik eğitim düzeyi, istihdam durumu, hanede yaşayan birey sayısı ve ev sahibi olup olunmamasıdır. İlgili çalışmada ele alınan tüm ürünler kapsamında finansal dışlanmışlık düzeyi ile ilişkili olduğu görülen demografik değişkenlerin gelir düzeyi, istihdam durumu ve ev sahipliği olduğu görülmüştür. Ancak farklı finansal ürünler için farklı yapılar ortaya çıktığı görülmüştür.

Ev sahipliği konusunda yaşanan evin kendine ait olması, kirada oturuyor olmak ya da bir başkasının sorumluluğundaki bir hanede yaşıyor olmanın finansal sisteme dâhil olma üzerinde etkili olmasının en önemli nedenleri kira ve fatura gibi ödemelerde para transferleri için kullanılacak bir hesap ihtiyacı doğurması ve yerleşik bir adrese sahip olmanın çoğu hizmet sağlayıcı kurum açısından finansal bir hesap ya da ürün kullanımında birincil şart olarak gösterilmesidir (Wallace ve Quilgars, 2005, s.42). Solo (2008, s.51)'da belirtildiği üzere kendi evine sahip olsalar dahi plansız bölgelerde gecekondü tipi evlerde yaşayan bireylerde de dışlanmışlığın yüksek olma ihtimali bulunmaktadır.

Cinsiyetin finansal dışlanmışlık üzerindeki etkisini araştıran çalışmalarında Demirgüç-Kunt, Klapper ve Singer (2013, s.26) cinsiyetin yalnızca direkt değil dolaylı etkisinin de varlığını ortaya koymuşlardır. Çalışmaya göre kadınların erkeklere göre daha düşük ücretle çalışıyor olması ve eğitim ve istihdam fırsatlarından daha az yararlanabiliyor olması cinsiyetin finansal dışlanmışlıkta dolaylı olarak yarattığı etkiye neden olmaktadır. Mc Carthy ve Turner (2000) eğitimi finansal eğitim kapsamında ele almış ve emeklilik planına sahip olma durumunun, emeklilik ürünleri kullanımının ve tasarruf eğiliminin finansal eğitim ile ilişkili olduğunu ve finansal eğitim düzeyi ile artırılabilirliğini göstermiştir. Bunun yanısıra pek çok çalışmada finansal eğitim olarak daraltılmış olmasa da akademik eğitim düzeyi ile dışlanmışlık arasında doğrudan ilişki olduğu görülmüştür.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Literatürde belirtildiği üzere bu çalışma kapsamında finansal dışlanma nedenleri ve finansal dışlanma türleri araştırılmıştır. Finansal dışlanma nedenleri;

Arz yönlü faktörler;

- Coğrafi Dışlanma
- Teknolojik Dışlanma
- Erişim Dışlanması
- Koşul Dışlanması
- Fiyat Dışlanması
- Pazarlama ve Bilgisel Dışlanma

Talep yönlü faktörler;

- Bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma
- Toplumsal nedenlerden kaynaklı dışlanma olarak ele alınmıştır.

Finansal dışlanma türleri ise;

- Banka Hizmeti Dışlanması
- Kredi Dışlanması
- Tasarruf Dışlanması
- Sigorta Dışlanması olarak incelenmiştir.

Böylece, katılımcıların hem finansal dışlanma türlerine hem de finansal dışlanma nedenlerine yönelik dışlanmışlık düzeyleri ile ilgili veri toplamaya olanak verecek biçimde anket tasarlanmıştır. Anket tasarımında literatürde finansal dışlanmaya ilişkin sınıflandırmalar ve Türkiye finansal hizmetler pazarındaki ürünler dikkate alınmıştır. Finansal Dışlanma ile ilgili geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler Türkiye için henüz kullanılmamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada daha çok tanımlama ve sınıflandırmaya yönelik veri toplanması hedeflenmiştir. Bu kapsamda, talep yönlü faktörlerde bulunan toplumsal nedenlerden kaynaklı dışlanma analiz dışı bırakılmıştır. 7 farklı finansal dışlanma nedeni ile toplam dışlanmışlık da dâhil olmak üzere 5 farklı finansal dışlanmışlık düzeyini içeren 12 finansal dışlanmışlık ölçütü araştırılmıştır.

Toplamda 456 kişiye uygulanan anket çalışmasına ait veriler derlendikten sonra geçersiz/eksik veriye sahip 19 adet anket dışarıda bırakılarak kalan 437 adet katılımcı üzerinden işlem yapılmıştır.

Katılımcılardan çeşitli finansal ürünleri kullanım durumları ve kullanmama halinde nedenlerini incelemeye yönelik olarak finansal dışlanmışlık modülünü ve dışlanmışlık düzeyleri üzerinde etkili olabilecek bilgilerini ölçmeye yönelik olarak demografik sorular modülünü yanıtlamaları istenmiştir.

Dışlanmışlık modülünde toplam 24 finansal ürün ve hizmet (vadesiz mevduat hesabı, vadeli mevduat hesabı, kredi kartı, ATM kartı, öğrenim kredisi, tüketici kredisi, taşıt kredisi, acil ihtiyaç kredisi, ev-eşya sigortası, hayat sigortası, sağlık sigortası, bireysel emeklilik sigortası, trafik sigortası, kasko sigortası, ferdi kaza sigortası, telefon bankacılığı, internet bankacılığı, hisse senedi yatırımı, yatırım fonu yatırımı, tahvil-bono yatırımı, EFT kullanımı, havale kullanımı, taksitli alışveriş, finansal danışmanlık hizmeti) sıralanarak bu hizmetlere sahip olma ve olmama durumları araştırılmıştır. “Sahip olmama” seçeneği altında 5 farklı alt cevap kategorisi verilerek bu duruma neden olan etkenler araştırılmıştır. Sonuç itibari ile

katılımcılar 24 farklı finansal ürün ve hizmete yönelik 6 farklı cevaptan birini seçerek finansal sistemde bulunan araç ve hizmetlere dâhil olma düzeylerini bildirmişlerdir (5 adet farklı neden altında sahip olmama seçeneği, 1 adet sahibim seçeneği).

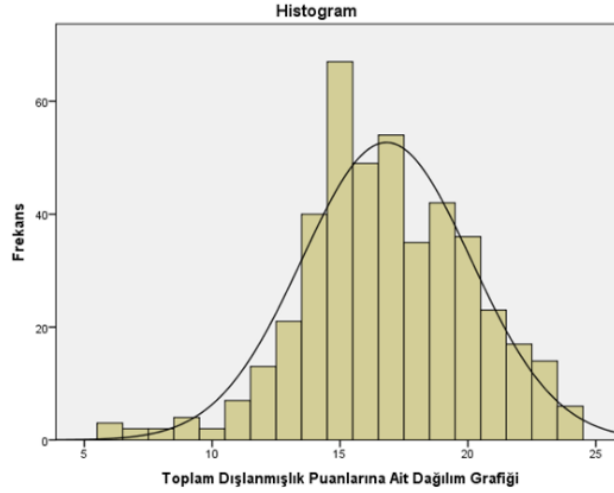
Buna göre toplam 24 farklı finansal ürün ve hizmet için katılımcıların kendilerine uygun olan seçeneği işaretleyerek yanıt verdikleri cevap seçenekleri aşağıda verildiği gibidir;

- Talep ettim ancak reddedildi, Sahip değilim
- Ürünün / Hizmetin koşulları nedeni ile kullanamıyorum, Sahip değilim
- Ürünün fiyatı / maliyeti nedeni ile kullanmıyorum, Sahip değilim
- Bu ürünü kullanmayı tercih etmiyorum, Sahip değilim
- Bu ürünün ne olduğunu bilmiyorum, Sahip değilim
- Sahibim

Verilen cevapların tümü eşit seviyede değerlendirilmiş ve 1 puan olarak ele alınmıştır. Toplam dışlanmışlık puanları finansal ürün ve hizmetlere yönelik olarak “Sahibim” cevabı dışında verilmiş olan tüm “Sahip değilim” alt kategorilerine ilişkin puanlar toplanarak hesaplanmıştır. Tüm katılımcılar için ayrı ayrı hesaplanan toplam dışlanmışlık puanlarına ait dağılım Tablo 1 ve Şekil 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Toplam Dışlanmışlık Puanları Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)	
Toplam Dışlanmışlık Puanları	6	3	,7	,7
	7	2	,5	1,1
	8	2	,5	1,6
	9	4	,9	2,5
	10	2	,5	3,0
	11	7	1,6	4,6
	12	13	3,0	7,6
	13	21	4,8	12,4
	14	40	9,2	21,5
	15	67	15,3	36,8
	16	49	11,2	48,1
	17	54	12,4	60,4
	18	35	8,0	68,4
	19	42	9,6	78,0
	20	36	8,2	86,3
	21	23	5,3	91,5
	22	17	3,9	95,4
	23	14	3,2	98,6
	24	6	1,4	100,0
Toplam	437	100,0		
Ortalama		<i>16,81</i>		
Standart Sapma		<i>3,308</i>		
Çarpıklık		<i>-0,231</i>		
Basıklık		<i>3,342</i>		
Jarque-Bera Test İstatistiği (p-değeri)		<i>6,03 (0,048)</i>		



Şekil 1: Toplam Dışlanmışlık Puanları Dağılımına Ait Histogram Gösterimi

Tablo 1’den görüldüğü üzere toplam dışlanmışlık puanlarının ortalaması 16,81 ve standart sapması 3,308 olmak üzere 6 ile 24 puan arasında dağılım gösterdiği görülmüştür. Rakamlar, katılımcıların 24 adet finansal ürün üzerinden ortalama 16 civarında ürüne sahip olmadığı anlamına gelmektedir. Tüm katılımcıların %48,1’lik kesimi ortalamanın altında dışlanmışlık puanına sahiptir. Ortalama üstü ve altı sayıdaki ürün için finansal dışlanmışlığa maruz kalan kesimlerin yaklaşık olarak birbirine eşit sayıda katılımcıdan oluştuğu görülmüştür. Tüm katılımcıların %1,4’lük bir kısmının ise toplamda 24 dışlanmışlık puanı ile en yüksek dışlanmışlık seviyesine sahip olduğu ve katılımcılara yöneltilmiş olan hiçbir finansal ürün veya hizmeti kullanmadıkları görülmüştür.

Jarque-Bera testi sonucunda dağılımın normal dağılım gösterdiği sıfır hipotezi %5 anlam düzeyinde red edilmiştir ($p=0,048<0,05$). Bu nedenle izleyen aşamalarda verilen demografik özelliklere göre toplam finansal dışlanmışlık düzeyi ve dışlanmışlık alt kategorilerinin düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği sınamaları %5 anlam düzeyinde Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri yardımı ile gerçekleştirilmiştir.

5. BULGULAR VE YORUM

5.1. Toplam Finansal Dışlanmışlık Düzeyleri

24 ayrı finansal ürüne sahiplik durumu 3 eşit düzeyde incelenmiş ve 16-24 ürüne sahip olanlar “Düşük düzey dışlanmışlık”; 8-16 ürüne sahip olanlar “Orta düzey dışlanmışlık” ve 0-8 ürüne sahip olanlar “Yüksek düzey dışlanmışlık” seviyesinde olacak şekilde yeniden kodlanmıştır.

Tablo 2: Toplam Dışlanmışlık Kategorileri Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Düşük Düzey Dışlanmışlık	7	1,6	1,6
Orta Düzey Dışlanmışlık	203	46,5	48,1
Yüksek Düzey Dışlanmışlık	227	51,9	100,0
Toplam	437	100,0	

Tablo 2’den görüldüğü üzere tüm katılımcıların yalnızca %1,6’lık kesiminin “Düşük düzey dışlanmışlık” grubuna ait olduğu ve bu grupta toplam 437 katılımcı arasından yalnızca 7 katılımcının yer aldığı görülmüştür. “Orta düzey dışlanmışlık” grubunda tüm katılımcıların %46,5’lik bir kesimi bulunurken, %51,9’luk kesimin “Yüksek düzey dışlanmışlık” grubunda yer aldığı görülmüştür.

5.2. Demografik Özelliklere Göre Finansal Dışlanmışlık Düzeyleri

Tablo 3: Cinsiyete Göre Toplam Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Cinsiyet		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
Kadın	Frekans	3	83	123	209
	Yüzde	1,4%	39,7%	58,9%	47,8%
Erkek	Frekans	4	120	104	228
	Yüzde	1,8%	52,6%	45,6%	52,2%

Tablo 3’e göre tüm katılımcıların %47,8’i kadın, %52,2’si erkek bireylerden oluşmaktadır. Cinsiyet bazında değerlendirildiğinde kadın katılımcılar arasında yüksek düzey finansal dışlanmışlığa sahip olma eğilimi erkek katılımcılara göre daha yüksek iken (kadınlarda %58,9; erkeklerde %45,6), erkek katılımcıların çoğunluğunun orta düzey finansal dışlanmışlık grubunda yer aldığı görülmüştür. “Toplam dışlanmışlık düzeyinin cinsiyete göre farklılık göstermediği” şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Mann-Whitney U testine göre red edilmiştir ($p=0,003<0,05$).

Tablo 4: Sınıfa Göre Toplam Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Sınıf		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
1	Frekans	1	6	10	17
	Yüzde	5,9%	35,3%	58,8%	3,9%
2	Frekans	0	25	26	51
	Yüzde	0,0%	49,0%	51,0%	11,7 %
3	Frekans	1	69	71	141
	Yüzde	0,7%	48,9%	50,4%	32,3%
4+	Frekans	4	96	115	215
	Yüzde	1,9%	44,7%	53,5%	49,2%
İkinci üniversiteyi okuyorum	Frekans	1	7	5	13
	Yüzde	7,7%	53,8%	38,5%	3,0%

Tablo 4'e göre tüm katılımcıların %49,2'lik çoğunluğu lisans 4. Sınıf ve üzeri eğitim düzeyine sahiptir. %3'lük bir kesim ise ikinci üniversite eğitiminde bulunmaktadır. Sınıf bazında değerlendirildiğinde ikinci üniversiteyi okuyan katılımcılar dışında kalan tüm eğitim düzeyindeki katılımcıların kendi içlerinde yüksek düzey finansal dışlanmışlık seviyesine sahip olma eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak, "Toplam dışlanmışlık düzeyinin sınıfa göre farklılık göstermediği" şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Kruskal-Wallis testine göre red edilememiştir ($p=0,617>0,05$).

Tablo 5: Yaşa Göre Toplam Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Yaş		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
19	Frekans	0	4	5	9
	Yüzde	0,0%	44,4%	55,6%	2,1%
20	Frekans	0	18	18	36
	Yüzde	0,0%	50,0%	50,0%	8,2%
21	Frekans	0	40	64	104
	Yüzde	0,0%	38,5%	61,5%	23,8%
22	Frekans	2	55	63	120
	Yüzde	1,7%	45,8%	52,5%	27,5%
23	Frekans	2	48	38	88
	Yüzde	2,3%	54,5%	43,2%	20,1%
24	Frekans	1	19	25	45
	Yüzde	2,2%	42,2%	55,6%	10,3%
25	Frekans	0	11	7	18
	Yüzde	0,0%	61,1%	38,9%	4,1%
26	Frekans	1	6	6	13
	Yüzde	7,7%	46,2%	46,2%	3,0%
27	Frekans	0	2	0	2
	Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	0,5%
28	Frekans	0	0	1	1
	Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	0,2%
30	Frekans	1	0	0	1
	Yüzde	100,0%	0,0%	0,0%	0,2%

Tablo 5'e göre katılımcıların yaşı 19 ile 30 arasında dağılmakta iken tüm katılımcılar arasında %27,5 ile 22 yaşında bulunan katılımcılar çoğunluğu oluşturmaktadır. Yaş bazında değerlendirildiğinde kendi içerisinde en yoğun düşük finansal dışlanmışlık düzeyine sahip olan grubun 26 yaş grubu olduğu görülse de "Toplam dışlanmışlık düzeyinin yaşa göre farklılık göstermediği" şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Kruskal-Wallis testine göre red edilememiştir ($p=0,074>0,05$).

Tablo 6: Memlekete Göre Toplam Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Memleket		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
Marmara	Frekans	0	33	27	60
	Yüzde	0,0%	55,0%	45,0%	13,7%
Ege	Frekans	2	31	31	64
	Yüzde	3,1%	48,4%	48,4%	14,6%
Akdeniz	Frekans	2	41	33	76
	Yüzde	2,6%	53,9%	43,4%	17,4%
İç anadolu	Frekans	1	59	82	142
	Yüzde	0,7%	41,5%	57,7%	32,5%
Doğu Anadolu	Frekans	0	12	10	22
	Yüzde	0,0%	54,5%	45,5%	5,0%
Güney Doğu Anadolu	Frekans	0	5	11	16
	Yüzde	0,0%	31,3%	68,8%	3,7%
Karadeniz	Frekans	2	22	33	57
	Yüzde	3,5%	38,6%	57,9%	13,0%

Tablo 6'ya göre tüm katılımcıların %32,5'lük çoğunluğunun memleketi İç Anadolu Bölgesi'nde bulunmaktadır. Bölgesel bazda değerlendirildiğinde İç Anadolu, Güney Doğu Anadolu ve Karadeniz bölgesinden gelenlerin “Yüksek düzey dışlanmışlık” seviyesine sahip olma eğiliminin daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, “Toplam dışlanmışlık düzeyinin memlekete göre farklılık göstermediği” şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Kruskal-Wallis testine göre red edilememiştir ($p=0,151>0,05$).

Tablo 7: Yaşanılan Yere Göre Toplam Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Yaşanılan yer durumu		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
Ailemin evi	Frekans	1	40	42	83
	Yüzde	1,2%	48,2%	50,6%	19%
Devlet yurdu	Frekans	0	13	52	65
	Yüzde	0,0%	20,0%	80,0%	14,9%
Özel yurt (Apart)	Frekans	1	31	37	69
	Yüzde	1,4%	44,9%	53,6%	15,8%
Tek başına bir ev	Frekans	2	47	27	76
	Yüzde	2,6%	61,8%	35,5%	17,4%
Arkadaşlarım ile ortak ev	Frekans	3	72	69	144
	Yüzde	2,1%	50,0%	47,9%	33%

Tablo 7'de görüldüğü üzere yaşanılan yerin özelliği bazında değerlendirildiğinde, kendi içerisinde en yoğun düşük düzey finansal dışlanmışlığa sahip olan gruplar tek başına bir evde ya da arkadaşları ile ortak bir evde yaşayan bireylerden oluşmaktadır. Devlet yurdunda kalan bireylerde ise düşük düzey finansal dışlanmışlığa sahip bir katılımcı olmadığı, %80 çoğunluğun yüksek düzey dışlanmışlık grubuna girdiği görülmüştür. “Toplam dışlanmışlık düzeyinin

yaşanılan yere göre farklılık göstermediği” şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi de, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Kruskal-Wallis testine göre red edilmiştir ($p=0,000<0,05$).

Tablo 8: Çalışma Durumuna Göre Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Çalışma durumu		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
Çalışıyor	Frekans	3	35	37	75
	Yüzde	4,0%	46,7%	49,3%	17,2%
Çalışmıyor	Frekans	4	168	190	362
	Yüzde	1,1%	46,4%	52,5%	82,8%

Tablo 8’de görüldüğü üzere tüm katılımcıların %82,8’lik çoğunluğunu herhangi bir yerde çalışmayan katılımcılar oluşturmaktadır. Düşük düzey finansal dışlanmışlığa sahip olma oranı çalışan katılımcılarda daha yüksek olsa da, “Toplam dışlanmışlık düzeyinin çalışma durumuna göre farklılık göstermediği” şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Mann-Whitney U testine göre red edilememiştir ($p=0,058>0,05$).

Tablo 9: Aylık Ortalama Gelire Göre Finansal Dışlanmışlık Dağılımı

Aylık Ortalama Gelir		Finansal Dışlanmışlık Kategorileri			Toplam İçindeki Pay
		Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	
0-500 TL	Frekans	0	31	85	116
	Yüzde	0,0%	26,7%	73,3%	26,5%
501-1300 TL	Frekans	1	127	122	250
	Yüzde	0,4%	50,8%	48,8%	57,2%
1300+ TL	Frekans	6	45	20	71
	Yüzde	8,5%	63,4%	28,2%	16,2%

Tablo 9’a göre gelir düzeyi yüksek katılımcılarda orta düzey finansal dışlanmışlık seviyesine sahip olma eğilimi yükselmekte, yüksek düzey finansal dışlanmışlık seviyesine sahip olma eğilimi düşmektedir. Ayrıca düşük düzey finansal okuryazarlığa sahip olma oranının da yüksek gelirli katılımcılarda arttığı görülmektedir. “Toplam dışlanmışlık düzeyinin aylık ortalama gelire göre farklılık göstermediği” şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi de, %5 anlam düzeyinde gerçekleştirilen Kruskal-Wallis testine göre red edilmiştir ($p=0,000<0,05$).

5.3. Finansal Dışlanma Nedenlerine Göre Finansal Dışlanmışlık Düzeyleri

Finansal dışlanmanın nedenleri literatüre bağlı olarak arz yönlü faktörler ve talep yönlü faktörler olmak üzere iki ayrı kategoride incelenmiştir. Bu bölümde verilen finansal dışlanma nedenlerine göre oluşturmuş dışlanmışlık türlerinden Erişim Dışlanması, Koşul Dışlanması, Fiyat Dışlanması ve Pazarlama ve Bilgisel Dışlanma düzeyleri, ölçekte her bir finansal ürün için sahip olmama şeklinde verilen cevaba yönelik gerekçeyi ifade edici alt şıklar ile ölçülmüştür. Aynı başlık altında incelenen Coğrafi Dışlanma ise ürün ve hizmetlere sahip

olmama puanları ile oluşturulan toplam dışlanmışlık puanlarının katılımcıların memleketlerinin bulunduğu bölgelere göre dağılımı yardımı ile ölçülmüştür. Teknolojik Dışlanma ise bu araştırma kapsamında katılımcıların internet ve telefon bankacılığı gibi teknolojiye bağlı olarak kullanıma açılmış finansal ürünlere sahip olup olmamaları araştırılarak belirlenmiştir.

5.3.1. Arz Yönlü Faktörler

Coğrafi dışlanma; Katılımcıların memleketlerinin bulunduğu bölgeye göre 3 alt kategoride oluşturulan toplam finansal dışlanmışlık düzeylerinin dağılımı incelenerek coğrafi dışlanmışlık durumları araştırılmıştır. Coğrafi dışlanma durumu demografik özellikler kısmında açıklanmıştır. Tablo 6’da verilen veriler incelendiğinde, daha önce de söylendiği gibi, bölgesel bazda İç Anadolu, Güney Doğu Anadolu ve Karadeniz bölgesinden gelenlerin “Yüksek düzey dışlanmışlık” seviyesine sahip olma eğiliminin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak daha önce belirtildiği gibi, memleket değişkenine göre toplam dışlanmışlık puanında istatistiksel bir farklılık gerçekleşmediği görülmüştür.

Teknolojik dışlanma; Katılımcıların internet bankacılığı ve telefon bankacılığı hizmetlerini kullanım durumlarının incelenmesi ile teknolojik dışlanmışlık durumları araştırılmıştır.

Tablo 10: Teknolojik Dışlanma Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Teknolojik Dışlanma Puanı	0	271	62,0	62,0
	1	79	18,1	80,1
	2	87	19,9	100,0
Toplam		437	100,0	

Tablo 10’a göre katılımcıların %62’lik çoğunluğu söz konusu teknolojik finansal ürünlerin her ikisini birden kullanmakta ve teknolojik dışlanmaya maruz kalmamaktadır. %18,1’lik kesim söz konusu ürünlerden yalnızca 1’ini kullanmakta, kalan %19,9’luk küçük bir kesim ise hem telefon hem internet bankacılığı kullanmayarak teknolojik dışlanmaya maruz kalmaktadır.

Erişim dışlanması; Katılımcılara yönlendirilmiş olan 24 farklı finansal ürün için her bir katılımcının toplamda kaç ürüne “Talep ettim ancak reddedildi” cevabı verdiği belirlenerek, her bir cevap “1” puan olmak üzere, katılımcı başına toplam erişim dışlanması puanları hesaplanmıştır.

Tablo 11: Erişim Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Erişim dışlanması puanı	0	383	87,6	87,6
	1	29	6,6	94,3
	2	9	2,1	96,3
	3	4	0,9	97,3
	4	1	0,2	97,5
	8	1	0,2	97,7
	9	2	0,5	98,2
	10	1	0,2	98,4
	12	1	0,2	98,6
	14	1	0,2	98,9
	17	1	0,2	99,1
	19	2	0,5	99,5
	20	1	0,2	99,8
	21	1	0,2	100,0
Toplam		437	100,0	

Tablo 11’den görüldüğü üzere katılımcıların %87,6’lık çoğunluğunun hiç bir ürün için erişim dışlanmasına maruz kalmadığı görülmektedir. Toplam olarak %9,6’lık kesim ise 1, 2 ya da 3 ürün için erişim dışlanmasına maruz kalmışken, 21 farklı ürün için erişim dışlanmasına maruz kaldığı görülen yalnızca 1 katılımcı bulunmaktadır.

Koşul dışlanması; Katılımcılara yönlendirilmiş olan 24 farklı finansal ürün için her bir katılımcının toplamda kaç ürüne “Ürünün/ Hizmetin koşulları nedeni ile kullanamıyorum” cevabı verdiği belirlenerek, her bir cevap “1” puan olmak üzere, katılımcı başına toplam koşul dışlanması puanları hesaplanmıştır.

Tablo 12: Koşul Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Koşul dışlanması puanı	0	303	69,3	69,3
	1	34	7,8	77,1
	2	22	5,0	82,2
	3	11	2,5	84,7
	4	10	2,3	87,0
	5	11	2,5	89,5
	6	13	3,0	92,4
	7	1	,2	92,7
	8	1	,2	92,9
	9	6	1,4	94,3
	10	4	,9	95,2
	12	7	1,6	96,8
	13	4	,9	97,7
	14	3	,7	98,4
	15	2	,5	98,9
	16	1	,2	99,1
	17	1	,2	99,3
18	1	,2	99,5	
20	1	,2	99,8	
24	1	,2	100,0	
Toplam		437	100,0	

Tablo 12’den görüldüğü üzere katılımcıların %69,3’lük çoğunluğunun hiç bir ürün için koşul dışlanmasına maruz kalmadığı görülmektedir. Toplam olarak %23,1’lik kesim ise 1 ile 6 arası ürün için koşul dışlanmasına maruz kalmışken, 1 katılımcının tüm ürünler için koşul dışlanmasına maruz kaldığı görülmüştür.

Fiyat dışlanması; Katılımcılara yönlendirilmiş olan 24 farklı finansal ürün için her bir katılımcının toplamda kaç ürüne “Ürünün fiyatı/maliyeti nedeni ile kullanmıyorum” cevabı verdiği belirlenerek, her bir cevap “1” puan olmak üzere, katılımcı başına toplam fiyat dışlanması puanları hesaplanmıştır.

Tablo 13: Fiyat Dışlanması Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Fiyat dışlanması puanı	0	284	65,0
	1	41	9,4
	2	30	6,9
	3	14	3,2
	4	16	3,7
	5	13	3,0
	6	4	,9
	7	4	,9
	8	6	1,4
	9	2	,5
	10	6	1,4
	11	4	,9
	12	4	,9
	13	3	,7
	15	1	,2
	17	1	,2
19	1	,2	
20	1	,2	
22	1	,2	
23	1	,2	
Toplam	437	100,0	

Tablo 13’den görüldüğü üzere katılımcıların %65’lik çoğunluğunun hiç bir ürün için fiyat dışlanmasına maruz kalmadığı görülmüştür. Toplam olarak %26,1’lik kesim 1 ile 5 arası ürün için fiyat dışlanmasına maruz kalmışken, fiyat dışlanmasına maruz kalma konusunda 13 ürüne kadar diğer nedenlere kıyasla daha yüksek frekansta katılımcı bulunduğu görülmüştür.

Pazarlama ve bilgisel dışlanma; Katılımcılara yönlendirilmiş olan 24 farklı finansal ürün için her bir katılımcının toplamda kaç ürüne “Bu ürünün ne olduğunu bilmiyorum” cevabı verdiği belirlenerek, her bir cevap “1” puan olmak üzere, katılımcı başına toplam pazarlama ve bilgisel dışlanma puanları hesaplanmıştır.

Tablo 14: Pazarlama ve Bilgisel Dışlanma Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Pazarlama Ve Bilgisel Dışlanma Puanı	0	264	60,4	60,4
	1	29	6,6	67,0
	2	33	7,6	74,6
	3	27	6,2	80,8
	4	16	3,7	84,4
	5	10	2,3	86,7
	6	4	,9	87,6
	7	10	2,3	89,9
	8	9	2,1	92,0
	9	5	1,1	93,1
	10	4	,9	94,1
	11	6	1,4	95,4
	12	2	,5	95,9
	13	3	,7	96,6
	14	7	1,6	98,2
	15	2	,5	98,6
	16	3	,7	99,3
	17	1	,2	99,5
	19	1	,2	99,8
	21	1	,2	100,0
	Toplam		437	100,0

Tablo 14’den görüldüğü üzere katılımcıların %60,4’lük çoğunluğunun hiç bir ürün için pazarlama ve bilgisel dışlanmaya maruz kalmadığı görülmüştür. Toplam olarak %38,9’luk bir kesimin ise 1 ile 16 arası ürün için pazarlama ve bilgisel dışlanmaya maruz kaldığı görülmüştür. Böylece arz yönlü faktörler arasında en yüksek etkili finansal dışlanma nedeninin pazarlama ve bilgisel dışlanma faktörü olduğu görülmüştür.

5.3.2. Talep Yönlü Faktörler;

Bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma; Finansal dışlanmışlık incelenirken bireylerin kendi tercihlerinden kaynaklanan herhangi bir finansal ürün ya da hizmeti kullanmayı tercih etmeme nedeni ile finansal sistemin dışında kalma durumları talep yönlü dışlanma faktörü olarak ele alınmıştır. Katılımcılara yönlendirilmiş olan 24 farklı finansal ürün için her bir katılımcının toplamda kaç ürüne “Bu ürünü kullanmayı tercih etmiyorum” cevabı verdiği belirlenerek, her bir cevap “1” puan olmak üzere, katılımcı başına toplam tercih yönlü dışlanma puanları hesaplanmıştır.

Tablo 15: Bireyin Kendi Tercihlerinden Kaynaklı Dışlanma Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma puanı	0	42	9,6
	1	18	4,1
	2	10	2,3
	3	11	2,5
	4	9	2,1
	5	13	3,0
	6	17	3,9
	7	18	4,1
	8	11	2,5
	9	16	3,7
	10	21	4,8
	11	13	3,0
	12	18	4,1
	13	24	5,5
	14	32	7,3
	15	38	8,7
	16	38	8,7
	17	23	5,3
	18	15	3,4
19	12	2,7	
Toplam	437	100,0	

Tablo 15’den görüldüğü üzere katılımcıların kendi tercihlerinden dolayı meydana gelen dışlanma yüksek sayıda ürünlerde yüksek sayıda katılımcı içerir şekilde elde edilmiştir.

Tablo 16: Finansal Dışlanma Nedenleri Özeti

	Erişim	Koşul	Fiyat	Pazarlama ve Bilgisel	Kendi tercihlerinden
Düşük Düzey Dışlanma	427	406	412	402	149
Orta Düzey Dışlanma	5	27	20	32	200
Yüksek Düzey Dışlanma	5	4	5	3	88

Coğrafi ve teknolojik dışlanma türleri değerlendirilen ölçek farklılığı nedeni ile dışarıda bırakılarak finansal dışlanma nedeni olarak değerlendirilen erişim, koşul, fiyat, pazarlama ve bilgisayar ile bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma nedenleri bir arada özetlenmiştir. Tablo 16’da verilen sonuçlara göre orta ve yüksek düzey dışlanmanın en etkili nedeninin bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma olduğu görülmektedir.

5.4. Finansal Dışlanma Türlerine Göre Dışlanmışlık Düzeyleri

Banka hizmeti dışlanması; Katılımcıların vadesiz mevduat hesabı, vadeli mevduat hesabı, kredi kartı, ATM kartı, telefon bankacılığı, internet bankacılığı, eft, havale sahipliklerinin araştırılması ile banka hizmeti dışlanması durumları incelenmiştir.

Buna göre toplamda 8 ürünün kullanımı ile ilgili banka hizmeti dışlanma puanları

dağılımı Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17: Banka Hizmeti Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Banka Hizmeti Dışlanması Puanı	0	29	6,6	6,6
	1	81	18,5	25,2
	2	90	20,6	45,8
	3	58	13,3	59,0
	4	53	12,1	71,2
	5	49	11,2	82,4
	6	35	8,0	90,4
	7	32	7,3	97,7
8	10	2,3	100,0	
Toplam		437	100,0	

Kredi dışlanması; Katılımcıların, tümü uygun faizli olmak üzere tüketici kredisi, taşıt kredisi, ihtiyaç kredisi ve öğrenim kredisi ile taksitli alışveriş imkanı sahipliklerinin araştırılması ile kredi dışlanması durumları incelenmiştir.

Buna göre toplamda 5 ürünün kullanımını ile ilgili kredi dışlanması puanları dağılımı Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18: Kredi Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Kredi Dışlanması Puanı	2	1	0,2	0,2
	3	9	2,1	2,3
	4	287	65,7	68,0
	5	140	32,0	100,0
Toplam		437	100,0	

Sigorta dışlanması; Katılımcıların ev-eşya sigortası, hayat sigortası, sağlık sigortası, bireysel emeklilik sigortası, trafik sigortası, kasko sigortası ve ferdi kaza sigortası sahipliği ile sigorta dışlanması durumları incelenmiştir.

Buna göre toplamda 7 ürünün kullanımını ile ilgili sigorta dışlanması puanları dağılımı Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19: Sigorta Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Sigorta Dışlanması Puanları	0	4	0,9	0,9
	1	2	0,5	1,4
	2	8	1,8	3,2
	3	6	1,4	4,6
	4	17	3,9	8,5
	5	56	12,8	21,3
	6	119	27,2	48,5
7	225	51,5	100,0	
Toplam		437	100,0	

Tasarruf dışlanması; Katılımcıların vadeli mevduat hesabı, hisse senedi yatırımı, yatırım fonu yatırımı ve tahvil-bono yatırımı sahipliği ile tasarruf dışlanması durumları incelenmiştir.

Buna göre toplamda 4 ürünün kullanımını ile ilgili tasarruf dışlanması puanları dağılımı Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20: Tasarruf Dışlanması Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Tasarruf dışlanması puanı	0	5	1,1	1,1
	1	2	,5	1,6
	2	10	2,3	3,9
	3	78	17,8	21,7
	4	342	78,3	100,0
Toplam		437	100,0	

5.5. Finansal Danışmanlık Alma

Literatüre bağlı olarak araştırma sonuçlarına yardımcı olması açısından herhangi bir finansal dışlanma kategorisi altına girmiyor olsa da öğrencilerin finansal danışmanlık hizmetlerine erişim durumları da araştırılmıştır.

Finansal hizmet ve ürünler ile aynı şekilde ölçülen finansal danışmanlık hizmeti alma durumuna göre katılımcıların;

- %57’si Bu ürünü kullanmayı tercih etmiyorum
- %15’i Bu ürünün ne olduğunu bilmiyorum
- %10,2’si Sahibim
- %7,5’i Ürünün fiyatı/maliyeti nedeni ile kullanmıyorum
- %7,3’ü Ürünün/ Hizmetin koşulları nedeni ile kullanamıyorum
- %3’ü ise Talep ettim ancak reddedildi cevabını vermiştir.

5.6. Ölçümlere Dair Sınırlılıklar

Finansal dışlanma birden çok alt segmente sahip kapsamlı bir konudur. Her bir dışlanma boyutu farklı coğrafyalarda ve farklı gelişmişlik seviyesine sahip anakütlelerde ele alınırken alt kategorilerin bu araştırma kapsamında ele alınan finansal ürün ve hizmetlerin dışında farklı ürün ve hizmetler içermesi gerekebilir. Bu çalışmada ölçülen hizmet ve ürünler literatüre ve konu ile ilgili profesyonel görüşlere bağlı olarak en sık kullanıldığı düşünülen ürün ve hizmetlerden oluşturulmuştur. Araştırmada elde edilen her bir dışlanma boyutu yordanırken ölçeğin ele aldığı maddeler ve uygulandığı örneklemin özellikleri gözardı edilmemelidir.

Toplam dışlanmışlık kategorileri oluşturulurken tüm düzeylere eşit ağırlık verilerek düşük düzey dışlanmışlık kategorisi için en az 16 adet finansal ürüne sahip olunması koşulu konulmuştur. Buna rağmen katılımcıların büyük bir çoğunluğu orta ve yüksek düzey finansal dışlanmışlık kategorilerinde yoğunlaşmıştır. İleri çalışmalarda daha kapsamlı örneklemeler kullanılarak alt kategoriler kendi içerisinde sınıflanabilir. Bu çalışmada konu ile ilgili genel bir çerçeveye elde edilmesi amaçlandığından ve örneklem büyüklüğünün yarattığı sınırlılıktan dolayı kategoriler için üzerine çıkarılmamıştır.

Coğrafi dışlanma boyutu hesaplanırken katılımcılara memleketlerinin hangi bölgede bulunduğu sorulmuştur. Ancak her bir katılımcının belirtilen bölgede ne kadar süre yaşadığı ele alınmamıştır. Katılımcılar üniversite öğrencileri olduğundan reşit olup bireysel finansal kararlar verebilme dönemlerinde üniversitenin bulunduğu şehre taşındıklarından, memleketlerinin gelişmişlik düzeyinin katılımcılar üzerindeki etkisi tartışmalı bir konudur. İleriki araştırmalarda yalnızca bu boyut üzerine yoğunlaşan derinlemesine analizler yapılabilir.

Talep yönlü faktörler içerisinde “Toplumsal nedenlerden kaynaklı dışlanma” türü bu çalışma kapsamında ele alınmamıştır. Finansal dışlanma konusunun nedenleri arasından toplumsal, dini, kültürel nedenlere dayalı dışlanmanın araştırılması daha geniş kapsamlı bir çalışmayı gerektirmektedir. Bu çalışmada alt etkenin ne olduğuna bakılmaksızın yalnızca katılımcıların kendi tercihlerine bağlı olarak finansal ürün ve hizmetleri kullanmama durumları incelenmiştir. İleride gerçekleştirilecek çalışmalarda bu konunun ele alınması konu ile ilgili literatürün güçlenmesine katkıda bulunacaktır.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Ele alınan gruptan elde edilen dışlanmışlık puanları üç alt kategoriye ayrıldığında yalnızca yedi katılımcının on altı yirmi dört arası ürüne sahip olduğu ve düşük finansal dışlanmışlık kategorisinde yer aldığı görülmüştür.

Toplam dışlanmışlık puanları incelendiğinde ele alınan finansal ürünler kapsamında sosyal bilimler öğrencilerinin finansal ürünleri kullanım derecelerinin genel hatları itibariyle düşük olduğu görülmüştür. Başka bir deyişle sosyal bilimler alanındaki öğrencilerin finansal dışlanmışlık düzeylerinin incelenmesi gereken düzeyde yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların ileri çalışmalara ışık tutması ve finansal sistem katılımının finansal okuryazarlık eğitimleri ile desteklenmesinin sisteme katılım konusunda faydalı olacağı düşünülmektedir.

Ele alınan örneklem grubu bağlamında elde edilen sonuçlar şu şekildedir;

Katılımcıların demografik özellikleri ile finansal dışlanmışlık düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirildiğinde istatistiksel olarak finansal dışlanmışlık düzeyinin cinsiyete, katılımcıların yaşadıkları yerin özelliğine (aile evi, devlet yurdu ya da kendi evleri gibi) ve aylık ortalama gelirlerine göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Cinsiyete göre finansal dışlanmışlık düzeyinin farklılık göstermesi literatüre uygun bir sonuçtur. Öğrencilerden oluşan örneklem grubunda kendi evi ya da arkadaşları ile ortak evi paylaşan katılımcıların finansal sorumluluğunun yüksek olmasının finansal dışlanmışlık seviyelerine olumlu etki ettiği düşünülmektedir. Aylık ortalama gelir ile finansal dışlanmışlık düzeyi arasında bir ilişki olması da cinsiyet gibi literatüre uygun bir sonuçtur.

Literatüre göre finansal dışlanmanın arz ve talep yönlü nedenleri belirlenmiş ve her bir neden bağlamında finansal dışlanma düzeyi incelenmiştir. Finansal dışlanmanın nedenleri arasında bulunan coğrafi dışlanma faktörü incelendiğinde yaşanan coğrafi bölgeye göre finansal dışlanmışlık durumunun farklılık göstermediği bulunmuştur. Buna rağmen gruplar kendi içinde değerlendirildiğinde İç Anadolu, Güney Doğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinden gelen katılımcılarda yüksek düzey finansal dışlanmışlık oranının diğer bölgelere görece daha fazla olduğu görülmüştür.

Teknolojik dışlanma boyutunu oluşturulan iki farklı teknoloji ile ilgili finansal ürün ele alındığında, katılımcıların yüzde seksenlik çoğunluğunun her iki ürünü de kullandığını belirtmesi nedeniyle ele alınan örneklemde ele alınan ürünler bağlamında teknolojik dışlanmadan etkilenmediği düşünülmektedir.

Erişim dışlanması boyutu için finansal ürünlere yönelik incelenen “talep ettim ancak reddedildi” beyanları incelendiğinde katılımcıların yüzde doksana yakın çoğunluğunun erişim dışlanmasına maruz kalmadığı görülmüştür.

Koşul dışlanması boyutunda da erişim dışlanmasına benzer sonuçlar elde edilmiştir. Ancak ürünün koşulları nedeni ile dışlanmaya maruz kalma konusunda bir ürün ile altı ürün arası dışlanma yaşayan kesimin oranı tüm katılımcıların yüzde yirmilik kısmını oluşturduğundan, koşul dışlanmasının etkisinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Fiyat dışlanması boyutunda, ürünün maliyeti nedeni ile kullanılmayan ürün sayısı araştırılmış ve yüzde yirmi altılık bir kesimin bir ile beş arası ürünü maliyetinden dolayı kullanmadığını bildirdiği görülmüştür. Ancak fiyat dışlanması konusunda da yüzde altmış beşlik çoğunluk hiçbir üründe fiyat dışlanmasına maruz kalmadığını bildirmiştir. Yine de maliyeti nedeniyle kullanılmayan ürün sayısını genel olarak bir ve on üç ürün arasında bildiren katılımcı sayısının daha önce belirtilen nedenlere kıyasla daha yüksek frekansta olduğu görülmüştür.

Arz yönlü faktörler arasında en yüksek dışlanma nedeninin pazarlama ve bilgisel dışlanma boyutundan kaynaklandığı görülmüştür. Katılımcıların ürünün ne olduğunu bilmediği nedeniyle kullanmadığı ürün sayısı birden on altı ürüne kadar kümülatif olarak yüzde otuz sekizlik bir bölümü oluşturmuştur. Ürünün ne olduğunu bilmediği için finansal dışlanmaya maruz kalan kesimin yüksek oranı düşünüldüğünde, finansal okuryazarlık eğitimlerinin önemi anlaşılmakta ve finansal ürünler ile ilgili pazarlama faaliyetlerinin ürünle ilgili detaylı bilgi içermesinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Talep yönlü faktörler literatürde bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma ve toplumsal nedenlerden kaynaklı dışlanma olmak üzere iki alt kategoride incelenmekte iken bu çalışmada yalnızca bireyin kendi tercihlerinden kaynaklı dışlanma durumu ele alınmıştır. Buna göre bireyin kendi tercihlerinden dolayı dışlanma frekansları incelendiğinde ürün sayısı arttıkça tercih edilmeme nedeniyle kullanılmama durumunun da arttığı görülmüştür.

Arz ve talep yönlü faktörler bir arada değerlendirildiğinde dışlanma nedenleri arasında orta ve yüksek düzeyli dışlanmaya en çok neden olanın talep yönlü bireyin kendi tercihleri nedeni ile oluşan dışlanma olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre bireylerin kendi tercihleri ile sistem dışında kalmasının altında yatan faktörlerin izleyen çalışmalarda incelenmesi izleyen çalışmalara verilen bir diğer öneridir.

Finansal dışlanma türleri arasında incelenen banka hizmeti dışlanması ele alınan sekiz farklı bankacılık ürünü kapsamında değerlendirildiğinde katılımcıların yüzde seksenden yüksek çoğunluğunun en az bir ürün açısından dışlanmaya maruz kaldığı, dışlanmaya maruz kalan katılımcılar arasında ise en yüksek çoğunluğun sekiz üründen ikisi için dışlanma yaşadığı görülmüştür. Banka hizmeti dışlanması derecesi diğer türlere kıyasla çok yüksek bulunmamıştır.

Kredi dışlanması için ele alınan beş ürün incelendiğinde ise katılımcıların tamamının en az iki ürün için kredi dışlanmasına maruz kaldığı görülmüştür. Yüzde doksan üzeri bir çoğunluğun ise ele alınan ürünler kapsamında dört ya da beş ürünü içerecek şekilde yüksek oranda kredi dışlanmasına maruz kaldığı görülmüştür. Hiçbir kredi ürününe sahip olmayan katılımcılar yüzde otuz ikilik bir kesimi oluşturmaktadır.

Sigorta dışlanması kapsamında ele alınan yedi farklı sigorta ürünü değerlendirildiğinde katılımcıların yüzde ellilik çoğunluğunun tüm ürünler için finansal dışlanmaya maruz kaldığı görülmüştür. Sigorta dışlanmasına maruz kalmayan kesim yüzde birden dahi az bir kesimi oluşturduğundan bir diğer yüksek düzeyli dışlanma türünün sigorta dışlanması olduğu görülmüştür.

Tasarruf dışlanması konusu dört farklı tasarruf ürünü ile incelenmiş ve katılımcıların yalnızca yüzde birlik bir kesiminin tasarruf dışlanmasına maruz kalmayarak tüm ürünlere sahip olduğu görülmüştür. Yüzde yetmiş sekizlik bir çoğunluk ise hiçbir tasarruf ürününe sahip olmadığını belirtmiştir. Finansal dışlanma türleri arasında en yüksek dışlanma düzeyi sırasıyla tasarruf dışlanması, sigorta dışlanması ve kredi dışlanmasında gerçekleşmiştir. Banka hizmeti dışlanması en düşük dışlanmışlık düzeyi elde edilen tür olmuştur. Finansal okuryazarlık ile birebir ilişkili olduğu düşünülen finansal dışlanmışlık düzeyi araştırmasında ek olarak katılımcıların finansal danışmanlık hizmeti alma durumları incelenmiştir ve katılımcıların yüzde onluk bir kesimi bu hizmete sahip olduklarını bildirmiştir. Tüm katılımcılar arasında düşük düzey finansal dışlanmışlığa sahip olan kesim yalnızca yüzde birlik bir kesim olduğundan, katılımcı grubunun finansal danışmanlık hizmeti almasına rağmen sistem dışında kalan bir kesime sahip olduğu görülmüştür. Bu tür çalışmaların artırılması ile farklı sosyo-ekonomik durumlar ait bireylerin finansal dışlanmışlık düzeylerinin belirlenmesi, dışlanmaya neden olan faktörlerin incelenmesi, finansal danışmanlık hizmetlerinin artırılması ve konunun finansal okuryazarlık eğitimleri ile desteklenmesinin sisteme katılımı etkili olacaktır.

KAYNAKÇA

- Chakravarty, S. P. (2006), Regional Variation İn Banking Services And Social Exclusion, Regional Studies, 40 (4), pp.415-428.
- Corr, C. (2006), Financial Exclusion İn Ireland: An Exploratory Study And Policy Review, Combat Poverty Agency, Dublin.
- Demirgüç-Kunt, A., K.F. Leora and S. Dorothe (2013), Financial inclusion and legal discrimination against women: evidence from developing countries, World Bank Policy Research Working Paper Series, no. 6416. 23.04.2017 tarihinde <https://papers.ssrn.com> üzerinden erişilmiştir. DEVLIN, James F.; (2005), "A detailed study of financial exclusion in the UK", Journal of Consumer Policy, 28, pp.75-108.
- Drakeford, M. and D. Sachdev (2001), Financial Exclusion And Debt Redemption, Critical Social Policy, 21 (2), pp.209-230.
- Eken, M. H. (2008), "Tüketicilerin aşırı borçluluk ve finansal dışlanma nedenleri", Maliye Finans yazıları, 1 (79), 61-80.
- Hawkins, P. A. (2010), Measuring consumer access to financial services in South Africa, IFC Bulletin, no. 33. 24.04.2017 tarihinde <http://www.bis.org> üzerinden erişilmiştir.
- Hogarth, J. M. and K.H. O'Donnell (2000), If you build it, will they come? A simulation of financial product holdings among low-to-moderate income households, Journal of Consumer Policy, 23 (4), pp. 409-444.
- Kempson, E., A. Atkinson and O. Pilley (2004), Policy level response to financial exclusion in developed economies: lessons for developing countries, University of Bristol: Report of Personal Finance Research Centre. 24.04.2017 tarihinde www.ggy.bris.ac.uk üzerinden erişilmiştir.
- McCarthy, D. D. And J.A. Turner (2000), "Pension education: Does it work? Does it matter?", Benefits Quarterly, 16 (1), pp.64-72.
- Panigyrakis, G. G., P.K. Theodoridis and C.A. Veloutsou C.A (2002), "All customers are not treated equally: Financial exclusion in isolated Greek islands", Journal of Financial Services Marketing, 7, pp.54-66.
- Rahman, M. and G. Palmer (2001), More than just a PIN Number: Young People, Financial Responsibility and Exclusion, New Policy Institute, Londra.
- Russell, H., B. Maître and N. Donnelly (2011), Financial exclusion and over-indebtedness in Irish households, Department of Community, Equality & Gaeltacht Affairs and Economic and Social Research Institute, Dublin.
- Sain, M., M.M. Rahman and R. Khanam (2016), "Financial exclusion in Australia: can Islamic finance minimise the problem?", Australasian Accounting, Business and Finance Journal, 10 (3), pp.89-104.
- Sinclair, S. (2001), Financial exclusion: An introductory survey, Edinburgh College of Art/Heriot Watt University: CRSIS.
- Solo, T. M. (2005), Financial exclusion: A new angle to urban poverty in Latin America, En Breve, 77, pp.1-4.
- Solo, T. M. (2008), "Financial exclusion in Latin America - or the social costs of not banking the urban poor", Environment and Urbanization, 20 (1), pp.47-66.
- Temizel, F. (2015), Finansal Dışlanmaya Bakış, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 44, ss.124-128.
- Wallace, A. and D. Quilgars (2005), Homelessness and financial exclusion: A literature review, New York: Centre for Housing Policy, <http://www.friendsprovidentfoundation.org/> üzerinden 20.05.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Warsame, M. (2009), "The role of Islamic finance in tackling financial exclusion in the UK", Doktora tezi, Durham University. <http://etheses.dur.ac.uk> üzerinden 20.05.2017 tarihinde erişilmiştir.

Citation: Kızgın, Y., Benli, T (2018), Reklam Sloganlarının Marka Farkındalığına Olan Etkisinin Belirlenmesi, BMIJ, (2018), 6(4): 1178-1197 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.279>

REKLAM SLOGANLARININ MARKA FARKINDALIĞINA OLAN ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Yıldıray KIZGIN¹

Tahir BENLİ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 20/08/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 21/10/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Geçmişten günümüze kadar pazarlama çabaları kapsamında çok çeşitli iletişim biçimlerinden yararlanılmıştır. Kuşkusuz bu iletişim biçimlerinin en önemlilerinden birisi de reklamlardır. Reklamlar yoluyla işletmeler tüketici kitlesine hitap etmekte ve güçlü bir marka, marka bilinci, marka farkındalığı ve marka kimliği sağlamaya çalışmaktadırlar. Özellikle marka kimliğinde yer alan marka bilinci ve farkındalığının sağlanmasına yardımcı olan reklam sloganları ürün ve birçok pazarlama uygulamalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Güçlü marka oluşturmada etkisi olduğu düşünülen reklam sloganlarının etkisinin anlaşılması marka oluşturma sürecini daha da olumlu etkileyecektir. Bu etkinin anlaşılması amacıyla, bazı reklam sloganlarının markalara göre hatırlanabilirlik düzeylerinin tespit edilebilmesi için Muğla ilinde tüketicilere yüz yüze bir anket çalışması uygulanmıştır. Toplanan 201 anket verisi ile marka bilinirliğine yönelik reklam sloganlarının etkisi tanımlayıcı istatistikler yardımıyla anlaşılmaya çalışılırken; reklam sloganlarının hatırlanma düzeyleri çok boyutlu ölçekleme analizi ile iki boyutlu uzayda gösterilmeye çalışılmıştır. "Haz peşindeysen" sloganı en yüksek hatırlanan; "Acıkınca Kafam" sloganı ise doğru hatırlanan slogan olmuştur. Katılımcıların genel olarak toplam 46 slogandan %33,2'sini doğru olarak hatırladıkları gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Farkındalığı, Reklam, Reklam Sloganları

Jel Kodları: M300, M310, M370

DETERMINING THE IMPACT OF ADVERTISING SLOGANS ON BRAND AWARENESS

ABSTRACT

A wide variety of forms of communication have been used in the context of marketing efforts from past to present. Certainly, one of the most important forms of communication is advertising. Through advertising, businesses cater to the consumer audience and strive to provide a strong brand, brand awareness, brand awareness and brand identity. Advertising slogans that help to ensure brand awareness and awareness in brand identity are frequently used in product and many marketing applications. Understanding the impact of advertising slogans, which are thought to have an impact on creating strong brands, will have an even more positive impact on the branding process. In order to understand this effect, a face-to-face questionnaire study was applied to the consumers in Muğla in order to determine the level of rememberability of some advertising slogans according to brands. By means of 201 survey data collected, the effect of advertising slogans on brand awareness was studied using descriptive statistics. Besides, rememberability levels of advertising slogans were shown in two dimensional space by multidimensional scaling analysis. It was found that the slogan of "In pursuit of pleasure" was the best remembered. On the other hand, the slogan of "If I get hungry...." was remembered correctly. It was observed that the participants correctly remembered 33.2% of the total of 46 slogans.

Keywords: Brand Awareness, Advertising, Advertising Slogans

Jel Codes: M300, M310, M370

¹ Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ykizgin@mu.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, tbenli@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-7844-052X>

<http://orcid.org/0000-0001-6380-3562>

1. GİRİŞ

Güçlü markaların ortak özelliği, marka bilinirlikleri ve hatırlanma düzeylerinin yüksek olmasıdır (Ateşoğlu, 2003: 259). Güçlü bir marka oluşturmanın yollarından birisi marka kimliği unsurlarının dikkatlice seçilmesidir. Markanın ismi, logosu, kullandığı renk gibi ayırt edici özellikleri yanında markayı çağrıştıran sloganlar da markanın kimliğinde yer alan ve marka bilinci ve farkındalığının elde edilmesinde kullanılan önemli tanımlayıcı unsurlardandır.

Sloganlar ürünlerin üzeri de dahil olmak üzere bir çok pazarlama uygulamalarında kullanılan, kolaylıkla hatırlanabilen kelime grubu olup reklamı yapılan marka ve ürünün tüketiciye sunduğu değeri anlatarak toplumun zihninde yer edinen önemli bir anahtar faktördür. Kamuoyuna iletilmek istenen mesajın daha kolay, anlaşılır ve dikkat çekici bir şekilde ulaşmasını sağlarlarken; sloganlar aynı zamanda siyasi ve ticari reklamcılığın temel kaynaklarını da oluştururlar.

Türkiye’de ve tüm dünyada reklam harcamaları gün geçtikçe artmaktadır. Sektörlerin ve ekonominin büyümesi ile paralel giden tanıtım sektörü, gittikçe daha fazla firma, kurum ve kuruluş tarafından kullanılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde bu tip harcamalar sektörler arası ilişkiyle orantılı olduğu kadar ekonominin izlediği yolla da alakalıdır. 2016 yılı sonu verilerine göre reklam harcamalarının 7,184 Milyar TL olduğu; televizyonun payının %51 civarında, dijital mecranın ise %24’ü geçtiği bilgisi verilmektedir (<http://www.mediacaonline.com>; <http://teknoyo.com>).

İşletmelerin çok yüksek reklam bütçeleriyle medyanın ve sosyal medyanın değişik araçlarında gerçekleştirmiş oldukları reklamların etkinliğinin daha iyi anlaşılması ile hem kısa zamanda güçlü bir marka oluşturarak müşteri tercih ve sadakatlerini yakalamaları hem de reklam bütçelerini daha iyi yöneterek karlılıklarını yükseltmeleri mümkün olabilecektir.

Özellikle reklamlarda ünlü kişilerin kullanılarak çok yüksek maliyetlere katlanılması, TV reklamlarında uzun senaryolara ihtiyaç duyulması, reklamlarda cıngılların tutundurulmaya çalışılması ve bazı reklam sloganları kullanılarak marka farkındalığı ve bilinci sağlamak amaçlı uygulamaların yoğun bir şekilde gerçekleştirilmesi; kullanılan reklam araç ve unsurlarının hedef kitle üzerindeki etkisinin ve marka farkındalığına katkısının reklam veren işletmeler tarafından anlaşılması, günümüz yoğun rekabetinde çok gereklidir.

Mengü (2006), ulusal anlamda reklam sloganlarının etkisini argo sözcük, pekiştirme, sözcük tekrarlama vb. gibi dil kullanımı farklılıkları açısından incelemiştir. Ulusal sınırdaki pazarlama alanında marka farkındalığı ve slogan ilişkisini birlikte incelemek amaçlı yapılan

çalışmalara rastlanmamış olması, bu çalışmayı daha anlamlı kılmaktadır. Bu çalışmada reklam sloganlarının marka farkındalığına olan etkisinin anlaşılması amacıyla bir alan çalışması yapılmış ve anket yoluyla toplanan verilerin analizine bağlı olarak bazı değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu kısmında, çalışmanın amacı doğrultusunda reklam, slogan, reklam slogan ilişkisi ile marka farkındalığı kavramları incelenecektir.

2.1. Reklam

Geçmişten günümüze kadar pazarlama çabaları kapsamında çok çeşitli iletişim biçimlerinden yararlanılmıştır. Kuşkusuz bu iletişim biçimlerinin en önemlilerinden birisi de reklamlardır. Reklamlar yoluyla markalar tüketici kitlesine hitap etmekte ve güçlü bir marka, marka bilinci ve marka farkındalığı sağlamaya çalışmaktadırlar.

Reklâm; Türkçe ‘ye Fransızca “reclame” kelimesinden girmiştir. Reklam, tüketicilerin bir ürün veya hizmetin varlığı hakkında uyarılması ve o ürüne, hizmete, markaya ya da kuruma olumlu bir tutum sağlamaları için etkili veya etkileyici iletişim türü olarak tüketicinin gözüne ve/veya kulağına hitap eden mesajların hazırlanması ve bu mesajların gazete, radyo televizyon vs. gibi medya araçlarında bedel karşılığı yayınlanması şeklinde tanımlanabilir (Küçükerdoğan, 2011: 7).

Amerikan Pazarlama Birliği reklâmı; bir malın, bir hizmet ya da düşüncenin, bedel karşılığı yapılan tanıtım faaliyetleri şeklinde tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle reklâm, bir malın ya da hizmetin genel yayın araçlarında ücret karşılığı halk kitlelerine duyurulmasına denir (Meral, 2006: 394). Reklâm, tüketiciyi belli bir mal veya hizmet satın almak için iknâ etmeye çalışan ve üretici ve tüketici arasında bir bağ oluşturan pazarlama ve iletişim faaliyetidir.

Başka bir tanıma göre reklam; tüketicinin bir markayı, istenilen şekilde algılamasını ve bir ürüne ihtiyaç duymasını sağlamaya çalışan, markanın firmanın belirlediği hedefler doğrultusunda tanınması amacıyla marka kimliği ve değerini aktaran olgudur (Karpat, 2000: 212).

Dyer (1985) ’e göre ise reklâm, bilginin yaygınlaştırılması ve ürün farklılaştırılması olarak iki farklı hedefe hizmet eden çok yönlü bir konudur. Başka bir ifade ile eski bir ürünü biraz farklılaştırarak reklâm aracılığı ile yeni bir ürün olarak kamuya sunmaktır.

Tüketicinin ilgisini çekmek, tüketiciye bilgileri anlaşılır ve inanılır bir dille anlatarak haber vermek ve tüketicileri ürünü satın alma eylemine yöneltmek reklam metninin amaçları olarak özetlenebilir.

Reklâm kavramı, slogan ile bütünleşmektedir, sloganların daha çok kurumsal kimlik oluşturmak amacıyla kullanıldığı görülürken; firmaların birçoğu sloganlarla anılmakta ve hatırlanmaktadır. Sloganlar ise reklâm ile tüketiciye ulaştırılmaktadır. Ve tüketicinin sloganı gördüğünde aklına sloganın temsil ettiği markanın veya ürünün gelmesi amaçlanmaktadır (Lapsanska, 2006: 14).

Bilinç endüstrisi olarak adlandırılacak reklamcılığın, medyada yaygınlaşması; popüler kültürün toplum üzerinde köleleştirici etkisinin artışı olduğu tartışılmaktadır (Köse, 2001). Reklamlarda kullanılan popüler kültürün ürettiği kalıplaşmış ve argo sözcükler reklamın diğer öğelerini arka plana itmekte ve bu öğelerden oluşan dil ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, kafiyeli, akılda kalıcı kullanımlar bireylerce zaman ve mekan gözetilmeksizin her yerde ve her zaman tüketilmekte, yeniden üretilmektedir (Mengü, 2006: 120). Bu durum, reklamlarda kullanılan sloganların önemini göstermektedir.

2.2. Slogan

Sloganlar, belirli bir görüşü, tutumu ifade eden anlamlı, kısa çarpıcı sözlerdir ve kamuoyu oluşturmada yararlanılır. Slogan reklamın içerdiği düşünceyi özetler ve reklamın akılda kalıcı bir başlığından veya ilgi çekici bir cümlesinden oluşturulabilir (Mengü, 2006: 114-120). Sloganlar isim ve sembolü güçlendirebilir, ürünlerin hedef tüketici kitlesinin zihninde kalmasına yardımcı olması yanında; bir isim ve semboldeki belirsizliği ortadan kaldırabilir (Aaker, 1991: 204).

Ad ve sembol, markanın önemli unsurlarıdır. Ancak ad ve sembol oluşturulması hedeflenen marka konumunu ve ürün/hizmet ile ilgili vurgulanacak faydayı açıklamada fazla etkili değildir. Sloganlar ise markayla özdeşleştirilmesi istenen bir fikrin aktarılması için kullanılan özlü sözlerdir. Bu açıdan, slogan marka adı ve sembolüne anlam ve değer katarak marka stratejisini şekillendirir. Sloganlar da marka adı ve sembollerinde olduğu gibi ilginç, kinayeli, esprili, spesifik ve konu ile ilgili vb. nedenlerle hatırlanabilir olursa ve marka arasında bağlantı kurulmuşsa etkili olurlar (Aaker, 1991: 104).

Slogan, tüketicilere markanın duygusal ve işlevsel avantajlarını gösteren veya dramatize eden ifadesel bir satırdır. Markanın farklı noktasının rakiplerinden ayrılmasını sağlamayı amaçlar ve tüketicilere markayla ilgili nasıl hissedeceklerini anlatır. Ayrıca slogan, potansiyel

müşterileri etkilemeyi sağlayabilir ve bir markanın yeniden konumlandırılmasına yardım edebilir (Somaklar, 2006: 99).

Sloganlar, markanın ayırt edici ve ikna edici bilgilerini aktaran kısa ifadelerdir. Sloganlar, reklamlarda ifade edilen ikna edici ve tanımlayıcı bilgileri özetleyen reklam kampanyalarıyla yakından ilişkili söz dizileridir. Sloganlar, marka isimleri gibi, marka denkliği oluşturan çok etkili ve özlü anlamlar içermesi nedeni ile önemli bir marka araçlarıdır. Tüketicinin markanın anlamını kavramasına yardımcı olurlar, markanın diğerlerinden farklılığını ve ne olduğunu belirtirler (Keller, 2003'den aktaran Somaklar, 2006: 98-100).

Birçok işletme, kendi işletmesi ya da markası adına, tekrarlanan bir sloganı kullanır. Aynı sloganı tekrar tekrar kullanmanın, oluşturulan marka imajına hipnotik ve bilinçaltı bir etkisi vardır (Kotler & Armstrong, 2009'dan aktaran Çifci & Cop, 2007: 72). Örneğin; British Airways-Dünyanın sevdiği havayolu, Miele-Daima daha iyi gibi.

İyi bir slogan, tüketicide olumlu çağrışımlar yapmalıdır. Örneğin; Cola'nın "Her Zaman Coca Cola" sloganı gibi. Bununla beraber, sloganın değişik kültürlerde ve dillerde farklı anlamlarının olup olmadığı araştırılarak işletmenin zor durumda kalmasına neden olunmamalıdır. Örneğin, Pepsi'nin "Pepsi Nesli ile Canlan" sloganı Çinceye çevrildiğinde "Pepsi atalarınızı mezardan çıkarır" anlamına gelmiş bu da Pepsi'yi Çin pazarında zor durumda bırakmıştır (Çoroğlu ve Gürtuna, 2002: 114-115). Ayrıca, slogan marka hakkında ek çağrışımlar da yapabilir. Örneğin, "doğal lezzet" sloganı "Sütaş" ürünlerinin doğal olduğu yönünde bir çağrışım eklemekte ve markanın "doğallık" çağrışımıyla birlikte anılmasına yardım etmektedir (Kara, 2006: 9-10).

İyi bir slogan (Gürer, 1998); kolay hatırlanmalı, markayı içermeli, kısa ve açık olmalı, ürünü farklılaştırmaya yardımcı olmalı, mümkünse merak uyandırmalı, ödül vaat etmeli, eyleme geçirmeli, etkiyi güçlendirici ritim, kafiye gibi özellikler içermeli ve şaşırtıcı olmalıdır.

Sloganlar, güçlü bir marka kimliği oluşturarak işletmeye pek çok açıdan çeşitli faydalar sağlayabilir (Aaker, 1995:209): öncelikle farklılaşmayı sağlar, müşteriye, satın almak için sebepler sunar. Müşteriye tutarlılık ve güven aşılar, müşterinin ürüne karşı hislerini etkiler. Marka yayma için sağlam temeller sunar. İşletmeye pazarda güçlü bir konumlandırma sağlar. Böylesine bir öneme sahip olan marka kimliğini oluşturabilmek için işletmelerin bu tür araçları kullanmaları gerekmektedir.

2.3. Marka Farkındalığı

Marka ile müşterilerin ürün ve onun performansı hakkındaki algıları ve hissettikleri ortaya çıkar. Markada vurgulanması gereken en önemli şeylerden birisi; onun hatırlanabilir olmasıdır. Marka sadakati ise marka değerinin özü ve en önemli değer aracıdır. Müşteriniz için bir değer ifade ediyorsanız müşteri sadakatinden bahsedebilirsiniz. Güçlü bir markanın değeri; onun müşteri tercihini ve sadakatini yakalayabilme gücünü gösterir (Kotler and Armstrong, 2009: 291).

Marka farkındalığı kavramı, markanın tüketici belleğinde sahip olduğu izlerin gücü olarak temelde marka tanınırlığı ve marka hatırlanabilirliğini içerir. Farkındalık markaya dair algılamaların, fikirlerin oluşması için ön koşul niteliğindedir (Uztuğ, 2003: 29).

Marka farkındalığı; tüketicinin zihninde markanın varlık gücü olarak ifade edilmektedir ve markayı hatırlamak üzere tüketiciye verilen ürün kategorisi içinde ilgili markanın seçilebilmesidir (Pira, Kocabaş, & Yeniçeri, 2005: 74). Kısaca, marka farkındalığı; marka tanıma ve marka hatırlamadan oluşur, marka hatırlanmasının ölçütü ise bir ipucundan hareketle markayı doğru belirlemektir. Marka tanıma ise görülen ya da duyulan bir markanın doğru olarak ayrıştırılmasıdır (Keller, 1993: 14). Özellikle markanın tanınması ve hatırlanması sağlanarak marka farkındalığı derinleştirip genişletilebilir (Kotler & Keller, 2006: 279).

İşletmeler, marka farkındalığı, markaya karşı müşteri tutumu ve marka etiği gibi marka değerini oluşturan unsurları etkilemek için reklamcılık, halkla ilişkiler ve diğer iletişim araçlarını etkin şekilde kullanmaktadır (Kotler & Keller, 2006: 151). İşletmeler, marka bilinirliğini ve marka imajını oluşturmada, logolar, semboller, karakterler ve sloganları da etkin şekilde kullanarak, markanın adını güçlü şekilde destekleyebilirler (Kotler & Keller, 2006: 423).

Marka tanınırlığı, marka farkındalığının alt boyutlardan birisidir ve tüketicinin markayı kategorileştirmek için bilgisinin yeterli olması olarak açıklanabilir. Marka tanınırlığı, markanın renk, ölçü, biçim, ambalaj gibi fiziksel özelliklerini içerdiğinden ürün tasarımı, ambalaj, logo, sembol vb. görsel araçlar ile yakından ilgilidir.

Marka farkındalığını etkileyen faktörleri altı başlık altında toplayan bir çalışmada; marka ismi, logo, semboller, kişilik özellikleri, ambalajlama ve sloganların etkili olduğu vurgulanmaktadır (Scott, 2002: 203).

Marka farkındalığının içerdiği bir diğer önemli boyut olan marka hatırlanabilirliği, ise markaya dair bir ipucu verildiğinde tüketicinin önceki bilgilerini kullanma yeterliliği olarak

tanımlanabilir. Markanın tüketici zihnindeki bilgisine dair tanınırlık ve hatırlanması dışında farkındalık, marka mesajına bağlı olarak tüketicide oluşmuş kanılar, görüşler ve fikirlerdir.

Farkındalığın ölçümünde de kullanılan marka farkındalığı düzeyleri, şu başlıklar altında sıralanabilir (Uztuğ, 2003: 29-30); Tanınırlık, Hatırlama, Hatırlamada ilk marka, Marka baskınlığı, Marka bilgisi ve Marka kanısı.

Marka için müşterinin ilk adımı marka farkındalığıdır ve marka müşterisinin hafızasında var olur. Farkındalık, sürekli olarak ilk bağlantıyı doğurur. Farkındalıkla ilgili Marka farkındalık piramidi dikkate alındığında; “farkındalık yok”, “marka hatırlama” ve “marka tanıma” şeklinde hiyerarşik bir diziliş görülür. Marka hatırlama tanıma öncesi bir aşamadır ve markanın tüketici zihninde pekiştirilmesi gerekliliği bulunmaktadır (Pira et al., 2005). Marka tanıma ve hatırlanma aşamasının anlaşılmasının marka farkındalığı ve marka değerinin anlaşılmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada reklam sloganlarının marka hatırlama ve tanıma üzerinden marka farkındalığına etkisinin anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda TV kanallarında reklamı yapılmış ve/veya reklamı devam eden bazı markaların reklam sloganlarının markalara göre hatırlanabilirlik düzeyleri araştırılmış; reklam sloganlarının marka farkındalığı üzerindeki etkisi ve bazı grup değişkenlerine göre marka farkındalık farklılıkları, betimleyici istatistikler ve Çok Boyutlu Ölçekleme (ÇBÖ) analizi yardımıyla anlaşılmaya çalışılmıştır. Farkındalıklarla ilgili skorların elde edilmesinde, markanın hatırlanması skoru için katılımcıların çoktan seçmeli sorulara verdikleri doğru cevapların oranı ve markanın tanınması skoru için ise slogana karşılık gelen markanın yazılmasının istendiği sorulara verdikleri doğru cevapların oranı dikkate alınmıştır.

3.1. Örneklemeye Ve Veri Toplama Süreci

Çalışma, 2016 yılı Kasım-Aralık aylarında, Muğla ili merkez ilçesinde yüz yüze görüşme yöntemi ve anket formu aracılığı ile toplanan veriler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni Muğla ili merkez ilçesi olup, 2016 yılı sonu itibariyle Merkez nüfusu, 99.158 kişidir. Araştırmada yardım alınan iki anketör yardımıyla iki aylık bir zaman diliminde kolayda örneklemeye yoluyla belirlenen ve anket formu doldurma isteğini kabul eden TV izleyicileri ile yapılan çalışmada; toplamda 215 TV izleyicisinden veri toplanmış, ancak 201 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada olasılıksız bir örneklemeye yönteminin seçilmiş olması, araştırma bulgularının genellenememesi anlamında önemli bir kısıtı oluşturmaktadır.

3.2. Araştırma Ölçeği

Çalışmada, veri toplamada kullanılan anket formunda yer alan sorular üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik verilerinin elde edilmesini amaçlayan sorulara, ikinci bölümde; verilen reklam sloganının hangi markaya ait olduğunun sorulduğu 30 adet çoktan seçmeli ve dört seçenekli sorulara ve son bölümde ise; sloganın marka çağrışımının belirlenmesi amacıyla verilen 16 adet sloganın hangi markalara ait olduğunu hatırlamalarının istendiği sorulara yer verilmiştir.

3.3. Çok Boyutlu Ölçekleme (ÇBÖ) Analizi

Çok Boyutlu Ölçekleme (ÇBÖ) analizi, her veri setinde uygulanabilir ve birimler arasındaki ilişkileri az boyutlu bir koordinat sisteminde görsel olarak ortaya koymayı amaçlar (Kruskal & Wish, 1978). Analize kişisel tercihler, tutumlar, eğilimler vs. araştırmalarını içeren Sosyal Bilimler ve Pazarlama araştırmaları gibi bir çok alanda yapılan çalışmalarda başvurulmaktadır (Oğuzlar, 2005; Oh & Raftery, 2001: 1035). Çok Boyutlu Ölçekleme analizi, birçok birim arasındaki ilişkileri belirlemeye amaçlayan, dağılım varsayımı gerektirmeyen çok değişkenli bir istatistik yöntemidir ve veri setine bağlı olarak metrik ve metrik olmayan şekilde uygulanabilir. Veri seti binary (ikili), aralıklı veya oranlı ölçekli ise Öklid uzaklığı dissimilarity değerleri hesabında Karesel Öklid uzaklığı biçimi kullanılabilir (Özdamar, 1999: 479-482).

Çok boyutlu ölçekleme analizinin etkinliğinin belirlenmesinde Kruskal stress istatistiği kullanılır. Kruskal stress istatistiği, konfigürasyon ölçüleri ile tahmini konfigürasyon ölçüleri arasındaki farkların tahmini konfigürasyon uzaklıklarına oranının kareköküdür ve veri uzaklıkları ile konfigürasyon uzaklıkları arasındaki uygunluğu gösterir şeklinde ifade edilebilir (Ersöz, Elitaş, & Ersöz, 2015: 6).

Çok boyutlu ölçekleme analizi testinde beklenen, boyut çözümlerinin stress istatistiğinin sıfıra yakın olmasıdır. Boyut çözümü stres istatistiği sıfıra yakınsa uygun olarak görülebilir. Tablo 1 'de boyut çözümü stress istatistiği değerlerinin konfigürasyon uzaklıklarına göre uyumluluk değerlendirmeleri yer almaktadır (Özdamar, 1999: 484-485):

Tablo 1: Boyut Çözümü Stres İstatistiği Değeri ve Uyumluluk Arasındaki İlişki

$\geq 0,20$	Uyumsuz gösterim
$0,10 - < 0,20$	Düşük uyum
$0,05 - < 0,10$	İyi uyum
$0,025 - < 0,05$	Mükemmel uyum
$0,00 - < 0,025$	Tam uyum

Çalışmada markanın tanınması ve hatırlanması anlamında verilen reklam sloganlarının doğru hatırlanma oranlarının birbirlerine olan konumlarının görsel olarak gösteriminin Çok boyutlu ölçekleme analizi kullanılarak elde edilmesi amaçlanmıştır. Böylece, sloganların tanınma ve hatırlanma oranlarına göre birbirlerine olan uzaklıklarının az boyutlu bir koordinat sisteminde gösterimi sağlanacak ve buna bağlı olarak sloganların marka farkındalıkları konusundaki konumlarına göre yorumlar yapılabilecektir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Betimleyici Bulgular

Hazırlanan anket formunu cevaplayarak çalışmada yer alan katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine ait verilere Tablo 2 'de yer verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Cinsiyet	Kişi	%	Eğitim Durumu	Kişi	%
Kadın	101	50,8	İlkokul	12	6,0
Erkek	100	49,2	Ortaokul	9	4,5
Toplam	201	100,0	Lise	60	29,9
Yaş			Önlisans	33	16,4
16-25	44	21,9	Lisans	69	34,3
26-35	76	37,8	Yüksek lisans ve üzeri	18	9,0
36-45	32	15,9	Toplam	201	100,0
46-55	26	12,9	Gelir Düzeyi		
56 ve üstü	23	11,4	0-1000	66	31,8
Toplam	201	100,0	1001-2000	71	35,3
Meslek			2001-3000	52	25,9
İşsiz	17	8,5	3001 ve üstü	12	6,0
Öğrenci	19	9,5	Toplam	201	100,0
İşçi-Memur	105	52,3	Medeni Durum		
Esnaf	23	11,4	Bekâr	82	40,8
Emekli	37	18,4	Evli	119	59,2
Toplam	201	100,0	Toplam	201	100,0

Tablo 2'den hareketle şu sonuçlara ulaşılmıştır; Katılımcıların %50,8 'i kadın %49,2 'si ise erkektir; %37,8 'i 26-35 yaş aralığında; %59,2 'si evli; %29,9 'u lise mezunu; %52,3 'ü işçi-memur çalışan; %35,3 'ü 1001-2000 TL arasında gelire sahiptir.

Tablo 3: Çoktan Seçmeli Sorulan Sloganlar ve Doğru Oranları

Slogan	Doğru (%)	Slogan	Doğru (%)
1- Doğuştan Büyükler Beklemeye Değer: Samsung Galaxy Note 4	27,4	16- Star Sensin: Penti	44,3
2- Süzme Peynir Dünyasının Yıldızı Oldu: Süttaş	50,7	17- Çünkü Ben Buna Değerim: Loreal	60,2
3- Gerçek Tatlar Korumamız Altında: Tat Salça	40,3	18- Burası Sizin Yeriniz: Vakıfbank	40,3
4-Türkiyenin Lastiği: Bridgestone	38,8	19- Her Eve Gerek: By DibeK	9,5
5- Bebekler Mutlu Anneler Huzurlu: Bepanthol Pişik Merhemi	8,0	20- Haz Peşindeysen: Magnum	82,1
6- Türk Diş Hekimlerinin Önerdiği 1 Numaralı Diş Macunu: Sensodyne	23,4	21- Kendin Olmak Sana Uyanı Yapmaktır: Colins	25,4
7- Ruh Öküzün: Eti Maximus	45,3	22- Paran Burada Değerli: Ingbank	47,3
8- Rahatlığın Adresi: Yataş	16,9	23- Bir Olmak İçimizde Var: Allianz	36,3
9- Maharet Lafı Değil, Kahvenizi Köpürtmek: By DibeK	10,0	24- Şehir İçin Birebir / Creative Technologie: Citroen	36,3
10- Finansal Hayatın Burada: Findeks.Com	28,4	25- Yılın Otomobili Kendini Aştı- Motion&Emotion: Peugeot 308	24,4
11- Her Bardakta Yoğun Çay Lezzeti: Lipton	31,8	26- Hizmette Sınır Yoktur: Yapı Kredi	43,8
12- Su Tutmayan Sihirli Yüzeyler Yaratır: Vileda Magics	29,9	27- Cesur Ol Hayatın Hızını Yakala: Knor Çabuk Çorba	7,5
13- Hayata Kaldığın Yerden Devam: Aksa Jeneratör	29,4	28- Sabahın Tüm Enerjisi Seninle: Cappy Atom	30,8
14- Bira Bu Kapağın Altındadır: Efes Pilsen	68,2	29- Birlikte Hep Daha İyiye: Philips	6,5
15-Hem Duygusal Hem De Akıllı: Casper Via 8	31,8	30-Kahvaltının Yıldızı: Nutella	45,8
GENEL		% 34,16	

Verilen reklam sloganının hangi markaya ait olduğunun sorulduğu 30 adet çoktan seçmeli ve dört seçenekli sorulara ait cevaplar Tablo 3 'de verilmiştir. %82,1 doğru hatırlanma oranı ile “Haz peşindeysen: Magnum” sloganında en yüksek, “Birlikte Hep Daha İyiye: Philips” sloganında ise %6,5’lik hatırlanma oranı ile en düşük marka reklamı-slogan ilişkisinin kurulduğu görülmüştür.

Tablo 4: Çağrışım Amaçlı Sorulan Sloganlar ve Doğru Oranları

Slogan	Doğru (%)
1- Var Mısın Kalpleri Yumuşatmaya: Milka	21,9
2- Hayatın Tadı: Coca Cola	17,4
3- O Bir Alman: Opel Astra	41,8
4- İlerlemenin En İyi Yolu: Michelin	5,0
5- Doğanın İyiliği Ve Canlılığı Seninle: Erikli	8,0
6- Evinizdeki Dünya Markası: Beko	25,4
7- Kahvenizin Ayrılmaz Parçası Coffe Matte	17,9
8- Emniyet Lastiği: Bridgestone	62,7
9- Çok Mu Çok Modayız: Mavi	48,3
10- Türkiye'nin Bankası: İşbankası	46,8
11- Hem Uzman,Hem Ekonomik: Atasun Optik	5,0
12- İyi Giyinmek Herkesin Hakkı: Lc Waikiki	29,4
13- Sağlamsa: Lassa	76,1
14- Tadına Doyulmaz Masum Atıştırma: Kinder Süt Dilimi	12,9
15- Acıkınca Kafam, ...: Dominos Pizza	80,1
16- Her Seferinde Yeni Bir Keşif: Kinder Sürpriz	4,0
GENEL	31,42

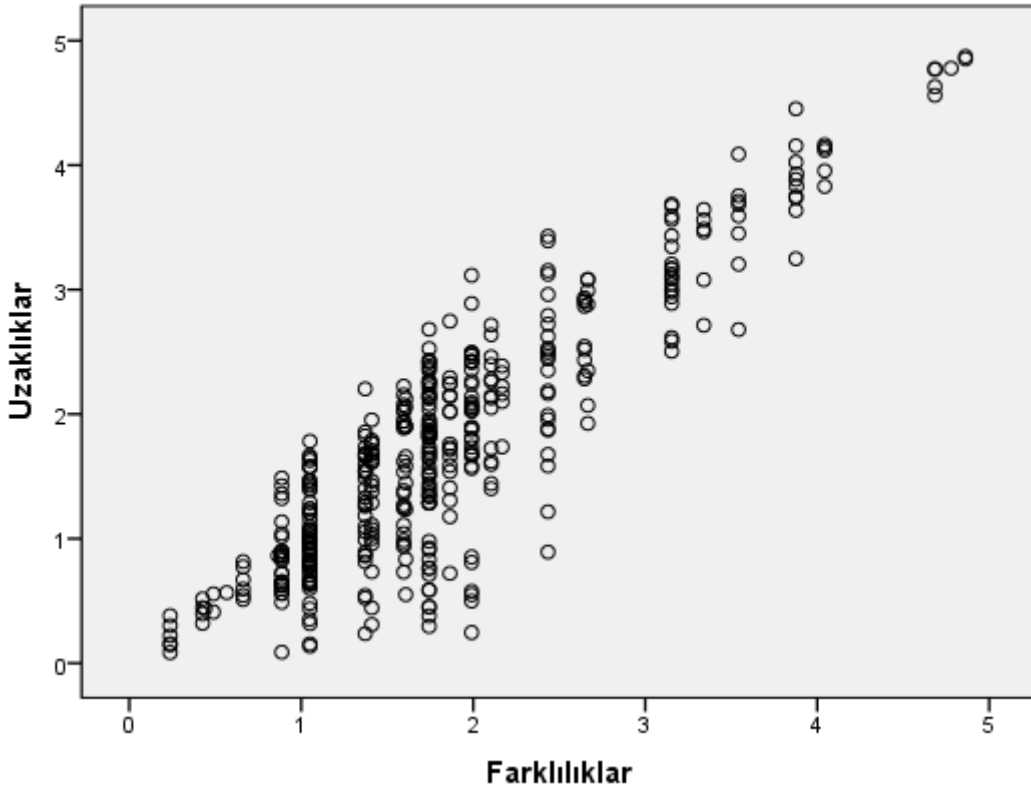
Tablo 4 'te ise; sloganın marka çağrışımının belirlenmesi amacıyla verilen 16 adet sloganın hangi markalara ait olduğunun hatırlanmasının istendiği sorulara verilen cevaplar ile elde edilen bulgulara verilmiştir. Buna göre; “Acıkınca Kafam, ..: Dominos Pizza” sloganının %80,1 ile en yüksek doğru hatırlanma oranına sahip olduğu; “Sağlamsa: Lassa” sloganının %76,1’lik doğru hatırlanma oranıyla takip ettiği ve “Her Seferinde Yeni Bir Keşif: Kinder Sürpriz” sloganının ise %4 ile çok düşük bir hatırlanma oranına sahip olduğu belirlenmiştir.

4.2. Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi Bulguları

Çok boyutlu ölçekleme analizinin amacı mümkün olduğunca az boyutla, birimlerin uzaklık değerlerini kullanarak iki boyutlu koordinat sisteminde gösterimini ortaya koymaktır (Tatlıdil, 1996’dan aktaran İbicioğlu, 2012: 50).

Verilen reklam sloganının hangi markaya ait olduğunun sorulduğu çoktan seçmeli olarak sorulan sorulara verilen cevaplar; cevabın doğru olması veya yanlış olması durumuna göre 1=Doğru, 0=Yanlış biçiminde kodlanarak SPSS ortamına alınmıştır.

Tablo 3’te verilen 30 farklı reklam sloganı için doğru cevabın alınmasına yönelik ikili (Binary) düzeyde elde edilmiş veri seti için Öklid uzaklığı biçiminden yararlanılmış ve Metrik olmayan Çok boyutlu ölçekleme analizi uygulanmıştır. Yapılan analizde $k=2$ için stres istatistiğinin 0,001’den küçük olduğu değere kadar iterasyon sürdürülmüş ve 4. iterasyonda 0,00089 değerine ulaşılmıştır. 4. iterasyonda istenen değer altına düşüldüğünden iterasyon durdurulmuş ve bu aşamada Stres istatistiği değeri 0,121 bulunmuştur. Bu değer, 0,10 - 0,20 aralığında olduğundan “düşük uyum” olarak belirlenmiştir. Ayrıca, $RSQ=0,889$ değerinin 0,60’tan büyük olması nedeni ile Güvenilirlik değeri kabul sınırı içinde olduğu görülmüştür.

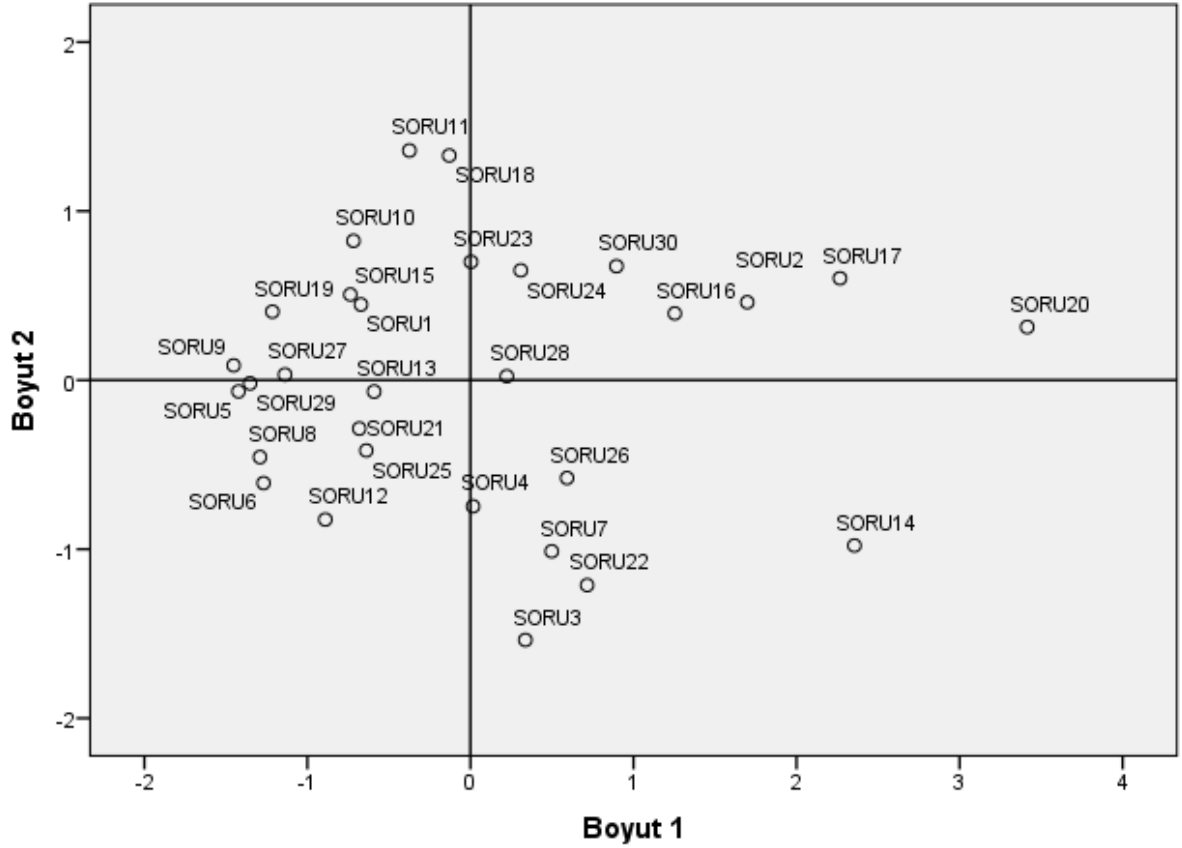


Şekil 1: Doğrusal Serpilme Diyagramı

Şekil 1’de uzaklıklar (distances) ile farklılıkların (disparities) doğrusal bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Şekil 2’de değişkenlerin iki boyutlu koordinat sisteminde gösterimi verilmiştir.

Şekil 2’deki grafik gösterime göre Soru20 “Haz Peşindeysen: Magnum” sloganının, Soru14 “Bira Bu Kapağın Altındadır: Efes Pilsen” sloganının ve Soru17 “Çünkü Ben Buna Değerim: Loreal” sloganlarının koordinatlarının iki boyutlu gösterimde, diğer değişkenlere göre oldukça farklı bir şekilde ayrıştıkları görülmüştür. Buna göre, “Magnum” marka sloganının hatırlanabilirliğinin çok farklı olduğu; reklamın yayınlanma sıklığı, senaryosu, görselliği ve vurgulanmak istenen mesajı ile ayrışan bir reklam sloganı olduğu ifade edilebilir. Tablo 3’te de görüldüğü gibi marka sloganı %82,1 ile en yüksek hatırlanma oranına sahip marka ve slogandır. Diğer taraftan ikinci farklılaşan marka sloganı olan, “Bira Bu Kapağın Altındadır: Efes Pilsen” marka ve sloganının da hatırlanabilen bir marka olduğu belirlenmiştir ve Tablo 3’te görüldüğü gibi marka ve slogan %68,2 hatırlanma oranı ile ikinci en yüksek orana sahiptir. Son olarak iki boyutlu gösterimde öne çıkan “Çünkü Ben Buna Değerim: Loreal” sloganının %60,2 ile üçüncü en yüksek hatırlanma oranına sahip bir marka olarak ayrıştığı belirlenmiştir. Magnum markasının herkese (kadın ve erkek tüketici olarak) hitap eden bir ürün

olması nedeniyle Boyut 2 eksenine yakın ayrıştığı, Efes Pilsen markasının da daha çok erkeklerin hatırlaması beklenen bir ürün olarak Boyut 2'nin negatif kısmında ayrıştığı, Loreal markasının ise bir kadın güzellik ürünü ve kadınlar tarafından hatırlanması beklenen bir ürün olarak Boyut 2 ekseninin pozitif kısmında ayrıştığı ifade edilebilir. Buna göre, çok boyutlu ölçekleme analizinde slogan ve marka ilişkisine ait yüksek hatırlanma oranı olan farklılıkların ayrıştığı görülmektedir.



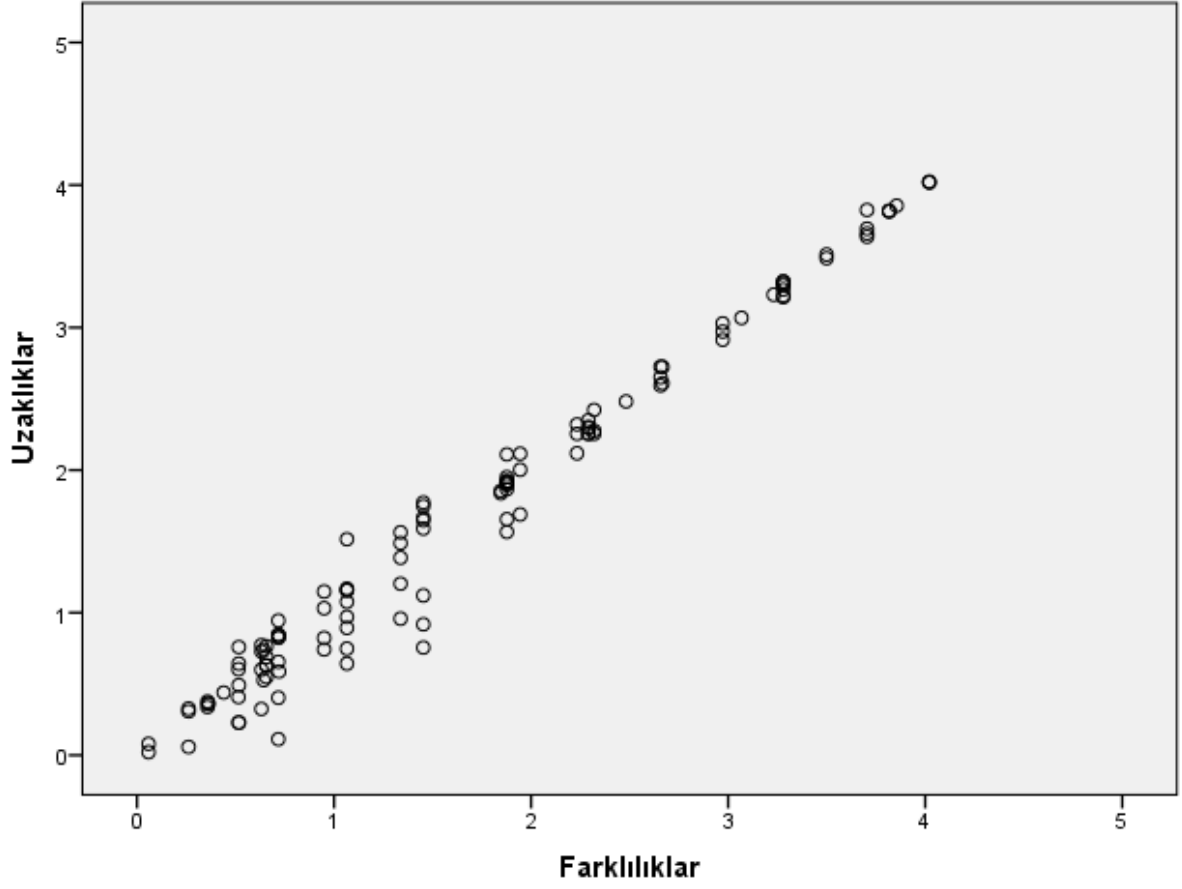
Şekil 2: Çoktan Seçmeli Sorulan Marka Sloganlarının İki Boyutlu Uzayda Konumlandırılması

Reklam sloganlarına ait çok seçenekli sorulara verilen cevapların boyutlarına göre koordinatları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Çoktan Seçmeli Sorulan Sloganlara Ait Koordinatlar

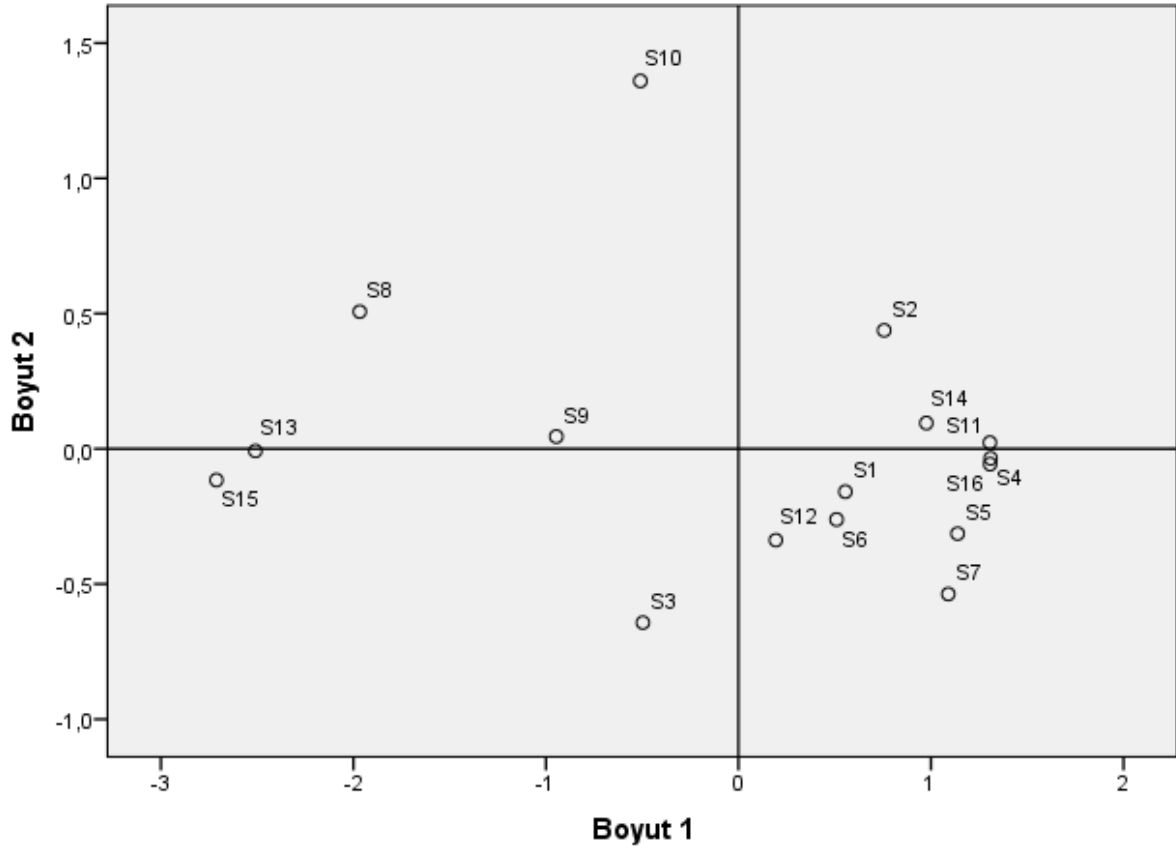
Sloganlar	Boyutlar	
	1	2
1- Doğuştan Büyükler Beklemeye Değer: Samsung Galaxy Note 4	-0,6720	0,4472
2- Süzme Peynir Dünyasının Yıldızı Oldu: Süttaş	1,6974	0,4606
3- Gerçek Tatlar Korumamız Altında: Tat Salça	0,3369	-1,5367
4- Türkiye'nin Lastiği: Bridgestone	0,0155	-0,7465
5- Bebekler Mutlu Anneler Huzurlu: Bepanthol Pişik Merhemi	-1,4226	-0,0666
6- Türk Diş Hekimlerinin Önerdiği 1 Numaralı Diş Macunu: Sensodyne	-1,2691	-0,6086
7- Ruh Öküzün: Eti Maximus	0,4980	-1,0125
8- Rahatlığın Adresi: Yataş	-1,2909	-0,4554
9- Maharet Lafı Değil, Kahvenizi Köpürtmek: By Dibek	-1,4527	0,0874
10- Finansal Hayatın Burada: Findeks.Com	-0,7179	0,8241
11- Her Bardakta Yoğun Çay Lezzeti: Lipton	-0,3747	1,3582
12- Su Tutmayan Sihirli Yüzeyler Yaratır: Vileda Magics	-0,8901	-0,8245
13- Hayata Kaldığın Yerden Devam: Aksa Jeneratör	-0,5911	-0,0677
14- Bira Bu Kapağın Altındadır: Efes Pilsen	2,3552	-0,9781
15- Hem Duygusal Hem De Akıllı: Casper Via 8	-0,7366	0,5066
16- Star Sensin: Pentti	1,2528	0,3949
17- Çünkü Ben Buna Değerim: Loreal	2,2661	0,6027
18- Burası Sizin Yeriniz: Vakıfbank	-0,1302	1,3290
19- Her Eve Gerek: By Dibek	-1,2150	0,4053
20- Haz Peşindeysen: Magnum	3,4145	0,3144
21- Kendin Olmak Sana Uyanı Yapmaktır: Colins	-0,6820	-0,2864
22- Paran Burada Değerli: Ingbank	0,7158	-1,2129
23- Bir Olmak İçimizde Var: Allianz	0,0031	0,7000
24- Şehir İçin Birebir / Creative Technologie: Citroen	0,3084	0,6492
25- Yılım Otomobili Kendini Aştı-Motion&Emotion: Peugeot 308	-0,6391	-0,4158
26- Hizmette Sınır Yoktur: Yapı Kredi	0,5923	-0,5789
27- Cesur Ol Hayatın Hızını Yakala: Knor Çabuk Çorba	-1,1379	0,0327
28- Sabahın Tüm Enerjisi Seninle: Cappy Atom	0,2226	0,0230
29- Birlikte Hep Daha İyiye: Philips	-1,3520	-0,0191
30- Kahvaltının Yıldızı: Nutella	0,8952	0,6744

Tablo 4'te verilen 16 farklı reklam sloganının hangi markaya ait olduğuna dair cevabın yazılması istenen sorulara ilişkin elde edilen ikili(Binary) veri seti için Öklid uzaklığı biçiminden yararlanılmış ve Metrik olmayan Çok boyutlu ölçekleme analizi uygulanmıştır. Yapılan analizde $k=2$ için stres istatistiğinin 0,001'den küçük olduğu değere kadar iterasyon sürdürülmüş ve 7. iterasyonda 0,00094 değerine ulaşılmıştır. 7. iterasyonda istenen değer altına düşüldüğünden iterasyon durdurulmuş ve bu aşamada Stres istatistiği değeri 0,083 bulunmuştur. Bu değer, 0,05 - 0,10 aralığında olduğundan "iyi uyum" olarak belirlenmiştir. Ayrıca, $RSQ=0,977$ değerinin 0,60'tan büyük olması nedeni ile Güvenilirlik değeri kabul sınırı içinde olduğu görülmüştür.



Şekil 3: Doğrusal Serpilme Diyagramı

Şekil 3'te uzaklıklar (distances) ile farklılıkların (disparities) doğrusal bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Şekil 4'te değişkenlerin iki boyutlu koordinat sisteminde gösterimi verilmiştir.



Şekil 4: Katılımcılardan Yazmaları İstenen Marka Sloganlarına Ait Cevapların İki Boyutlu Uzayda Konumlandırılması

Sloganların hangi markalara ait olduğunun hatırlanmasının beklendiği sorulara ait cevapların iki boyutlu gösterimine göre; diğer slogan değişkenlerinden en fazla ayrışan üç sloganın sırasıyla; Soru15 “Acıkınca Kafam, ...: Dominos Pizza”, Soru13 “Sağlamsa: Lassa”, Soru8 “Emniyet Lastiği: Bridgestone” sloganları olduğu görülmektedir. Tablo4 verilerinde de Soru15 sloganı olan “Acıkınca Kafam, ...: Dominos Pizza” eşleştirmesinin %80,1 ile en yüksek orana sahip olduğu, Soru13 “Sağlamsa: Lassa” sloganının %76,1 ve Soru8 “Emniyet Lastiği: Bridgestone” sloganının ise %62,7 ’lik doğru eşleştirme oranına sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan en düşük doğru eşleştirme oranına sahip Soru16 “Her Seferinde Yeni Bir Keşif: Kinder Sürpriz” sloganının %4, Soru4 “İlerlemenin En İyi Yolu: Michelin” sloganının %5 ve Soru5 “Doğanın İyiliği ve Canlılığı Seninle: Erikli” sloganının %8 birbiriyle yakın şekilde konumlandırıldıkları görülmüştür. Buna göre, Çok boyutlu ölçekleme analizinde en yüksek eşleştirilen üç slogan ve en düşük eşleştirilen sloganların doğru eşleştirme oranlarına göre farklılıkların ayrıştığı görülmektedir.

Tablo 6: Çağrışım Amaçlı Sorulan Sloganlara Ait Koordinatlar

Sloganlar	Boyutlar	
	1	2
1- Var Mısın Kalpleri Yumuşatmaya: Milka	0,5551	-0,1586
2- Hayatın Tadı: Coca Cola	0,7565	0,4379
3- O Bir Alman: Opel Astra	-0,4966	-0,6429
4- İlerlemenin En İyi Yolu: Michelin	1,3099	-0,0355
5- Doğanın İyiliği Ve Canlılığı Seninle: Erikli	1,1382	-0,3137
6- Evinizdeki Dünya Markası: Beko	0,5094	-0,2614
7- Kahvenizin Ayrılmaz Parçası Coffe Matte	1,0898	-0,5372
8- Emniyet Lastiği: Bridgestone	-1,9676	0,5069
9- Çok Mu Çok Modayız: Mavi	-0,9465	0,0451
10- Türkiye'nin Bankası: İşbankası	-0,5097	1,3599
11- Hem Uzman, Hem Ekonomik: Atasun Optik	1,3057	0,0228
12- İyi Giyinmek Herkesin Hakkı: Lc Waikiki	0,1941	-0,3378
13- Sağlamsa: Lassa	-2,5091	-0,0082
14- Tadına Doyulmaz Masum Atıştırmalık: Kinder Süt Dilimi	0,9758	0,0950
15- Acıkınca Kafam, ...: Dominos Pizza	-2,7118	-0,1157
16- Her Seferinde Yeni Bir Keşif: Kinder Sürpriz	1,3067	-0,0567

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmada, Türkiye’de 2016 yılında ulusal TV kanallarında yayınlanmış/yayında olan reklamlara ait sloganların doğru şekilde hatırlanma ve tanınması üzerinden reklam sloganlarının marka farkındalığına olan etkisinin anlaşılması amaçlanmıştır. Bu amaçla reklam sloganlarının hatırlanabilirliği, kalıcılığı ve özellikle doğru marka çağrışımının doğru şekilde yapılabildiğinin anlaşılması amacıyla katılımcıların reklam sloganlarını doğru hatırlama oranları betimleyici istatistik değerleri ile belirlenmiştir. Ayrıca reklam sloganlarının hatırlanma oranlarının birbirine benzerlik veya farklılıklarının konumlandırılması amacıyla Çok boyutlu ölçekleme analizi uygulanmıştır.

Betimleyici bulgulara göre; çoktan seçmeli cevaplar kapsamında sorulan reklam sloganları ile ilgili sorularda; %82,1 doğru hatırlanma oranıyla “Haz peşindeysen: Magnum” markasının en yüksek hatırlanma oranına sahip olduğu ve yüksek reklam-slogan ilişkisinin kurulduğu belirlenmiş iken, “Birlikte Hep Daha İyiye: Philips” sloganının ise %6,5 ’lik bir hatırlanma oranıyla en düşük hatırlanma oranına sahip olduğu ve düşük reklam-slogan ilişkisinin kurulduğu belirlenmiştir. Söz konusu sloganın hangi markaya ait olduğu çağrışımının alınması amaçlanarak katılımcıların cevap vermeleri istenen reklam sloganları ile ilgili sorularda ise; “Acıkınca Kafam, ...: Dominos Pizza” sloganının %80,1 ile en yüksek doğru hatırlanma oranına sahip olduğu; “Her Seferinde Yeni Bir Keşif: Kinder Sürpriz” sloganının ise %4 ile çok düşük bir hatırlanma oranına sahip olduğu görülmüştür.

Çok boyutlu ölçekleme analizi kapsamındaki ayrışmalara bakıldığında; hem çoktan seçmeli soru grubunda hem de çağrışım amaçlı sorulan soru grubunda en farklı ayrışmanın kafiyeli, akılda kalıcı, basit, anlaşılır olan sloganlarda olduğu, sıradan anlaşılması ve söylenmesi zor ve uzun sloganların hatırlanma ve çağrışım etkisinin sınırlı olduğu hatta hiç olmadığı söylenebilir. Güçlü marka olmanın ortak özelliği, marka bilinirliği ve hatırlanma düzeylerinin yüksekliğidir. Bu nedenle marka kimliği unsurlarının dikkatlice seçilmesini gerekir. Bu süreçte markanın ismi, logosu, kadar kullanılan renk ve marka çağrıştıran sloganların da etkisinin iyi anlaşılması ve kullanılması gereklidir. Özellikle işletmelerin reklam sloganlarının marka ve ürünün tüketiciye sunduğu değeri anlatarak toplumun zihninde yer edinen önemli bir unsur olduğu unutulmamalı; reklam sloganlarının tüketiciye iletilmek istenen mesajın daha kolay, basit ve dikkat çekici bir şekilde ulaşması sağlanmalıdır.

Tüm dünyada ve Türkiye’de reklam harcamalarının artmasına paralel olarak reklam bütçelerinin işletme bütçelerindeki payı ve önemi aynı oranda artmaktadır. Günümüzde bunun önemine ilişkin reklamların etkisinin fayda-maliyet ekseninde işletmeler tarafından daha fazla sorgulanması gereklidir. Çünkü karlılıkları açısından hiçbir işletmenin çöpe atacak bir kuruş sermayesi olmadığı gibi en kısa zamanda marka kimliğinin güçlendirilerek müşteri tercih ve sadakatlerinin yakalanmasına ihtiyaçları vardır. Özellikle işletmelerin reklamlarda ünlü kişilerin kullanılmasından uzun reklam senaryolarına; reklamlarda cingılların kullanılmasından reklam sloganlarına kadar marka farkındalığı ve bilinci sağlamak için daha çok ve bilinçli şekilde çalışması gereklidir. Bu ise kullanılan reklam araç ve unsurlarının hedef kitle üzerindeki etkisinin araştırılarak değerlendirilmesi ile mümkün olabilecektir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırmacılara Öneriler

Örnekleme için ulaşılan bireylerin sayısının azlığı ve örneklemin olasılıksız örnekleme yöntemi kullanılarak oluşturulmuş olması ve bu nedenle genelleme yapılamaması çalışmanın kısıtlarıdır. Daha çok örnekleme grubu üzerinde ve daha fazla reklam sloganı-marka ilişkisinin araştırıldığı çalışmaların farklı zamanlarda benzer ve farklı tüketiciler üzerinde tekrarlanmasının, çalışmadaki bulguların güvenilirliğinin artmasına ve genel anlamda reklamların etkisinin daha iyi görülerek değerlendirilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, reklamlarda ünlü kişi kullanımı, cingıllar, reklam süreleri ve senaryoları gibi birçok alanda benzer ve farklı istatistik yöntemlerin kullanılabilmesi araştırmaların yapılması; hem işletmelerin güçlü marka oluşturmalarının sağlanmasına hem de reklamlarla ilgili diğer paydaşların, çıkar gruplarının karlılıkları ve yaşamlarını sürdürebilmelerine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1991), *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*, Newyork: The Free Press.
- Ateşoğlu, İ. (2003), "Marka İnşasında Slogan", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 259-264.
- Çifci, S., & Cop, R. (2007), "Marka ve marka yönetimi kavramları: üniversite öğrencilerinin kot pantolon marka tercihlerine yönelik bir araştırma", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(512), 69-88.
- Çoroğlu, C., & Gürtuna, R. (2002), *Modern işletmelerde pazarlama ve satış yönetimi*, Alfa.
- Dyer, A. R. (1985), "Ethics, advertising and the definition of a profession", *Journal of medical ethics*, 11(2), 72-78.
- Ersöz, T., Elitaş, M. N. T., & Ersöz, F. (2015), "Oecd Ülkelerinde Biyokütle Enerji Üretimine Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi İle İncelenmesi", *TÜBAV Bilim Dergisi*, 8(3), 1-11.
- Gürer, İ. (1998), *Etkili Reklam Nasıl Hazırlanmalıdır*, İstanbul Üniv. Sosyal Bilimler Enst., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- İbicioğlu, M. (2012), "Yatırım Araçlarının Getirileri Arasındaki İlişkilerin Çok Boyutlu Ölçekleme Yöntemi ile Analizi", *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Kara, K. (2006), *Gençlerin Satın Alma Davranışı Üzerinde Marka Bağlılığının Etkisi ve Örnek Olay İncelemesi*, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Karpat, I. (2000), *Marka Yönetimi ve Reklam İlişkisi*, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, 207-208.
- Keller, K. L. (1993), "Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity", *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009), *Principles of Marketing*, Pearson Education Inc/Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006), *Marketing management (Twelfth ed.)*, Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Köse, H. (2001), "Popüler Kültür Bağlamında Frankfurt Okulu ve Kültürel Manipülasyon Tezi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 11, 327-335.
- Kruskal, J. B., & Wish, M. (1978), *Multidimensional scaling, Quantitative Applications in the Social Sciences*, Beverly Hills: CA: Sage Publications, Inc.
- Küçükdoğan, R. (2011), *Reklam nasıl çözülür?: reklam iletişimde göstergeler ve stratejiler*, Beta.
- Lapsanska, J. (2006), "The language of advertising with the concentration on the linguistic means and the analysis of advertising Slogans", Retrieved June, 10, 2013.
- Mengü, M. M. (2006), "Reklam Sloganları Ve Tüketici Zihni" *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | *Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (25). Retrieved from <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/iuifd/article/viewFile/1019012333/1019011569>
- Meral, P. S. (2006), *Kurumsal Reklam Kavramı ve Bankacılık Sektöründeki Kurumsal Reklam Örnekleri*, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 27-28.
- Oğuzlar, A. (2005), "Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi Yardımıyla Avrupa Birliği Üyeliğini Etkileyen Faktörler", *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 33-43.
- Oh, M.-S., & Raftery, A. E. (2001), "Bayesian multidimensional scaling and choice of dimension", *Journal of the American Statistical Association*, 96(455), 1031-1044.

- Özdamar, K. (1999), Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 2: SPSS-MINITAB (Çok değişkenli analizler), Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Pira, A., Kocabaş, F., & Yeniçeri, M. (2005), Küresel pazarda marka yönetimi ve halkla ilişkiler, İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.
- Scott, N. R. (2002), Branding the Gold Coast for domestic and international tourism markets. *Tourism Marketing: Quality and Service Management Perspective*, London: Continuum (In E. Laws (Ed.)), 197-211.
- Somaklar, F. Ö. (2006), "İşletmelerde marka yönetimi süreci ve bir uygulama", DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Uztuğ, F. (2003),. *Markan Kadar Konuş*, İstanbul: MediaCat Kitapları.

Citation: Çotul A.. & Altındağ E. (2018), İşletme Etiğinde Sinizm Ve İşgören Performansı Arasındaki İlişki: Tekstil Sektöründe Çalışanlara Yönelik Bir Uygulama, BMIJ, (2018), 6(4): 1198-1214 doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.323>

İŞLETME ETİĞİNDE SİNİZM VE İŞGÖREN PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA YÖNELİK BİR UYGULAMA ¹

Arzu ÇOTUL²

Erkut ALTINDAĞ³

Received Date (Başvuru Tarihi): 02/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 18/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Örgütlerde alınan etik dışı kararlar, yönetimin işgörenele ayırıcı yaklaşımı, işyerinin samimiyetsiz ortamı, işyerindeki değişim, güçlü olmayan örgütsel iklim, sinizm diye adlandırılan ve çalışanlarda örgüte karşı nefret, endişe duygularını oluşturan ve örgüte yönelik uç noktalarda kötülleme, eleştirme eğilimini ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmanın amacı, örgütsel sinizm, işgören performansı ve işletme etik dışı kararlar arasındaki etkileşimin incelenmesidir. Araştırma verileri İstanbul'da tekstil sektöründe çalışanlarla anket yöntemi kullanarak elde edilmiş ve veriler "SPSS" programında değerlendirilerek regresyon analizi, korelasyon analizi, faktör analizi ve karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Araştırma sonucunda çalışanların işletmelerine sinik bir tutum geliştirmelerinde ve işletme performanslarına etkilerinde, alınan işletme yönetiminin etik dışı kararlarının güçlü bir etmen olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşletme Etiği, Sinizm, İşgören Performansı

JEL Kodları: M10, L25

THE RELATIONSHIP BETWEEN SINISM AND EMPLOYEE PERFORMANCE IN BUSINESS ETHICS: AN IMPLEMENTATION FOR EMPLOYEES IN TEXTILE INDUSTRY

ABSTRACT

Unethical decisions taken in organizations, the discriminatory approach of management to employees, the insincere environment of the workplace, change in the workplace and the weak organizational climate reveals the tendency of employees to criticize and denigrate the organization at extreme points that make up their feelings of hatred, anxiety and concern for the organization and this is called as "cynicism". The aim of this study is to examine the interaction between organizational cynicism, employee performance and unethical business decisions. Research data were obtained using survey method with employees in the textile sector in Istanbul and were evaluated in the SPSS program and regression analysis, correlation analysis, factor analysis and comparative analysis were performed. As a result of the research, it was concluded that unethical decisions of the business management are powerful factors in the employees developing a cynical attitude towards their businesses and in business performance.

Keywords: Business Ethics, Cynicism, Employee Performance

Jel Codes: M10, L25

¹ Bu çalışma birinci yazarın "İşletme Etiğinde Sinizm ve İşgören Performansı Arasındaki İlişki: İstanbul'da Tekstil Sektöründe Çalışanlara Yönelik Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Y.Lisans Mezunu, Beykent Üniversitesi, arzucotul@hotmail.com

³ Doç. Dr., Beykent Üniversitesi, erkutaltindag@beykent.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-6318-2628>

<http://orcid.org/0000-0003-0173-0454>

1.GİRİŞ

İşletme faaliyetleri, ekonomik faaliyetlerin yanında etik sonuçları bünyesinde barındıran sosyal içerikli çabalardır ve çalışanlar, işletmelerinden etik davranmalarını, etik olan değerlere destek vermelerini beklerler. Bu beklentiden dolayı etik iklim işyerine ve işverene bağlılığı artırmakta, motivasyon sağlamaktadır (Tekin, 2018: 811). İşletmelerin almış olduğu etik dışı kararlar işletme çalışanlarını negatif yönde etkilemekte ve çalışanlarda ciddi şekilde güvensizlik, tedirginlik, yabancılaşma hissi yaratmaktadır. Çalışanın hakkaniyet, dürüstlük, içtenlik gibi beklentileri örgütçe karşılanmadığı zaman örgütsel sinizm oluşmaktadır. Daha özet bir ifadeyle etik ilkeleri bünyesinde barındıran işletmelerde çalışanlar, kendilerini sinik hissetmez ve işletmelerine karşı sinik tutum geliştirmezler (Sarı ve Doğanekin, 2016: 228). Çünkü örgütsel sinizm; çalışanların örgütlerinin dürüst olmadıklarına inandıkları zaman ortaya çıkmaktadır (Dean vd., 1998: 345). Genellikle de bu algılama ahlaklılık, adalet ve dürüstlük ile ilgili temel beklentiler ihlal edildiği zaman meydana gelmektedir ve işgören performansını azaltan bir etkiye sahiptir (Turan, 2011: 82).

İşgören performansı, örgütsel bağlılık, örgütsel destek, iş tatmini, iş verimliliği, mesleki tükenmişlik, rol çatışması, etik iklim ile örgütsel sinizm arasında anlamlı ilişkiler (Anderson ve Batemen 1997; Brandes vd. 1999; James 2005; Nair ve Kamalanabhan 2010; Mete 2013; Karacaoğlu ve Küçükköylü 2015; Akdemir 2016; Görmen 2017) olduğunu belirten pek çok akademik çalışma mevcuttur. Bu çalışmada da işletme etik kararları, sinizm ve işgören performansı arasındaki ilişkileri inceleyen ampirik bir çalışmadır. Çalışmada başta işletmelerde etik konusuna değinilmiş ardından sinizm kavramı açıklanmış ve hem etik hem de sinizmin işgören performansına etkileri değerlendirmeye alınmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Yaşamın her alanında sorgulanan etik kavramı, işletmecilik alanında da dikkat çekici bir konudur. İşletmeler kar beklentisinin yanısıra toplumun beklentilerini de karşılamak üzere faaliyette bulunurlar. Bu yüzdendir ki işletmeler etik bir iklim oluşturmak için sosyal sorumluluk, müşteri memnuniyeti, kurumsal sosyal sorumluluk, işletme imajını güçlendirme, çalışanların hak ve özgürlüklerinin korunması gibi konulara özen göstermektedirler (Tekin vd., 2018: 631-636). İş ve işletme etiği dendiğinde genellikle işletmelerin müşterilerine ve iş ilişkisi içinde olduğu diğer firmalara, çevreye, topluma, işletmenin çalışanlarına yönelik tutumu anlaşılır (Arslan, 2001: 91). İşletmelerde etik konusunun, çalışanlardan ve insan kaynakları yönetiminden ayrı değerlendirilmesi ve düşünülmesi imkânsızdır. İşletmenin tüm

fonksiyonlarının performansının doğrudan ya da dolaylı olarak iş görenlerin ve insan kaynakları yönetiminin etkinliğine bağlı olduğu düşünüldüğünde etik konusunun çok önemli olduğu anlaşılmaktadır. İşletmelerdeki etik ortam, çalışanların tutum ve performanslarını etkilemekte, işletmeye bağlılığı artırmaktadır (Filizöz, 2011: 224). Çalışanlar işyerlerinde mutsuz olduklarında durumu görmezden gelme, işten ayrılma, kuruma zarar verme ya da sesini duyurma gibi bazı tepkiler gösterirler (Hirschman 2002'den aktaran Birsnel, 2007: 177-178). Etik değerleri benimseyen çalışanların işletme içinde düşmanca, saldırgan davranış gösterme eğilimi zayıflayacaktır (Özkalp ve Kırel, 2011: 637). İşletmede etik değerleri oluşturmanın çalışanlarda sinizmi önlemede önemli bir süreç olduğu söylenebilir. Çalışan sinizmi, “bireyin istihdam deneyimlerinden kaynaklanan bir değerlendirme yargısı” şeklinde tanımlanabilir (Cole vd., 2006: 463) ve sinizm örgütsel davranışlarda yararlı bir yapıya dönüşebilir; çünkü kişinin sinizm inşasının dayandığı algıların doğruluğu veya geçerliliğine bakılmaksızın, sonuçları gerçek davranışlar üzerinden ölçülmektedir (Lorinkova ve Perry, 2017). Bir başka tanıma göre sinizm, güven duymama ve hüsrana uğrama gibi nedenlerden kaynaklı hor görme, hayal kırıklığı ve bir şeye karşı güvensizlik içeren özel ve/veya genel bir tavrıdır (Anderson ve Bateman, 1997: 450). Bu tavır kişilere karşı olabileceği gibi nesnelere veya örgütsel yapıya karşı da gelişebilir. Bu tutum sadece birey içinde değil, bağlam ve deneyimlerden çok etkilenir. İlk kez Wanous vd. tarafından 1994'te çalışanların örgütsel değişim sinizm algısını ölçmek için kullanılmış olan ve örgütsel değişim sinizmi (ÖDS) olarak adlandırılan örgütsel değişim hakkındaki sinizm kavramını ise geçmişteki başarısız girişimler neticesinde değişim çabalarına çalışanlarca kötümser bir tavır takınılması ve sinik tutum geliştirilmesi şeklinde ifade edilebilir (Wanous vd., 1994: 269). Değişimi uygulayan yöneticiler beceriksiz olarak kabul edilir. ÖDS, örgütsel değişim literatüründe örgütsel sinizmin yeni ve gelişmekte olan bir yüzüdür. Bireylerin başarı tecrübesi veya örgütsel değişimin başarısızlığı ile gelişir (Bakari vd. 2018). Tüm bu sebeplerle sinizm değişimin önündeki önemli bir engeldir, potansiyel olarak “değiş tokuş davranışı” oluşumunu engellemektedir. Diğer bir deyişle, örgütsel değişim müdahalelerini başarıya doğru itmek için görülen davranışsal ekstra çabadır (Reichers vd., 1997: 48; Fuchs ve Edwards, 2012: 40).

Sinizmin, yetersiz performans, moral bozukluğu, yüksek devamsızlık, iş gücü devri ve iş tatminsizliğine neden olmaktadır (Derin, 2011: 49). Sinizmin, örgütlerin etkinlik ve verimliliğini azaltıcı, maddi manevi kayba yol açıcı etkilerinin varlığı bilinmektedir. Örgütsel sinizmin en önemli sonuçlarından biri de iş görenlerin performanslarındaki düşmedir (Yıldız vd., 2013: 1264). İşletmelerin faaliyetlerinin yüksek performansla gerçekleşebilmesi, değişimi

yakından takip etmeleri ile alakalıdır. İşletmelerine karşı sinik tutum geliştirmiş olan çalışanların bu değişim karşısında, yönetime güvensizlik duyması, işletme içerisindeki iletişimi ve talimatları yerme, yöneticilere olumsuz eleştirilerde bulunarak işletmenin değişime uyum sağlayabilmesinin karşısında bir direnç meydana getirir. Kısaca sinik tutuma sahip işgören bireysel gelişiminin yanında işletmenin de gelişmesini engelleyebilmektedir (Turan, 2011: 67). Sinizm, işletme içindeki çalışanların yetkinliklerini engellemekte, işte becerileri kullanmaya engel olmakta, bağlılığı etkileyen yetenek algılarını azaltmaktadır ve bunların doğal sonucu olarak da işgören performansları düşmektedir (Boyalı, 2011: 79).

İşletmelerde başta işgören performansı olmak üzere sinizm ile örgütsel destek, iş tatmini, iş verimliliği, örgütsel bağlılık, etik iklim, mesleki tükenmişlik, rol çatışması arasında ilişkilerin bulunduğu dair alan yazında pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bir kısmı aşağıda belirtildiği gibidir.

Anderson ve Bateman (1997) örgütsel performans, yabancılaşma, işten ayrılma niyeti ve sinizm arasındaki ilişkiyi; Brandes vd. (1999) fabrika çalışanlarının örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, işgören katılımı ve sinizm ilişkilerini incelemişlerdir. James (2005), örgütsel adalet, örgütsel/kurumsal destek, psikolojik sözleşme ihlalleri, öğretmen tükenmişliği ve sinizm arasındaki ilişkileri incelemiştir. Nair ve Kamalanabhan (2010) genel ve örgütsel sinizmin etik niyet üzerindeki etkilerini; Mete (2013) fakülte yöneticilerinin etik liderlik davranışları ile akademisyenlerin örgütsel sinizm davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Nafei ve Kaifi (2013) örgütsel sinizmin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Karacaoğlu ve Küçükköylü (2015) işgören sessizliği ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi, Akdemir vd. (2016) örgütsel sinizm ile işgören performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Görmen (2017) araştırmasında iş görenlerin örgütsel sinizm ve örgüt kültürü algılarını belirlemeye çalışmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın konusu, amacı, yöntemi, evren, örnekleme ve hipotezlere yer verilmiştir.

3.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, işletme etik dışı karar algısının İstanbul tekstil sektöründe çalışanlarda sinik tutumlara yol açıp açmadığının araştırılması ve bu sinik tutumun da çalışanların performanslarına olan etkilerinin tespit edilmesidir. Nitekim literatürde etik dışı kararların sinik davranışlara (Nair ve Kamalanabhan, 2010; Mete, 2013; Elçi ve Kul, 2017) ve sinik davranışların da işgören performansı üzerinde negatif bir etkiye yol açtığı (Yıldız vd.,

2013; Chiaburu vd., 2013; Akdemir vd., 2016) saptanmıştır. Buradan hareketle bu çalışmaya uygun hipotezler kurulmuş sinizmin tekstil sektöründe çalışanlar üzerindeki etkisi “İşletmelerin etik dışı kararlarının tekstil sektöründe çalışanların sinizm düzeyleri ile işgören performansına etkileri” merkezli olmak üzere tespit edilmeye ve araştırılmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul’da faaliyet gösteren tekstil sektörü çalışanları (yönetici, işveren, işgören) oluşturmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen 202 tekstil çalışanı ve işverenden araştırma verileri toplanmıştır. Araştırma İstanbul ilinde yapıldığı için elde edilen bulguların tüm illeri kapsayacak şekilde genelleştirilmesi amacı bulunmamaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

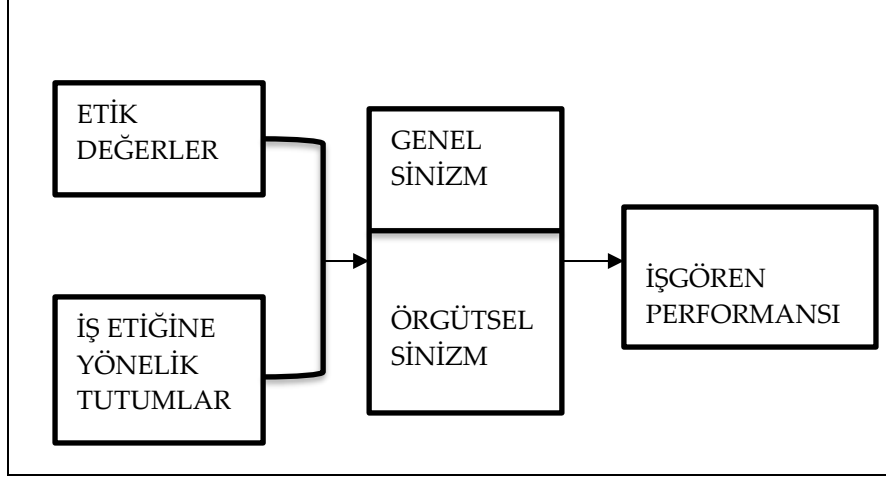
Bu araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada tekstil sektöründe çalışanların etik algıları Charles H. Schwepker Jr. (2001) tarafından geliştirilen 7 maddelik “Örgütlerde Etik Değerler Ölçeği” ile ölçülmüştür. İşletme etik dışı kararların algısı ise Neumann ve Reichel’in (1979) geliştirdiği 30 maddelik “İş Etiğine Yönelik Tutumlar Ölçeği” ile ölçülmüştür. Çalışanların genel sinizm seviyesinin belirlenmesi Wrightman’ın (1992) geliştirdiği ve Erdost vd. (2007)’nin çalışmalarında kullandığı 10 maddelik ölçek ile örgütsel sinizm seviyesinin belirlenmesi ise Brandes’in (1997) geliştirdiği 14 maddelik ölçek ile ölçülmüştür. Son olarak da çalışanların performansları Kirkman ve Rosen (1999) tarafından geliştirilmiş olan 4 maddelik İşgören Performans Ölçeği ile ölçülmüştür. Anket çalışmasından elde edilen veriler “SPSS” programında değerlendirilerek, regresyon analizi, korelasyon analizi, faktör analizi yapıp hipotezler doğrultusunda yorumlanmıştır.

İşletme etik dışı kararları ile sinizm ve işgören performansı etkileşim modelinin temel varsayımı, işletmenin almış olduğu etik dışı kararların iş görenlerde sinik davranışlara yol açacağı ve işgören performansını olumsuz yönde etkileyeceğidir. İşletme etik dışı kararlarının olmadığı bir ortamda yani etik işletme kararlarını uygulayan bir ortamda ise, iş görenler sinik tutum geliştirme yoluna gitmeyeceği ve işgören performansının yüksek olduğu varsayılmaktadır.

3.4. Araştırmanın Bağımlı-Bağımsız Değişkenleri, Hipotezleri ve Araştırma Modeli

Araştırma modeline ait bağımsız değişkenler, işletme etik dışı kararları, tekstil sektöründe çalışanların etik algıları ve tekstil sektöründe çalışanların genel düşüncesidir.

Araştırmada iki bağımlı değişken mevcuttur. İlki; örgütsel sinizm; ikincisi ise çalışan performansdır. Araştırmanın modeli şekil 1’de gösterildiği gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırmanın hipotezleri aşağıda sıralandığı gibidir:

H₁: İşletme etik dışı kararları örgütsel sinizm üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H₂: Tekstil sektöründe çalışanların genelinin örgütsel sinizm düzeyleri yüksektir.

H₃: İşletmenin etik dışı kararlar alması iş görenlerin etik algılarını negatif yönde etkilemektedir.

H₄: Tekstil sektöründe çalışanların etik alguları ile örgütsel sinizm arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Tekstil sektöründe çalışanların etik alguları ile örgütsel sinizmin alt boyutları (bilişsel, duyuşsal, davranışsal) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Örgütsel sinizmin çalışan performansına doğrudan ve negatif yönde etkisi bulunmaktadır.

H₇: İşletme etik dışı kararlarının çalışan performansına doğrudan ve negatif yönde etkisi bulunmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

4.1. Demografik Verilere İlişkin Bulgular

Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerine ilişkin veriler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler (n=202)

Demografik Değişkenler	f	%
Cinsiyet		
Kadın	94	46.5
Erkek	108	53.5
İşletmenin Faaliyet Alanı		
Bölgesel	105	52
Ulusal	59	29.2
Uluslararası	38	18.8
Departman		
Üretim-Operasyon	70	34.7
Muhasebe-Finans	9	4.5
Personel	42	20.8
Satış-Pazarlama	64	31.7
Yazılım-ARGE	1	0.5
Diğer	16	7.8
İşyerinde Çalışan Sayısı		
3-50 Kişi	117	58
51-100 Kişi	47	23
101-150 Kişi	20	10
201-250 Kişi	18	9

Araştırmaya katılanların 94'ü kadın 108'i erkek olup çalışılan işletmenin faaliyet alanı 105'i bölgesel, 59'u ulusal, 38'i uluslararasıdır. Katılımcıların büyük çoğunluğu 70 kişi ile (%34.7) üretim-operasyon bölümündedir. Çalışanların işyerlerindeki işgören sayısına bakıldığında ise büyük çoğunluğun (117 kişi) işyerinde çalışan sayısı 3-50 kişi aralığında olduğu görülmektedir.

4.2. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Çalışmanın Cronbach Alpha değeri 0,787 çıkmıştır. Bu da yapılan araştırmanın güvenilir olduğunun bir göstergesidir. 0,787 değeri iş gören performansı üzerinde sizinizin çeşitli alt faktörlerinin örneklem kitle üzerinde doğru ve güvenilir bir şekilde ölçülmüş olduğunu simgelemektedir. Geliştirilen anketi dolduran katılımcıların ifadeleri net bir şekilde algıladığı ve aynı yönde tutarlı cevaplar verdikleri bu istatistiki analizi ile kanıtlanmıştır. KMO ve Bartlett's testi de faktör analizi yapabilmeyen ön koşullarındandır ve tüm değişkenlerin faktör yüklemesi sırasında bağlı oldukları faktörle uyumlu olup olmadıklarını ölçen analizdir. KMO örneklem yeterliliği ölçütünün yüksek çıkması gerekmektedir. KMO oranı ne kadar yüksekse veri seti Faktör Analizi yapmak için o kadar uygundur denilebilir. Çok iyi bir faktör analizinde KMO değeri 0,80'den büyük olmalıdır. Ancak 0,50'den büyük değerler de kabul edilebilir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi KMO değeri>0,50 olduğu için veri setinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Her bir üst faktöre ait KMO değerleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Her Bir Üst Faktöre Ait KMO Değerleri

Örgütlerde Etik Değerler	,653	
İş Etiğine Yönelik Tutumlar	,755	
Genel Sinizm	,500	
Örgütsel Sinizm	,825	
İş gören Performansı	,840	
	Bartlett sig	<0.05
	Anlamlılık	0,00

4.3. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Araştırmadaki verilerin yapısal geçerliliğini belirlemek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analizi sonuçları Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi

BOYUTLAR VE ÖLÇEK MADDELERİ	FAKTÖR YÜKLERİ	AÇIKLANAN VARYANS
Örgütlerde Etik Değerler ($\alpha=0,834$) Çalıştığım firmada iş ahlakına yönelik ilkeler bulunmaktadır. Çalıştığım firmada başarılı olmak için kişilerin genellikle ahlaki değerlerden taviz vermeleri gerekmez. Çalıştığım firmada iş ahlakı resmi ve yazılı olarak belirtilmiştir.	,765 ,615 ,629	17.415
İş Etiğine Yönelik Tutumlar ($\alpha=0,762$) İşletmeciliğin tek etik tarafı para kazanmaktır. Etik değerler iş yaşamı için anlamsızdır. Belirli bir hedefe ulaşmak için gereken her şey yapılabilir. Çalıştığım iş yerinde işyeri ile ilgili malzemeleri eve götürürüm. Bu kimseye zarar vermez.	,795 ,875 ,704 ,783	14.643
Genel Sinizm ($\alpha=0,761$) İnsanların çoğu yakalanmayacağından emin olsa para ödemedi dolmuşu biner. İnsanlar diğer insanlarla gerçekte ilgilenmezler ama ilgileniyor görünürler.	,924 ,924	12.620
Örgütsel Sinizm ($\alpha=0,757$) Çalıştığım kurumda, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum. Çalıştığım kurumda, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım. Çalıştığım kurumda, çalışanlardan bir şey yapması beklenir, ancak başka bir davranış ödüllendirilir. Çalıştığım kurumu düşündükçe gerilim yaşarım.	,804 ,866 ,794 ,756	11.626
Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki uygulamaları ve politikaları eleştiririm. Çalıştığım kurum dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınırım.	,791 ,822	
İşgören Performansı ($\alpha=0,779$) Görevlerimi tam zamanında tamamlarım. İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum. Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim. Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim.	,902 ,881 ,883 ,856	9.308
	Toplam Açıklanan Varyans: %65.612	

Açıklayıcı faktör analizinde Temel Bileşenler Yöntemi ve toplam değişkenliğin faktörler arasında homojen dağılmasını sağlamada kullanılan verilerin rotasyonu için faydalanılan Varimaks dönüştürmesi yapılmış ve faktörlerin toplam varyansı ne oranda açıkladığı belirlenmiştir. Buna göre Varimax döndürmesi sonucunda maddeler toplam 5 faktör altında toplanmış ve bu faktörler toplam varyansın %65,612'sini açıklamıştır. Faktör analizinde, her bir değer için kabul edilebilmesi için 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Bu çalışma için yapılan analizde, faktör yüklerinin 0,615-0,924 arasında -kabul edilebilir seviyede olduğu- görülmektedir.

4.4. Korelasyon Analizi Bulguları

Çalışmaya ait korelasyon analizi sonuçları Tablo 4'te gösterildiği gibidir.

Tablo 4: Korelasyon Analizi

Değişkenler	1.	2.	3.	4.	5.
(1)Örgütsel Etik	1				
(2)İş Etiği	-,638**	1			
(3)Genel Sinizm	-,422**	,609**	1		
(4)Örgütsel Sinizm	-,493**	,620**	,553**	1	
(5)İşgören Performansı	,136	,192**	,256**	,095	1

N=202 **p< 0.05.

Korelasyon analizi sonucunda gelecekteki araştırmalara da ışık tutabilecek çok önemli bulgulara rastlanmıştır. İlk olarak örgütlerde var olan ve herkes tarafından kabul edilen güçlü etik değerlerin sinizmin hiçbir alt boyutuyla uyumlu olmadığı ve negatif korelasyon katsayısına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuç, araştırma modeli kurulurken ortaya atılan hipotezle son derece uyumludur. Özellikle bir firmada iş ahlakına yönelik ilkeler bulunması, bunların resmi ve yazılı olarak çalışanlara belirtilmesi, kişilerin firmada başarılı olmak için ahlaki değerlerden taviz vermeden çalışabileceklerini göstermektedir. Korelasyon analizi sonuçları bu bilgiyi teyit etmektedir. Diğer önemli bir husus ise iş ahlakını sadece para kazanmak üzere kuran işletmelerin sinizmin tüm boyutlarıyla aynı yönde (pozitif) algılanması ve değerlendirilmesidir. Bundan dolayı ölçekte yer alan bir alt boyut olan İş etiğine yönelik tutumlar genel ve örgütsel sinizm ile kendi içerisinde doğrudan ve pozitif yönde birbirini desteklemektedir. Bu durum aynı zamanda deneysel araştırmanın bir sağlaması olarak görülebilir.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olan iş gören performansı ise korelasyon analizi kapsamında örgütlerde etik değer analizinden daha çok diğer faktörlerle yüksek korelasyon ilişkisi içerisinde. Çok yalın ve basit bir açıklamayla örgütlerde etik değerlerin olmaması ve

sinizm olgusu çalışan performansını daha yüksek oranda etkilemektedir. Muhakkak ki iş gören performansı işyerinde etik değerlerin olmamasında ve sinizm uygulamalarında olumsuz olarak etkilenecektir. Bu sebep sonuç ilişkisini daha net bir şekilde ortaya konmasını sağlamak için bir sonraki aşamada regresyon analizi yapılacaktır.

Genel sinizm ve örgütsel sinizm boyutlarına gelince, aralarındaki, 553'lük yüksek sayılabilecek korelasyon değeri bu iki faktörün anketi dolduranlar tarafından ilişkili görüldüğünün bir kanıtıdır. Örneğin, çalışan insanlar diğer insanlar ile ilgileniyor gibi görünseler de, samimi olarak ilgilenmedikleri için kurumdaki herkes diğer insanlara karşı güvensizlik ve kuşku içinde yaşar ve çalıştıkları kurumu düşündükçe gerilim hissederler. Bu da iş görenlerin görevlerini zamanında tamamlamaları ve iş hedeflerine ulaşabilmelerini olumsuz olarak etkiler.

4.5. Regresyon Analizi Bulguları

Çalışmaya ait regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te gösterildiği gibidir.

Tablo 5: Aşamalı Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Yord. Std. Hatası	F	Sig.
1	,434	,189	,172	1,0839	11,453	,000
2	,273	,075	,061	1,1546	5,332	,001

Modelin genel olarak anlamlılık düzeyi "F" ile gösterilir. F testi sonucunda % 5 anlam düzeyinde modelin genel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (Sig.<0,05).

Tablo 6: Değişkenlerin B ve Beta Korelasyon Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

Model	Yordayıcılar	B	Std. Hata	β	t	p
1	(Sabit)	3.191	,448		7.125	,000
	Örgütsel Etik	,288	,055	,444	5.259	,000
	İş Etiği	,240	,070	,344	3.432	,001
	Genel Sinizm	,158	,052	,257	3.046	,003
	Örgütsel Sinizm	-,028	,058	-,042	-,483	,630
2	(Sabit)	5.235	,237		22.048	,000
	İş Etiği	,074	,066	,107	1.118	,265
	Genel Sinizm	,155	,055	,253	2.811	,005
	Örgütsel Sinizm	-,075	,061	-,111	-1.218	,225

Bağımlı Değişken: İşgören Performansı

Korelasyon analizini takiben yapılan regresyon analizinde bir önceki analizi destekleyecek sonuçla beraber bazı ek bulgularda ortaya çıkmıştır. İş gören performansını bağımlı değişken olduğu analizde diğer tüm alt faktörler bağımsız değişken olarak modele dâhil edilmiştir. Bu analiz sonucu örgütlerde etik değerler, iş etiğine yönelik tutumlar ve genel sinizm adı verilen üst faktörlerin birleşerek iş gören performansını % 7,5 oranında etkilediği, diğer bir deyişle iş gören performansındaki değişimin % 7,5 tekabül eden kısmının bu üç faktör tarafından açıklandığı ortaya çıkmıştır. İş etiği ve genel sinizme ait Beta değerleri sırasıyla pozitif ,107 ve ,253'tür. Beta değerinin pozitif olması ankete katılanların iş etiği ve genel sinizm algıları ile iş gören performansları arasında aynı yönlü ve pozitif bir ilişkinin olduğunu gösterir. Dördüncü bir alt faktör olan örgütsel sinizm regresyon analizi kapsamında ele alındığında negatif Beta değerli olduğu için, yani örgütsel sinizm ile işgören performansı arasında negatif zayıf yönlü bir ilişki olduğu için diğer üst faktörler tarafından gölgelenmiştir ve etkisi kaybolmuştur.

Regresyon katsayısındaki anlamlılığını ölçen t değerleri (iş etiği $t=1,118$), (genel sinizm $t=2,811$), (örgütsel sinizm $t=-1,218$) iş etiği ve genel sinizmin iş görenlerin performans algıları üzerinde önemli etkilerinin olduğunu örgütsel sinizmin ise performansla ilişkisinin negatif olduğunu göstermektedir. İş görenlerin çalıştıkları örgüte karşı geliştirmiş oldukları negatif tutum, örgütün kararlarına güvenmeme ve inanmama örgütlerinin dürüstlükten yoksun olduklarını düşünme gibi sonuçlar eşliğinde çalışanların çalışma performanslarının yavaşlamasına neden olur. Örgütsel sinizmin en önemli sonuçlarından birisi de iş görenlerin performansındaki düşmedir. Moral bozukluğu, işe kendini verememe, işi yavaşlatma, ağırdan alma, işe geç gelmeler, şirket hakkında kötileyici konuşmalar yapılması gibi davranışların ortaya çıkması, çalışanda sinik tutumun gelişmesine neden olmakta ve çalışanın verimliliğini doğrudan ve negatif etkilemektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Örgütsel sinizm, bireylerin çalıştıkları örgüte karşı geliştirmiş oldukları negatif tutumlardır ve çalışanlarda, örgütün kararlarına güvenmeme, işten her an çıkarılacakmış ve yöneticilerin gerçek karakterlerini, niyetlerini yansıtmadıklarını düşünme gibi inanç hâkimdir. Literatürde sinizm üzerine pek çok araştırma yapıldığı ve sinizmin işletme çalışanları üzerindeki etkilerinin varlığı saptanmıştır (Anderson ve Batemen 1997; Brandes vd. 1999; James 2005; Nair ve Kamalanabhan 2010; Nafei ve Kaifi 2013; Mete 2013; Karacaoğlu ve Küçükköylü 2015; Akdemir 2016; Görmen 2017). Ancak iş görenlerin sinik tutumlarının özellikle tekstil sektöründe, işletme etik dışı kararlarının iş görenlerin sinik tutum geliştirmeleri

ve beraberinde gelişen negatif performans etkilerinin saptanmasına yönelik bir araştırma yeterince ve derinlemesine yapılmamıştır. Bu ihtiyaçtan hareketle İstanbul tekstil sektöründe çalışanların sinizm, iş gören performansı ve işletme etik dışı kararlarını algılamaları ile arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespiti ve de işletme etik dışı karar algısının tekstil çalışanlarının sinik davranışlarını ve performanslarını etkileyip etkilemediğinin saptanması için bu araştırma yapılmıştır. İş etiği, işletme etiği, sinizm, işgören performansı kavramlarının birbiriyle alakalı birbirlerini etkileyen ve birbirlerinin içinde yer alan kavramlar olduğu görülmüştür. Şöyle ki; etik değerlere önem veren, etik ilkelere göre hareket eden ve sosyal sorumluluk bilinci gelişmiş işletmelerde çalışan personel, işletmeye karşı sinik bir tutum geliştirmeyecek dolayısıyla da işletmenin işgören performansı artacaktır. Yalnızca kar sağlama güdüsüyle hareket eden işletmeler toplum menfaatlerini göz ardı edip, sosyal sorumluluk bilincinden uzaklaşarak uzun vadede yaşam sürdürme amacını gerçekleştiremeyecek hale gelirler, işletmenin imajı zedelenir ve rekabet avantajlarını yitirirler. İşletmelerin böyle bir duruma düşmemeleri için iş etiği uygulamalarını yakından takip etmeleri ve işletmelerinde etik ilkeler ve etik kodlar belirlemeleri gerekmektedir.

Araştırma bulgularından hareketle, gelecekteki araştırmalara da ışık tutabilecek çok önemli sonuçlara rastlanmıştır. İlk olarak etik değerlerin sinizmin hiçbir alt boyutuyla uyumlu olmadığı (etik değer algılanırsa sinik tutum geliştirilmiyor) sonucuna varılmıştır. Firmalarda iş ahlakına yönelik yazılı ilkelerin bulunması, kişilerin firmada başarılı olmak için ahlaki değerlerden taviz vermeden çalışabileceklerini yapılan faktör analizi ve korelasyon analizi doğrulamaktadır.

Diğer önemli bir husus ise iş ahlakını sadece para kazanmak üzere kuran işletmelerin sinizmin tüm boyutlarıyla aynı yönde (pozitif) algılanması ve değerlendirilmesinden dolayı, ölçekte yer alan bir alt boyut olan İş etiğine yönelik tutumlar genel ve örgütsel sinizm ile kendi içerisinde doğrudan ve pozitif yönde birbirini desteklemektedir. Bu durum aynı zamanda deneysel araştırmanın bir sağlaması olarak görülebilir. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan iş gören performansı ise korelasyon analizi kapsamında örgütlerde etik değer analizinden daha çok diğer faktörlerle yüksek korelasyon ilişkisi içerisindedir. Çok yalın ve basit bir açıklamayla örgütlerde etik değerlerin olmaması ve sinizm olgusu çalışan performansını daha yüksek oranda etkilemektedir.

Bu araştırmada iş gören performansı ile genel sinizm, örgütsel sinizm, iş etiği ve iş görenlerin etik algıları değişkenlerinin birbirlerini etkileme/açıklama oranlarını saptamak amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda örgütlerde etik değerler, iş etiğine yönelik

tutumlar ve genel sinizm adı verilen üst faktörlerin birleşerek iş gören performansını % 7,5 oranında etkilediği, diğer bir deyişle iş gören performansındaki değişimin % 7,5 tekabül eden kısmının bu üç faktör tarafından açıklandığı ortaya çıkmıştır. Analizdeki beta değerinin pozitif olması ankete katılanların iş etiği ve genel sinizm algıları ile iş gören performansları arasında aynı yönlü ve pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermiştir. Yalnızca dördüncü bir alt faktör olan örgütsel sinizm, regresyon analizi kapsamında negatif beta değeri almış, yani örgütsel sinizm ile işgören performansı arasında negatif zayıf yönlü bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmıştır.

Genel sinizm ve örgütsel sinizm boyutları arasındaki ilişki araştırılmış ve 553'lük yüksek sayılabilecek korelasyon değerine ulaşılmıştır ki bu da iki faktörün tekstil sektöründe çalışan katılımcılar tarafından ilişkili görüldüğünün bir kanıtıdır. Diğer bir deyişle, “bir çıkarı olduğunda insanların çoğu yalan söyler”, “insanlar diğer insanlarla gerçekte ilgilenmezler ama ilgileniyor görünürler”, “çoğu insan arzu ettiği şeylerle ilgili dürüst değildir”, “insanlar dürüstlük ve ahlaka ilişkin etik standartlara sahip olduklarını ifade ederler ancak çok az insan bunlara uyar” gibi genel sinizm ile ilgili ifadelerle, “çalıştığım kurumda, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum” “çalıştığım kurumu düşündükçe gerilim yaşarım” gibi örgütsel sinizmle ilgili ifadeler ilişkili görülmüştür.

Araştırma ölçeği kapsamında oluşturulan sinizmin alt faktörleri dört farklı makaleden temin edilmiş ve güvenilirlik analizi ile uygulanabilirliği test edilmiştir. Bununla birlikte ölçeklerin içsel geçerliliği ve geliştirilen modele uygun olup olmadıkları istatistikte boyut azaltma olarak tanımlanan faktör analizi kullanılarak test edilmiştir. Çıkan sonuç, firmaların etik kodlarının olmasının, iş görenleri firmada başarılı olmak için ahlaki değerlerden taviz vermeden çalışmaya sevk ettiğini, sinizmin çalışanların performanslarını azaltan etkilerinin olduğunu göstermiştir.

Yöneticiler, örgütsel sinizmi ortadan kaldırmak ve beraberinde iş gören performansını artırmak amacıyla öncelikli olarak işletmelerinde etik kodlar oluşturmalı, çalışanların güvenini kazanacak davranışlar içinde olmalı ve buna yönelik bir çalışma ve adalet ortamı oluşturmalıdırlar. Ayrıca, çalışanlarla yakın-çok yönlü ilişki kurmalı, çalışanlarını ödüllendirmeli çalışanlarla aralarındaki hiyerarşik yapı çalışanların sorunlarının anlatılabilmesine engel teşkil etmemeli, çalışanları alınan kararlara dâhil etmeli ve aidiyet ortamı ile tüm çalışanların menfaatlerinin korunduğu algısı ile sinik tutumların azaltılmasına ve örgütsel bağlılıklarının artmasına katkı sağlanmalıdır. Bunlara ilaveten yöneticiler, örgütsel huzuru tehdit eden örgütte var olan çalışma koşullarını ve kalitesini iyileştirmeli, çalışanların sinik tutumlarını azaltmak için iş görenlerin duyuşsal, davranışsal ve bilişsel yönden eğitecek

motivasyon vb. eğitimler vermelidirler. Aksi halde örgüt yönetimi tarafından sorun olarak algılanmaz ve gerekli önlemler alınmaz ise, çalışanın örgüte ve çalışanlara karşı olan güveni azalacak, motivasyon düşüklüğü de azalan performansa sebebiyet verecektir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, B., Kırmızıgül, B. ve Zengin, Y. (2016). Örgütsel Sinizm ile İş Performansı Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 6(2), 115-130.
- Anderson, L. M. ve Bateman, T. S. (1997). Cynicism in the workplace: Some Causes and Effects. *Journal of Organizational Behavior*, 18, 449-469.
- Arslan, M. (2001). İş ve Meslek Ahlakı. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bakari, H., Hunjra, A. I., Jaros, S. ve Khoso, I. (2018). Moderating Role of Cynicism About Organizational Change Between Authentic Leadership and Commitment to Change in Pakistani Public Sector Hospitals. *Leadership in Health Services*.
- Birsel, M. (2007). İnsan Kaynakları Uygulamalarında Etik Yaklaşımlar, Editör: Tevrüz, Suna. İş Hayatında Etik, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Boyalı, H. (2011). Örgütsel Sinizm ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Karaman'daki Bankalar Üzerinde Bir Uygulama. . Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi.
- Brandes, P. (1997). Organizational Cynicism: Its Nature, Antecedents, and Consequences, Unpublished Doctoral Thesis, University of Cincinnati.
- Brandes, P., Dharwadkar, R., Dean, J. W. (1999). Does Organizational Cynicism Matter?: Employee and Supervisor Perspectives on Work Outcomes. Paper Presented at The Eastern Academy of Management, Philadelphia.
- Butler, P. ve Tregaskis, O. (2018). Distributed Leadership and Employee Cynicism: Trade Unions as Joint Change Agents. *Human Resource Management Journal*.
- Chiaburu, D. S., A. C. Peng, I.-S. Oh, G. C. Banks ve L.C. Lomeli (2013). Antecedents and Consequences of Employee Organizational Cynicism: A Meta-Analysis, *Journal of Vocational Behavior*, 83(2), 181-197.
- Cole, M. S. Brunch, H. ve Vogel, B. (2006). Emotion as Mediators of the Relations Between Perceived Supervision Support and Psychological Hardiness on Employee Cynicism, *Journal of Organizational Behavior*, 27, 463-484.
- Dean, J. W, Brandes, P. ve Dharwadkar, R. (1998). Organizational Cynicism, *The Academy of Management Review*, 23(2), 341-352.
- Derin, N. (2011). İşletmelerde Geride Kalan Sendromu ve Örgütsel Güven., Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Elçi, M. ve Kul, B. (2017). Kamu Çalışanlarının Etik İklim Algılarının Örgütsel Sinizm Tutumları Üzerindeki Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Uygulama, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 8(1), 118-137.
- Erdost, E. Karacaoğlu, K. ve Reyhanoğlu, M. (2007). Örgütsel Sinizm Kavramı ve İlgili Ölçeklerin Türkiye'deki Bir Firmada Test Edilmesi. 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi. Bildiri Kitabı, 514-524.

- Filizöz, B. (2011). Etik ve Etiğe İlişkin Temel Kavramlar. Editör: Zeyyat Sabuncuoğlu. İşletme Etiği. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Fuchs, S., ve Edwards, M. R. (2012). Predicting Pro-change Behaviour: The Role of Perceived Organisational Justice and Organisational Identification. *Human Resource Management Journal*, 22, 39-59.
- Görmen, M. (2017). Örgüt Kültürünün Örgütsel Sinizm Tutumları Üzerine Etkisi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 8(15), 363-388.
- James, M.S.L. (2005). Antecedents and Consequences of Cynicism in Organizations: An Examination of the Potential Positive and Negative Effects on School Systems (Dissertation of Doctor of Philosophy), The Florida State University.
- Karacaoğlu, K. ve Küçükköylü, C. (2015). İşgören Sessizliğinin Örgütsel Sinizme Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 3(15), 401-408.
- Kirkman, B. L. ve Rosen, B. (1999). Beyond Self-Management: The Antecedents and Consequences of Team Empowerment. *Academy of Management Journal*, 42, 58 –74
- Lorinkova, N. M. ve Perry, S. J. (2017). When is Empowerment Effective? The Role of Leader-Leader Exchange in Empowering Leadership, Cynicism, and Time Theft. *Journal of Management*, 43(5), 1631- 1655.
- Mete, Y. A. (2013). Relationship Between Organizational Cynicism and Ethical Leadership Behaviour: A Study at Higher Education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 89, 476-483.
- Nafei, A. W. ve Kaifi, B. A. (2013). The Impact of Organizational Cynicism on Organizational Commitment: An Applied Study on Teaching Hospitals in Egypt. *European Journal of Business and Management* 5(12), 131-147.
- Nair, P. ve Kamalanabhan, T. J. (2010). The Impact of Cynicism on Ethical Intentions of Indian Managers: The Moderating Role of Seniority. *Journal of International Business Ethics*. 3(1), 14-29.
- Neumann, Y., ve Reichel, A. (1979). The Development of Attitudes Toward Business Ethics Questionnaire (ATBEQ): Concepts, Dimensions, and Relations to Work Values (Working Paper). Ben Gurion University of Negev, Israel.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2011). Örgütsel Davranış. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Reichers, A. E., Wanous, J., ve Austin, J. (1997). Understanding and Managing Cynicism about Organizational Change. *Academy of Management Executive*. 11(1), 48-59.
- Sarı, Y ve Doğanterkin, A. (2016). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Etik İklim ve Örgütsel Sinizm İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 222-250.
- Schweper, Jr. C. H. (2001). Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention In The Salesforce, *Journal of Business Research*, 54, 39-52.

- Tekin, Z. (2018). Bankacılık Sektöründeki Sosyal Pazarlama Uygulamalarının Etik İklim ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14 (3), 807-824.
- Tekin, Z., Uslu, F., Karakuş, K. (2018). İşletmelerin Etik Kararlarının ve Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının Ahilik Anlayışı Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Mardin: İKSAD I. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı, 631-636.
- Turan, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Örgütsel Değişimi Etkileyen Bir Unsur Olarak Örgütsel Sinizm ve Karaman İli Kamu Kurumlarında Bir Çalışma. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi.
- Wanous, J. P., Reichers, A.E., ve Austin, J.T. (1994). Organizational Cynicism: An Initial Study. *Academy of Management Proceedings*, 1, 269-273.
- Yıldız, K, Akgün, N. ve Yıldız, S. (2013). İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki. *International Journal of Social Science*, 6 (6), 1253-1284.

Citation: Yıldız A. (2018), Endüstri 4.0 İle Bütünleştirilmiş Dijital Tedarik Zinciri, BMIJ, (2018), 6(4): 1215-1230 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.322>

ENDÜSTRİ 4.0 İLE BÜTÜNLEŞTİRİLMİŞ DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ

Aytaç YILDIZ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 02/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 13/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Son yıllarda rekabet ortamlarının zorlaşması, küreselleşme, teknolojinin hızlı gelişimi, tedarik zincirindeki ağların karmaşıklığının artması ve ürün yaşam sürecinin kısılması gibi gelişmeler, işletmelerin tedarik zinciri stratejilerini gözden geçirmelerine sebep olmuştur. Bundan dolayı, bu koşullarda rekabet etmek isteyen işletmeler, tedarik zincirlerini etkili ve verimli bir şekilde yönetmelidirler. Tedarik zincirinin etkin olarak yönetilebilmesi için de tedarik zinciri ortakları arasında gerçek zamanlı bilgi paylaşımı ve koordinasyonun sağlanması gerekmektedir. Tedarik zinciri sürecinde satın alma, üretim ve dağıtım süreçlerinin organize edilmesi, stok yatırımlarının yönetilmesi, tedarikçiler ile bağlantıların iyileştirilmesi, müşteri geribildirimlerinin hızlı alınması ve isteklerine hızlı cevap verilmesi gibi faaliyetlerin etkili ve verimli bir şekilde yapılabilmesi geleneksel tedarik zincirlerinin dijitalleşmesi ile mümkün olacaktır. Bu çalışmada, işletmelerin tedarik zincirleri faaliyetlerini kolaylaştıran ve verimli hale getiren dijital tedarik zincirinin genel yapısının anlatılması amaçlanmaktadır. Bu amaç için, dijital tedarik zincirinin genel yapısı, endüstri 4.0 ile olan ilişkisi, geleneksel tedarik zincirinden dijital tedarik zincirine dönüşüm, dijital tedarik zincirinin özellikleri, temel karakteristikleri ve faydaları ile ilgili genel bir literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca, nesnelerin interneti ve bulut bilişimin dijital tedarik zinciri süreçlerindeki önemi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0; Dijital Tedarik Zinciri; Nesnelerin İnterneti; Bulut Bilişim

JEL Kodları: M11, O31, O32

DIGITAL SUPPLY CHAIN INTEGRATED WITH INDUSTRY 4.0

ABSTRACT

In recent years, developments such as increasingly competitive environments, globalization, rapid growth of technology, increased complexity of networks in the supply chain and shortening of the product lifecycle have led companies to overview supply chain strategies. Therefore, companies that want to compete in these conditions must effectively and efficiently manage their supply chains. In order to manage the supply chain effectively, real-time information sharing and coordination among supply chain partners are required. Productive and efficient operation of activities such as organization of purchase, production and distribution processes in the supply chain process, management of stock investments, improvement of connections with suppliers, rapid retrieval of customer feedback and quick response to requests will be possible by means of the digitalization of traditional supply chains. In this study, it is aimed to explain the general structure of the digital supply chain, which makes the supply chain activities of companies easier and more efficient. For this purpose, a general literature review was conducted on the general structure of the digital supply chain, the relationship with the industry 4.0, the transformation from the traditional supply chain to the digital supply chain, the basic characteristics, features and benefits of the digital supply chain. In addition, the importance in the digital supply chain of the internet of things and cloud computing was examined.

Keywords: Industry 4.0; Digital Supply Chain; Internet of Things; Cloud Computing

JEL Codes: M11, O31, O32

¹ Doç. Dr, Bursa Teknik Üniversitesi, aytac.yildiz@btu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0729-633X>

1. GİRİŞ

İşletmelerin günümüz pazarlarında başarılı olabilmeleri, müşterileri için önemli bir değer olan ürün ve hizmetleri düşük fiyatta, yüksek kalitede ve hızlı olarak sunmalarına bağlıdır (Akben ve Avşar, 2017). Çünkü küresel piyasaların ortaya çıkması nedeniyle dünyada keskin bir rekabet ortamı oluşturulmuş oldu. İşletmeler artık kendi kendilerine yeterli değildirler ve diğer işletmelerle bir zincir halindedirler. Bu zincirler, daha rekabetçi hale gelmek ve ortaklarının istediği hedeflere ulaşmak için süreçlerini koordine etmeye çalışmaktadırlar. Bu zincirlerden biri olan tedarik zinciri, müşteri siparişini yerine getirmek isteyen bir takım süreçler (tedarikçiler, müşteriler, fabrikalar, distribütörler ve perakendeciler) grubundan oluşmaktadır. Tedarik Zinciri Operasyon Referans Modeli'ne (SCOR) göre plan, kaynak, üretim, teslim, geri dönüş ve etkinleştirme, tedarik zincirinin ana süreçleridir (Abdel-Basset vd., 2018). Belirli bir ürünün üretimi ve dağıtımını için kurulan işletmeler ve tedarikçileri arasındaki iletişim ağı bir tedarik zinciri olarak tanımlanmaktadır. Müşterilere bir ürün veya hizmet sunmak için atılan gerekli adımları temsil etmektedir (Büyüközkan ve Göçer, 2018a). Tedarik zinciri yönetimi (TZY) ise doğru ürünü doğru zamanda doğru fiyata doğru zamanda doğru müşteriye doğru durumda doğru fiyata ulaştırmak anlamına gelmektedir.

Müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamak için tedarik zinciri faaliyetlerinin yönetim sürecidir (Abdel-Basset vd., 2018). Optimize edilmiş tedarik zincirleri daha düşük maliyetlere ve daha hızlı üretim döngülerine yol açmaktadır (Büyüközkan ve Göçer, 2018a). Bu yüzden, alıcı-tedarikçi ilişkilerini yönetmek, işletmelerin başarısı için her zaman çok önemli olmuştur (Büyüközkan ve Göçer, 2018a; Obal ve Lancioni, 2013). Bu ilişkileri doğru bir şekilde yönetebilmek için, alıcılar ve tedarikçiler güven ve işbirliklerini en üst düzeye çıkarmalı, riski en aza indirmeli ve hedef belirleme ve gerçekleştirme konusunda işbirliği yapmalıdırlar (Obal ve Lancioni, 2013). Bununla birlikte, geleneksel tedarik zinciri, bugünün ve yarının iş gereksinimlerinde ihtiyaç duyulan belirli özelliklerin eksikliğine sahiptir (Büyüközkan ve Göçer, 2018a). Geleneksel tedarik zinciri yönetim sistemlerinde; aşırı stoklama, teslimat gecikmeleri ve stoksuzluk gibi çeşitli sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlar, genellikle gerçek tedarik zincirlerinde mevcut olan karmaşıklık ve belirsizlik gibi çeşitli faktörlerle ortaya çıkmaktadır. Tedarik zinciri yöneticilerinden daha ucuz, daha iyi ve daha hızlı ürün istenmesine rağmen geleneksel tedarik zincirleri daha maliyetli, karmaşık ve savunmasızdır (Abdel-Basset vd., 2018). Müşteri deneyimini iyileştirirken tedarik süreçlerini ve envanter maliyetlerini düşürerek, tedarik zinciri performansını optimize etmek için müşterilerin, distribütörlerin, üretimin ve tedarikçilerin verilerini gerçek zamanlı olarak

bütünleştirebilme olanağı ve hatta tedarikçi performanslarının takip edilmesi gibi faaliyetler artık daha önemli hale gelmiştir (Akben ve Avşar, 2017). Sıralanan bu faaliyetlerin hepsi açık ve kapsamlı iletişim kanalları gerektirmektedir. Ancak geleneksel tedarik zincirindeki bu iletişim kanalları, günümüzün dijital çağında değişti. Artık alıcı-tedarikçi ilişkileri yüz yüze iletişimlerden ziyade dijital iletişime daha bağımlı hale gelmiştir. Ayrıca, hizmet yazılımları ve sosyal medya gibi yeni teknolojilerin sürekli olarak ortaya çıkması, işletmelerin kendileri ve tedarik zinciri ortakları arasındaki iletişimi daha da etkili hale getirerek (Obal ve Lancioni, 2013) tedarik zincirlerini dijital hale getirmiştir (Abdel-Basset vd., 2018). Tedarik zincirinin dijitalleşmesinde ise Endüstri 4.0 devriminin çok büyük etkisi olmuştur (Yıldız, 2018).

Endüstri 4.0, bir üretim sistemini ve tedarik zincirini büyük ölçüde bağlı unsurların siber-fiziksel etkileşimlerine dayanan akıllı bir üretim sistemine dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, iş sürecinin ve faaliyetlerin üretim sistemini daha esnek, ekonomik ve çevre dostu hale getirmesini sağlamaktadır. Endüstri 4.0 tabanlı sürdürülebilirlik odaklı konsept, endüstriyel yöneticilere sadece çevre koruma ve kontrol girişimlerini dahil etmemekle kalmayıp aynı zamanda kaynak verimliliği, çalışan ve toplum refahı, tedarik zincirlerindeki daha akıllı ve esnek süreçlerin ölçülmesi gibi süreç güvenliğini de kolaylaştırmaktadır. Organizasyonel bağlamda, yöneticiler değer zincirlerinde modern teknolojik gelişmeyi ve süreç yeniliklerini benimsetmeyi istemektedirler. Modern bilgi teknolojisi Endüstri 4.0 girişimleriyle birleştirildiğinde; yeşil, yalın, dağıtılmış üretim gibi süreç yenilikleri, endüstriyel tedarik zincirlerinde sürdürülebilir bir kültüre yol açmaktadır. Günümüzün senaryosunda, endüstriyel sistemler tedarik zinciri operasyonlarının esnekliğini geliştirerek sürdürülebilirliği bir araya getirmektedir. Böylelikle, Endüstri 4.0, endüstriyel sistemlerin daha iyi veri alışverişi ve kontrolü için küresel bir siber-fiziksel makine, ekipman, sensör ve tesis ağı geliştirmesini sağlar. Bir tedarik zinciri bağlamında müşteri gereksinimlerini karşılarken, malzeme, mal ve ekipman arasında yüksek düzeyde organize edilmiş bağlantıları kolaylaştırır. Endüstri 4.0 teknolojilerinin uygulanması, üretim durumu, enerji tüketimi, malzeme akışı, müşteri siparişleri ve tedarikçilerin verileri gibi önemli üretim parametrelerinin gerçek zamanlı izlenmesini ve kontrol edilmesini de sağlar (Luthra ve Mangla, 2018).

2. DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ

Deloitte Consulting'ün varsayımlarına göre, küresel nüfusun bugün internete erişim oranı, yaklaşık % 76, sosyal medya kullanımı ise % 50 civarındadır. Buna ek olarak, 10 internet kullanıcılarından 9'u online ürün satın alıyor, sofistike büyük veri analitiği şirketlerin % 43'ü tarafından kullanılıyor ve 2020'ye kadar 44 zettabayt veri üretilmesi bekleniyor. Varsayıma

göre, bulut depolama alanı üretilen tüm verilerin % 37'sine ulaşacak ve internete bağlı 26 milyar cihaz olacaktır. Bu rakamlar, yıllar geçtikçe faaliyetler ve süreçlerde dijitalleşme oranlarının artacağını göstermektedir.

Yeni teknolojik çözümlerin ortaya çıkmasından bu yana, işletmeler de ortaya çıkan yenilikleri kullanmak için kendilerini dönüştürerek dijital hale gelmeye çalışmaktadırlar (Büyüközkan ve Göçer, 2018b). Çağımızın iş yapış şeklinin mutlak gerekliliği olan dijitalleşme pek tabiidir ki hem esneklik hem de verimlilik sunan yeni nesil tedarik zincirlerinin gelişimini önemli oranda etkilemektedir (Günel, 2015). Gelişmekte olan dijital platformlar daha da önem kazanmakta, rekabet kurallarını değiştirmekte ve tedarik zinciri yönetiminde paradigma değişiminin önünü açmaktadır (Pflaum vd., 2018). Buna bağlı olarak tedarik zincirleri de evrim geçiriyor ve yeni bir şeye dönüşüyor. Klasik bir tedarik zincirinin sadece bir yerden diğerine mal taşıdığı günler artık geride kalmıştır. Günümüzde tedarik zincirleri, hepsinin koordine edilmesi ve izlenmesi gereken önemli miktarda karmaşık faaliyet gerektirmektedir (Büyüközkan ve Göçer, 2018a). Gelişmekte olan dijital veri merkezleri, fiziksel kutuları ve fiziksel kamyonları değiştirerek fiziksel depoların yerini almaktadır. Bununla birlikte, dijital olmayan yapıda ise üretim, teslimat ve operasyonlar çoğunlukla bağımsız olarak gerçekleştirilmektedir (Büyüközkan ve Göçer, 2018b). Artık, her iş dijital hale geldikçe, tedarik zincirini daha değerli, erişilebilir ve uygun maliyetli hale getirerek tedarik zincirini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Dijital teknolojilerin yeni tedarik zinciri fırsatları oluşturması için yeni bir bakış açısı gereklidir. Organizasyonlar tedarik zincirini sadece fiziksel ürün ve hizmet akışları şeklinde değil aynı zamanda yetenek, bilgi ve finansı birleştiren bir dijital tedarik ağı olarak yeniden tasarlamalıdır (Raj ve Sharma, 2014).

Karar vermeyi desteklemek için bilgi akışlarından değerli bilgiler elde etmede iş analitiği uygulaması her zaman etkili ve başarılı tedarik zinciri yönetiminin ayrılmaz ve hayati bir bileşeni olmuştur. Ancak, çeşitli yıkıcı dijital bilgi teknolojilerinin benimsenmesi ve yayılması nedeniyle işletmeler için oluşturulan bilgi ve veri miktarı sürekli artmaktadır. Veri hacmini artıran hızlandırıcılar; nesnelerin interneti (IoT), sensör teknolojisi, etkin izleme, bulut bilişim, sosyal medya beslemeleri ve bilgisayarlı mobil cihazlarıdır (Roßmann vd., 2018). Bu teknolojiler Şekil 1'de gösterildiği gibi tedarik zinciri üzerinde dönüşümsel bir etkiye sahip olarak tedarik zincirini dijital hale getirmektedir (Raj ve Sharma, 2014). Geleneksel tedarik zincirindeki bir dizi ayrı adımlar (duvarlar) tedarik zincirinin bu şekilde dijital dönüşmesinden sonra parçalanır ve zincir kusursuz bir şekilde çalışan entegre bir sisteme dönüşür (Büyüközkan ve Göçer, 2018a).



Kaynak: Raj, S., & Sharma, A. (2014). Supply chain management in the cloud. Accenture Global Management Consulting, 1-12.

Şekil 1: Geleneksel Tedarik zincirinin Dijital Tedarik Zincirine Dönüşümü

Bu sofistike teknolojilerin TZY alanındaki uygulamaları, servis parçaları yönetiminden, lojistik sistemlerde kargo kaybı, online ürün satışlarının tahmini, şehir ulaşımına ya da afet esnekliğine kadar uzanmaktadır (Roßmann vd., 2018).

Şu anda birçok tedarik zinciri sistem hibritdir; yani tedarik zincirleri kağıt tabanlı ve bilgisayar teknolojilerinin bir karışımı olarak kullanılmaktadır. Ancak gerçek dijital tedarik zinciri (DTZ) geleneksel hibrit sistemin ötesine geçerek sistem entegrasyonu ve kilit bileşenlerin bilgi üretme yeteneklerini kullanmaktadır (Abdel-Basset vd., 2018). DTZ ile ilgili literatürde birçok tanımlama bulunmakla birlikte aşağıda bu tanımlamalardan bazılarına yer verilmiştir.

Abdel-Basset vd., (2018) dijital tedarik zincirini; ayrılmış, bölgesel ve tek işletme uygulamalarından tedarik zincirlerinin geniş ve sistematik uygulamasına kadar genişleyen modern ve birbirine bağlı bir sistem olarak, Akben ve Avşar (2017) temelde web üzerinde etkin olan yeteneklere dayanan bir tedarik zincirini tanımlayan terim, Büyüközkan ve Göçer (2018b) dijital donanım, yazılım ve ağlar için büyük veri, mükemmel işbirliği ve iletişim yeteneğine sahip akıllı, en uygun teknoloji sistemi olarak tanımlamışlardır. Raab ve Griffin-Cryan (2011), geleneksel tedarik zincirinin, elektronik süreçler ve kağıt tabanlı belgelerin bir karışımına dayandığını, DTZ'nin ise yaygın bilgi birikimi, üstün işbirliği ve dijital platformlar üzerinden iletişim kurma, daha fazla güvenilirlik, çeviklik ve etkililik ile sonuçlanma kabiliyetine sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bhargava vd., (2013) DTZ'nin küresel olarak dağıtılan organizasyonlar arasındaki etkileşimleri destekleyen ve tedarik zincirlerindeki ortakların faaliyetlerini (bir ürünü satın almak, üretmek, saklamak, taşımak ve satmak) düzenleyen sistemlerden (yazılım, donanım, iletişim ağları) oluştuğunu belirtmektedirler. Schmidt vd., (2015) DTZ'yi talebin uçucu olduğu ve risklerin yüksek olduğu bir dünyada tedarik zincirindeki atık gibi "acı" alanlarını hafifletmek için tedarik zinciri süreçlerini destekleyen ve senkronize eden (depo ve nakliye sistemleri, Radyo Frekanslı Tanımlama –RFID-, gelişmiş

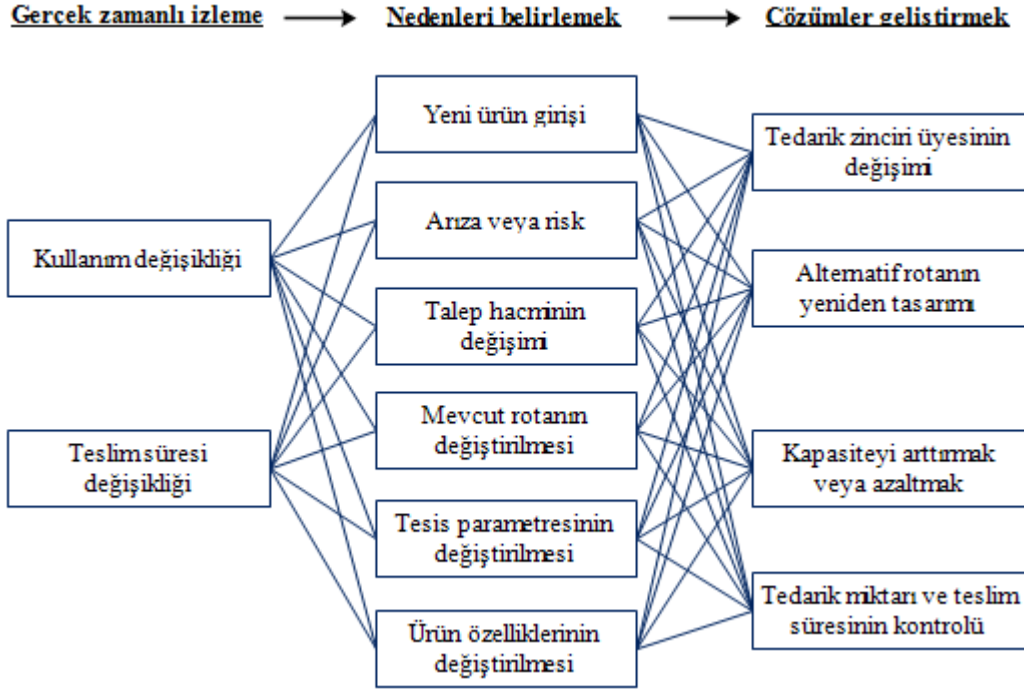
toplama teknolojileri ve yenilikçi planlama ve programlama sistemleri gibi) en uygun teknolojiler olarak tanımlanmaktadır. Raj ve Sharma, (2014) dijitalleşmenin, hizmet zincirlerini daha değerli, erişilebilir ve uygun maliyetli hale getirerek tedarik zincirlerini dönüştürme potansiyeline sahip olduğunu ileri sürmektedir.

DTZ, dijital medyanın orijinal noktadan (içerik sağlayıcısı) hedefe (tüketicie) elektronik ortamda iletilmesi sürecini kapsamaktadır. Dijital bir tedarik zinciri sistemi, küresel dağıtım organizasyonları arasındaki etkileşimi destekleyen, tedarik zincirindeki ortakların faaliyetlerini düzenleyen (donanım, yazılım, iletişim ağı) sistemlerden oluşmaktadır. Başka bir deyişle büyük veri, IoT vb. ileri bilişim teknolojileri kullanılarak oluşturulan tedarik zinciridir. Dijital tedarik zinciri yönetimi, kaynakların (stratejik tedarik ve tedarik yönetimi), üretim (imalat ve servis operasyonları) ve teslimat süreçlerinin (talep yerine getirilmesi) entegrasyonu için bilişim teknolojilerinin kullanımına odaklanmaktadır (Akben ve Avşar, 2017). DTZ, ürün veya hizmetlerin fiziksel mi yoksa dijital mi olduğuyula ilgili değil, tedarik zincirinin nasıl yönetildiği ile ilgilidir. Hizmetlerin daha katma değerli, erişilebilir ve uygun maliyetli, istikrarlı ve çevik faaliyetlerle sonuçlandırılması yoluyla işletmeler arasındaki etkileşimi destekler ve senkronize etmektedir (Büyüközkan ve Göçer, 2018b).

3. DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİNİN ÖNEMİ VE FAYDALARI

DTZ'nin temel faydası, müşteri memnuniyetinde olağanüstü performans kapasitesini ortaya çıkarma yeteneğidir. Müşteri ihtiyaçları hakkında daha doğru bilgilerle tasarlanmış, verimlilikle inşa edilen ve gerçek müşterilere hızlı ve kolay erişime sahip konumlara sahip ürün ve hizmetlerin oluşturulmasını sağlar (Guarraia vd., 2015; Yıldız vd, 2018).

DTZ, çevresel değişikliklere karşı; lojistik esneklik ile alternatif rotaların yeniden atanması, kapasite esnekliği ile kapasitenin kontrol edilmesi, (kapasite genişletme, fazla mesai ve ek vardiyalar), tedarik zinciri üyelerini kanal esnekliği ile değiştirme, tedarik miktarını ve teslim sürelerini kontrol etme gibi özelliklere sahiptir. Şekil 2'de gösterilen DTZ'nin sahip olduğu esneklikler tedarik zinciri faaliyetlerinin geleneksel bir tedarik zincirinden daha verimli ve serbest bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır (Oh ve Jeong, 2019).



Kaynak: Oh, J., & Jeong, B. (2019). Tactical supply planning in smart manufacturing supply chain. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 55, 217-233.

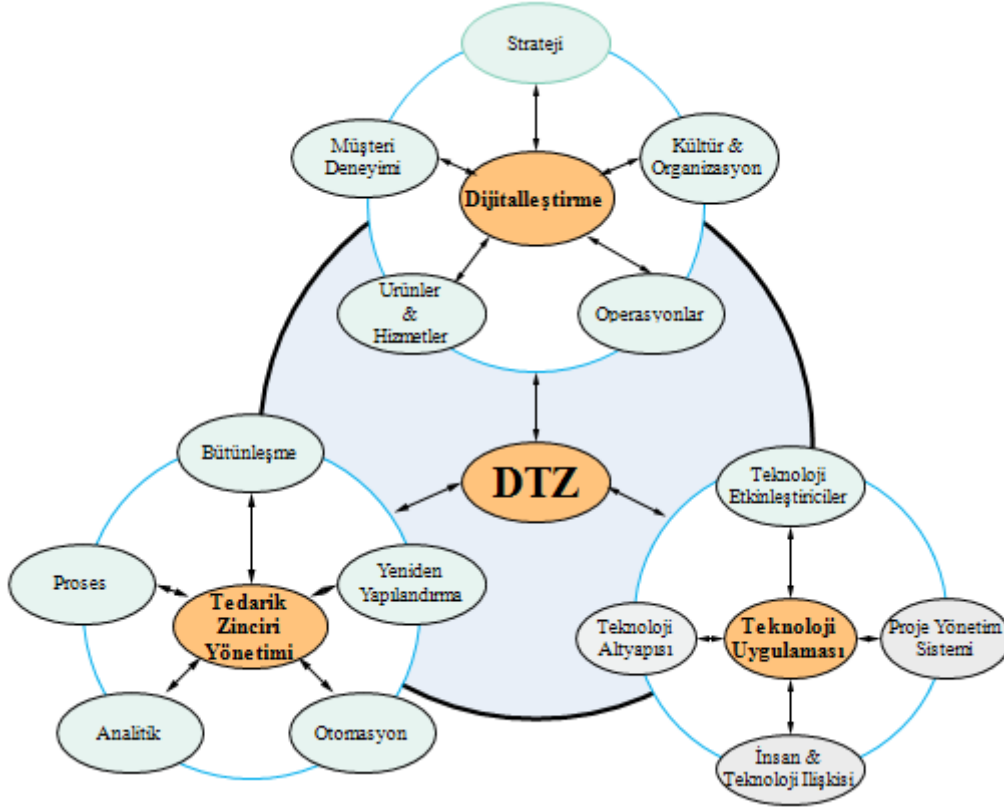
Şekil 2: Dijital Tedarik Zinciri İçin Modelin Nedenleri ve Çözümleri

DTZ'nin faydaları, şirketler ve tedarikçileri, çalışanları ve müşterileri de dahil olmak üzere, ekosistemdeki birçok aktör için avantajlı olan hizmetlerin maliyet etkinliğini ve değer oluşturan aktiviteleri içermektedir. DTZ, zincirdeki aktörler arasındaki iletişimi geliştirmek için tedarikçiler (finansal, üretim, tasarım, araştırma) arasındaki stratejik ve operatif bilgi alışverişini karakterize edilir. Genel olarak, bilgi sistemleri arasındaki elektronik bağlantılar aracılığıyla, şirketler ve tedarik zincirindeki müşterileri kapsayan kaynaktan ödeme süreçlerinin otomatik ve dijitalleştirilmiş işlemlerini mümkün kılan, şirketlerarası koordinasyon sağlanır. Bu tedarik zinciri bilgi paylaşımı ve işlenmesi, cihazlardan, sensörlerden ve sosyal medya uygulamalarından çok miktarda veri içermektedir (Korpela vd., 2017).

DTZ, işletmelerin zaman, para ve kaynakları kurtarmasına yardımcı olabilir. İşletmeler DTZ ve yüksek derecede dijitalleştirilmiş operasyonlar ile yıllık verimlilik artışlarını % 4,1, gelirlerini ise % 2,9 oranında artırabilirler (Büyüközkan ve Göçer, 2018b). Farklı sektörlerden birçok şirket, iş operasyonlarını ve tedarik zincirlerini dijital hale getirme konusunda derinlemesine yatırım yapmaktadırlar. Örneğin, DHL gibi büyük lojistik servis sağlayıcısı gelecekte lojistik endüstrisini etkileyebilecek eğilimleri izlemekte, başka bir lojistik servis sağlayıcısı olan DB Schenker, dijital bir hareketlilik laboratuvarına yatırım yapmakta, THY, Lufthansa ve Emirates gibi güçlü kargo operasyonlarına sahip havayolları, kağıtsız e-navlun tekliflerini müşteriler için veri temizliği ile genişletmekte, bir tarım şirketi olan Monsanto, tarım

operasyonlarını dijital hale getirmek için sensör teknolojisine yatırım yapmakta, küresel perakendeciler Amazon ve Alibaba, malların taşınması ve teslimatı için dronlara ve robotiğe yatırım yapmaktadırlar (Büyüközkan ve Göçer, 2018a).

Bu örneklerden yola çıkarak diğer şirketlerin tedarik zinciri yöneticilerinin de tedarik zincirlerinin mevcut dijitalizasyon durumunu değerlendirmeleri, teknoloji uygulaması için bir vizyon oluşturmaları ve DTZ ortamında tedarik zinciri yönetimi için bir dönüşüm yol haritası geliştirmeleri işletmelerin verimliliklerini ve kazançlarını artırmaları için önem taşımaktadır. Bunun için mevcut tedarik zincirinin alanlarının detaylandırılması, parçalarının ayrıştırılması ve yapılarının oluşturulması gerekmektedir. Her ne kadar tipik bir tedarik zincirindeki DTZ'nin uygulanması sadece bu aşamalara odaklanmasına rağmen daha kapsamlı bir araştırmaya ihtiyaç duymaktadır. Şekil 3'te DTZ'nin gelişimi için bir entegrasyon çerçevesi gösterilmektedir.



Kaynak: Büyüközkan, G., & Göçer, F. (2018). Digital supply chain: literature review and a proposed framework for future research. *Computers in Industry*, 97, 157-177.

Şekil 3: DTZ'nin Gelişimi İçin Entegrasyon Çerçevesi

4. DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİNDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

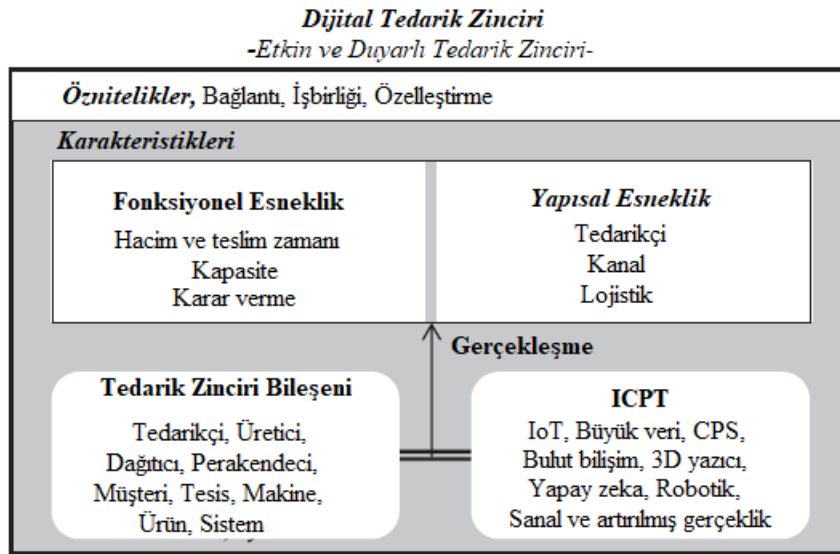
Kurumsal kaynak planlaması (ERP) sistemleri, dağıtılmış üretim ortamları, siparişler ve gönderi lojistiği, sosyal medya beslemeleri, müşteri satın alma modelleri, ürün yaşam döngüsü işlemleri ve küresel konumlandırma sistemleri (GPS), RFID takibi, mobil cihazlar, gözetim

videoları ve diğerleri gibi teknoloji odaklı veri kaynakları dahil olmak üzere muazzam miktarda veri derlenmiştir. Bu nedenle, organizasyonlar şu anda büyük hacim, hız, çeşitlilik ve doğruluk ile karakterize edilen büyük veri setlerini ele alıyorlar. Veriler ne kadar büyükse, yönetilmesi ve analiz edilmesi ve yararlı iş analizleri sunması o kadar zorlu hale gelmektedir. Büyük veri analitiği alanındaki son çalışmalar, veriye dayalı tedarik zinciri kararlarını vermede kullanılan araç ve tekniklerle ortaya çıkmıştır. Sonuçları gerçek zamanlı analiz etmek ve yorumlamak, işletmelerin müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için daha iyi ve hızlı kararlar vermelerine yardımcı olabilir. Ayrıca kuruluşların tedarik zinciri tasarım ve yönetimin maliyetlerini düşürerek ve riskleri azaltarak iyileştirmelerine yardımcı olacaktır. Operasyonel verimliliğin artırılması için farklı tedarik zinciri bileşenleri boyunca entegre üretim ve dağıtım süreçleri, büyük veri bilgi ve teknolojilerinin yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Üreticiler, lojistik, tedarikçiler ve perakendeciler, müşterilerine ve hizmetlerine değer katmak için bütünsel bir yaklaşım geliştirmelidir (Govindan vd., 2018).

Endüstri 4.0'la aynı prensiplere sahip olan DTZ; Siber Fiziksel Sistemler (CPS), Artırılmış Gerçeklik (AR), Büyük Veri (BD), Bulut Bilişim (CC), Robotik (R), Sensör Teknolojisi (ST), Nesnelerin İnterneti (IoT), İnsansız Hava Aracı (İHA), 3D Baskı (3DP), Radyo Frekanslı Tanıma Sistemi (RFID), Yapay Zeka (AI) gibi geniş teknik bileşenleri kapsamaktadır (Şekkeli ve Bakan, 2018). Bu tür teknolojilerin birleşimi, güçlü veri güdümlü tedarik zinciri hizmetlerinin oluşturulmasını sağlayan tamamen yeni bilgi teknolojisi (BT) altyapıları anlamına gelmektedir (Pflaum vd., 2018). Tedarik zincirinin etkin yönetimi için çok önemli bir rol oynayan BT; farklı süreçleri, tedarikçileri ve müşterileri, veri ve bilgi iletişiminin toplanmasını ve transferini geliştirerek ve daha sonra tedarik zinciri performansını iyileştirerek entegre etme yeteneğine sahiptir (Abdel-Basset vd., 2018).

Geçtiğimiz on yıl içinde, küresel üretim ve tedarik zinciri, piyasadaki ürünlerin hızlı bir şekilde özelleştirildiği, çok kısa bir yaşam döngüsü ile hizmet odaklı olduğu, yeni üretim teknolojilerinin ortaya çıktığı ve bilgi-iletişim ile birleştirildiği gelecekteki üretim ortamlarının zorluklarıyla karşılaşmıştır. ICPT (Bilgi, İletişim ve Üretim Teknolojisi) ile entegre edilen DTZ, tedarik zincirindeki ürünleri ve envanteri takip edebilir, operasyonların gerçek zamanlı bilgilerini toplayabilir, karar verme problemlerini optimize edebilir ve işletmelerinin rekabetçiliğini sağlamak için bir kişiselleştirme hizmeti için müşterilerle etkileşime girebilir. ICPT ile tedarik zinciri dijital ve esnek tedarik zinciri haline gelir. ICPT'nin en önemli rollerinden biri, tüm tedarik zinciri üyelerini bir bilgi ve iletişim ağına bağlamaktır. ICPT sahip olduğu; bağlantı, işbirliği ve özelleştirme öznelikleri ile DTZ'ye aşağıda belirtilen faydaları

sağlamaktadır. **Bağlantı:** Tüm üyeler ve bileşenler bilgi ve iletişim ağları aracılığıyla sanal veya kablosuz olarak bağlanır. Bu bağlantı, tedarik zincirinin gerekli tüm bilgileri gerçek zamanlı bir tabandan paylaşmasını ve iletmesini sağlar, böylece kendi başına akıllı, çok işlevli, bilgilendirici ve paylaşılabilir bir kaynak haline gelebilir. Bağlantı, tüm bileşenler bağlı olduğundan ve gerçek zamanlı olarak birbirlerine geri bildirim sağlayabildiğinden, DTZ'yi geleneksel tedarik zincirinden farklı kılar. Anahtar teknolojiler IoT, CPS, CC, BD analizi ve sensörlerdir. **İşbirliği:** Birbirleriyle iletişim kurma, işbirliği yapma ve koordinasyon yeteneğidir. İşbirliği, DTZ üyelerinin daha iyi bir işbirliğine kavuşmasını, birbirlerini anlamasını ve evrimsel bir süreçten geçmesini sağlamakta ve bu da DTZ'nin bir esnekliğini daha da arttırmaktadır. Anahtar ICPT'ler CPS, CC, AI ve R'dir. **Özelleştirme:** Temel hedef olarak rekabet gücünün itici gücüdür. 1990'lardan beri, tedarik zincirleri, müşteri talebini rekabetçi tutmak için daha düşük maliyetlerle daha yüksek kar elde etmeyi amaçlamaktadır. 3D teknolojileri ile özelleştirilmiş ürünler üretilerek müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verme olanağına sağlanabilir. Şekil 4'te bu niteliklere ve özelliklere sahip olan bir dijital tedarik zincirinin temel bir taslağı verilmiştir (Oh ve Jeong, 2019).



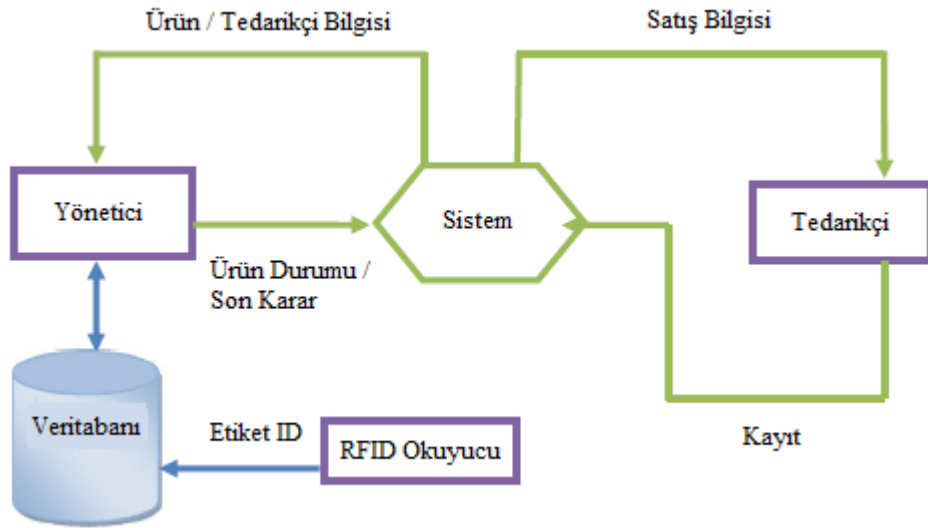
Kaynak: Oh, J., & Jeong, B. (2019). Tactical supply planning in smart manufacturing supply chain. Robotics and Computer-Integrated Manufacturing, 55, 217-233.

Şekil 4: ICPT İle Entegre Edilen Dijital Tedarik Zincirinin Ana Hatları

Aşağıda DTZ'nin önemli bileşenlerinden olan IoT ve bulut bilişimin dijital tedarik zincirindeki öneminden bahsedilmiştir.

Nesnelerin İnterneti (IoT): Küresel tedarik zinciri ağlarındaki bilgi akışını kolaylaştırmak için kullanılabilen, gelişmekte olan internet tabanlı bilgi mimarisidir. Nesnelerin dijital işlevselliğe sahip olduğu ve otomatik olarak tanımlanıp izlenebileceği

varsayımı ile IoT, tedarik zincirinin ve kalite faktörlerinin nasıl yönetileceğini çarpıcı bir biçimde kolaylaştırabilir (Xu, 2011). IoT teknolojileri veri oluştururken ve veri ayrıntılarının ve veri kalitesinin geliştirilmesine yardımcı olurken, hizmetlerin interneti, blok zincirleme, bellek hesaplama, veri gölleri kullanım noktasında daha yüksek veri kullanılabilirliğine katkıda bulunarak şirketler arasındaki bilgi sistemlerinin yatay entegrasyonu açısından önem kazanmaktadır (Pflaum vd., 2018). IoT yazılım, donanım, veri tabanları, sanal ve fiziksel nesnelere ve insanlığa hizmet etmek için birbirine bağlanan ve birlikte çalışan sensörler olarak tanımlanmıştır. IoT her zaman, her yerde, herhangi bir şey ve herhangi bir medya iletişimi sağlar. IoT'un akıllı cihazları, tedarik zinciri şirketlerinin bilgi edinme sürecinden kaynaklanan maliyetleri azaltmalarını sağlar ve tedarik zinciri yönetiminde zincirini daha akıllı hale getirir. IoT tedarik zincirinde envanterin gerçek zamanlı görünebilirliğini oluşturarak envanter yönetimini geliştirir. Geleneksel tedarik zinciri yönetiminde talep üzerine bilgi, paylaşılacak yerine yalnızca bir iş ortağına iletilmektedir. Ancak, RFID etiketlerinin yeni teknolojileri, üretim ve son kullanma tarihi, garanti süresi gibi her türlü bilginin kaydedilmesini ve tüm iş ortaklarıyla paylaşılmasını sağlayarak tedarik zincirinin yönetiminin etkin bir şekilde yönetilmesine olanak verir. Tüm taşıma bilgileri (taşıma koşulu, varış yeri vb.) akıllı nesnelere kullanılarak sağlanır ve böylece ürünlerin izlenip kaydedilme şansı artar. Aynı zamanda iade maliyeti en aza indirilerek müşteri memnuniyeti artırılır. Şekil 5'te RFID sistemi ile bütünleştirilmiş bir tedarik zinciri yönetim sisteminin genel şekli gösterilmektedir.



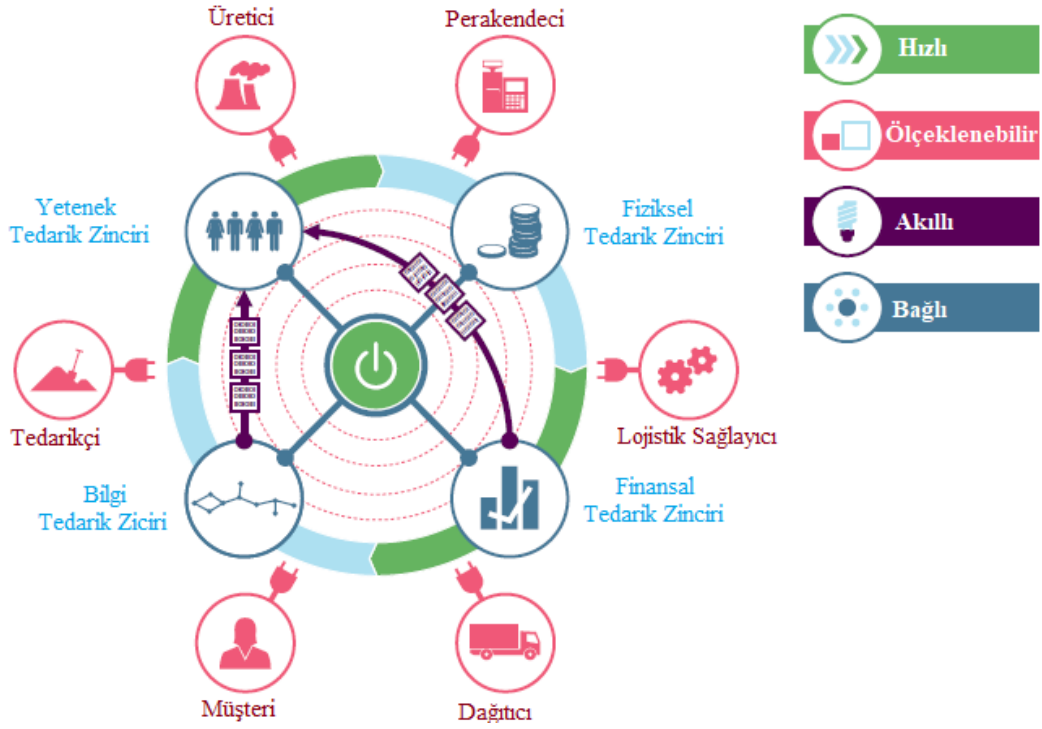
Kaynak: Abdel-Basset, M., Manogaran, G., & Mohamed, M. (2018). Internet of Things (IoT) and its impact on supply chain: a framework for building smart, secure and efficient systems. Future Generation Computer Systems.

Şekil 5: RFID Sistemli Tedarik Zinciri Yönetim Sistemi

Şekil 5'te, her tedarikçi sisteme giriş yapar ve ürün ya da hizmet ile ilgili tüm bilgileri girer ve bu bilgiler sisteme kaydedilir. Sisteme giriş yapan yönetici, tedarikçi ve ürünü hakkında

gerekli tüm bilgileri alabilir. Etiket ID ile eklenmiş her ürün, RFID okuyucu tarafından taranır ve etiket ID'yi veri tabanına gönderir. Böylelikle RFID teknolojisi kullanılarak ürünlerle ilgili üretim, son kullanma tarihi ve garanti süresi gibi tüm bilgiler mevcut hale gelir (Abdel-Basset vd., 2018).

Bulut Bilişim: Üretilen ürünlerin veya hizmetlerin, kaynağından nihai kullanıcıya ulaşmasına kadar olan süreç olarak bilinen tedarik zinciri, teknolojik gelişmelerin doğal bir sonucu olarak dijitalleşerek farklı bir boyut kazanmıştır. Bunlardan en önemlileri dijital medyanın orijinal noktadan hedefe elektronik ortamda iletilmesi sürecini kapsayan dijital tedarik zinciri ve bilgisayar ağı, sunucu, depolama uygulamaları ve hizmetleri gibi yapılandırılabilir bilgi işlem kaynaklarının paylaşıldığı bir havuz olan bulut bilişimdir. DTZ ve bulut bilişim ikilisi son zamanlarda iş dünyasında önemi fark edilen alanlardır. İşletmeler hem rekabet avantajı elde etmek hem de çeşitli alanlarda avantaj kazanmak için süreçlerini sürekli yenilemek zorunda olduklarından dijital tedarik zinciri yönetimi ve bulut bilişimi sistemlerine adapte ederek hem operasyonel maliyetlerini azaltabilir hem de performanslarını artırabilirler (Akben ve Avşar, 2017). Bulut bilişim, dijital bilgi ürünlerinin yaşam döngüsü boyunca bilgi yönetimini destekleyen kuruluşlar için popüler bir dış kaynak kullanım çözümüdür. Niteliksel bir bakış açısıyla, bir prototipte bulut bilişimin **esneklik** (çok sayıda dijital ürün kataloğunu, işletmeler ve ortakları tarafından değer ve tedarik zincirleri oluşturarak yönetebilme, işletmeler ve iş ortaklarının, kataloglarını oluşturarak/silerek değişikliklere hızla tepki verebilme), **bağımsızlık** (dijital ürünleri bir zincirdeki diğer ortaklarla değiştirmek için bir değer veya tüm tedarik zincirinin dağıtım ayrıntılarını bilmeme özgürlüğü), **kontrol ve planlama** (yönetimin tedarik zinciri mimarisi ve paketleme/lojistik hizmetlerini, kesintisiz dijital ürün ve meta veri akışını kontrollü bir şekilde oluşturma), **güvenlik** (paketleme hizmetinin kriptografik bir şema kullanarak dijital ürünlere gizlilik ve bütünlük sağlama) gibi avantajları bulunmaktadır (Vazquez-Martinez vd., 2018). Bulut bilişim tarafından etkinleştirilen dijital tedarik zincirleri, birlikte ve hızlı bir şekilde çalışırken, Şekil 6'da gösterildiği gibi benzeri görülmemiş bir görünürlük ve esneklik sağlayan dört farklı özelliğe sahiptir Bu özellikler aşağıda özetlenmiştir.



Kaynak: Raj, S., & Sharma, A. (2014). Supply chain management in the cloud. Accenture Global Management Consulting, 1-12.

Şekil 6: Bulut Bilişim Etkileşimli Dijital Tedarik Zincirlerinin Dört Belirgin Özelliği

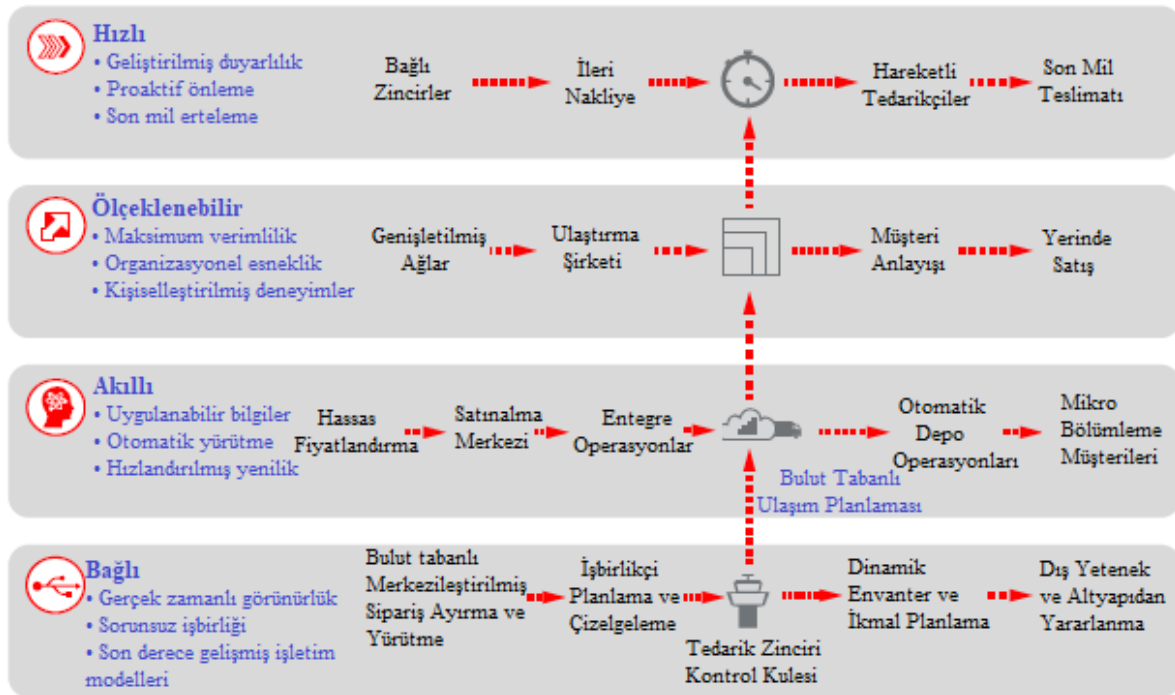
Bağlı: Daha önce görülmemiş gerçek zamanlı bir görünürlük ve dokunma/etkileme kabiliyeti sağlayarak, akıllı bir tedarik ağına ve gelişen işletim modellerine yol açar. Şirketler bu avantajdan yararlanarak tedarikçileri, satıcıları ve müşterileri ile kolayca bağlantı kurabilir. Ayrıca dinamik hazırlık, gelişmiş sunucu kullanımı ve veri merkezi verimliliği gibi altyapı avantajları da sağlar. Geçmişte yapılan çalışmalar, bulut çözümlerinin, enerji kullanımı ve karbon emisyonlarını, şirket içinde kurulu olan ilgili uygulamalarla karşılaştırıldığında % 30'dan fazla azaltabileceğini göstermiştir.

Akıllı: Tedarik ağı bağlandıktan sonra, doğru zamanda doğru karar verebilmek için bilişsel ekipman ve akıllı uygulamalardan yararlanır. Bu "akıllı" teknolojiler, tedarik zinciri yöneticilerinin "hareket halindeyken" proaktif kararlar alabilmelerini sağlarken, temel görevler için kararların alınmasını sağlar. Tahmine dayalı, potansiyel riskleri tespit edebilir ve proaktif eylemler ve hasar sınırlaması ile ilgili kararlar için alternatif seçenekler sunabilir. Bulut bilişim özellikli istihbaratın bir örneği olan Taleris (GE Havacılık ve Accenture arasındaki ortak girişim), çoklu uçak parçaları, bileşenleri ve sistemleri üzerine kurulu çeşitli sensörlerden gelen verileri analiz etmek ve uçak bakımı ve operasyonları hakkında önleyici önerilerde bulunmak için tahmine dayalı analitik teknolojisini kullanmaktadır.

Ölçeklenebilir: Artık bağlı ve akıllı olan tedarik zinciri, farklı iş ortaklarına ve tedarikçilere ihtiyaç duyulduğunda ölçeklendirme yapabildiği gibi, şirketler müşterileri veya daha yeni pazarları hedeflemek için faaliyetlerini ölçeklendirebilir. Bulut tabanlı bilgi işlem tedarik zinciri çözümleri, esnek kullanıma dayalı bir model üzerinde çalıştığı için, müşteri talepleri ve piyasa koşullarının değişkenliğini dikkate almak için ağ, depolama ve kapasiteyi hızla değiştirilebilir.

Hızlı: İlk üç avantajdan yararlanan şirketler, tedarik zinciri ağlarını, başarıyla hızlandırabilirler. Daha hızlı planlama ve yürütme kabiliyetleri pazarda zamanın azalmasını sağlarken, pazar koşullarına daha fazla esneklik ve yanıt verme yeteneği, kaynaklara daha iyi erişim sağlamaktadır (Raj ve Sharma, 2014).

Bu dört belirgin özelliğin perakende sektöründeki tedarik zincirini etkinleştirdiği bir uygulama Şekil 7’de verilmiştir (Hanifan vd., 2014).



Kaynak: Hanifan, G., Sharma, A., & Newberry, C. (2014). The digital supply network: a new paradigm for supply chain management. Accenture Global Management Consulting, 1-8.

Şekil 7: Perakende Sektöründeki Bir Dijital Tedarik Zinciri

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Endüstri 4.0 devrimine geçilmesiyle 3D yazıcı, artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, siber fiziksel sistemler, yapay zekâ, büyük veri, simülasyon vs. yöntemler yoluyla kendi kendine düşünebilen ve karar verebilen akıllı fabrikalar kurulması, akıllı tedarik zincirleri oluşturulması ve bu yolla akıllı ürünlerin üretilmesi ve dağıtılması hedeflenmektedir. Bu

endüstriyel devrim işletmelere istihdam, ekonomik büyüme, istikrar, etkinlik, iş güvenliği, verimlilik, sürdürülebilir rekabet avantajı vs. büyük vaatler sunmaktadır. Yaşanan bu devrim, gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan Türkiye açısından da oldukça kritik bir öneme sahiptir. Eğer Endüstri 4.0 doğru uygulanır ve doğru yönetilirse ülke açısından önemli fırsatlar yakalanacaktır. Endüstri 4.0 başta rekabet avantajı olmak üzere verimlilik artışı, yüksek performans, stratejik üstünlük elde etmek gibi birçok konuda ülkeye büyük kazanımlar sağlayacaktır. Endüstri 4.0'ın etkisi altında olan ve işletmelerin tedarik zinciri faaliyetlerini verimli hale getiren dijital tedarik zincirinin de yenilikçi bilişim teknolojilerinin endüstriyel süreçlerle bütünleşmesini öngören çözümler sunacağı düşünülmektedir. Genel olarak dijitalleşmenin küresel tedarik zincirleri için giderek daha önemli bir rol oynaması beklenmektedir. Böylelikle, yeni bilgi ve iletişim teknolojileri tedarik zincirlerinin artan kırılganlık ve hızla değişen ekonomik ortamlarla başa çıkmasını sağlayacaktır. Tedarik zincirinin dijitalleşmesi sürecinde, tedarik zinciri süreçlerinin yeniden yapılandırılması, gereksiz aşamaların ortadan kaldırılması ve karar verme süreçlerinin hızının artırılması daha iyi kararların verilmesine yardımcı olacaktır.

Bu yüzden bu çalışmada da bir farkındalık oluşturmak için; DTZ ile ilgili genel bir literatür araştırması yapılmış ve DTZ'nin önemi, özellikleri, faydaları, bilgi teknolojilerinin DTZ'deki önemi ve yeri açıklanmıştır. Çalışmada yapılan literatür araştırmasından çıkarılan sonuca göre; DTZ rekabette olan artan şeffaflığın artırılması, uygulamadaki çabukluktan dolayı ilgili maliyetlerin azaltılması, pazarda oluşan şeffaflık ve sağlıklı veri bankası, ilgili dökümanların tüm katılımcı şirketlerle paylaşılması, tüm katılımcı şirketlere eşit yaklaşım, denetim kolaylığı tedarikçilerin yeni pazarlara açılımının kolaylaşması, satış maliyetlerinin azaltılması ve şeffaf rekabet gibi avantajlar sunarak hem şirketlerin hem de tedarikçilerinin küresel rekabet ortamında ayakta kalmasını sağlayacaktır. Bu yüzden, tedarik zinciri yönetimi bölümlerinin kendi içlerindeki proseslerinden, iç müşterilerinin talep yönetimine, tedarikçilere iletilen sipariş mektubuna kadar olan proseslerin dijital ortama alınmasından, tedarikçilerle olan işbirliğinin dijital ortamda yürütülmesine kadar, mümkün olan süreçlerin tümünün dijital ortamlara taşınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdel-Basset, M., Manogaran, G., & Mohamed, M. (2018). Internet of Things (IoT) and its impact on supply chain: a framework for building smart, secure and efficient systems. *Future Generation Computer Systems*, in prees.
- Akben, İ., & Avşar, İ. İ. (2017). Dijital tedarik zinciri ve bulut bilişim. *1. Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi- El-Ruha*, 8-12 Kasım 2017, Şanlıurfa, 104-113.
- Bhargava, B., Ranchal, R., & Othmane, L. B. (2013, February). Secure information sharing in digital supply chains. In *Advance Computing Conference (IACC)* (pp. 1636-1640).
- Büyüközkan, G., & Göçer, F. (2018). An extension of ARAS methodology under interval valued intuitionistic fuzzy environment for digital supply chain. *Applied Soft Computing*, 69, 634-654.
- Büyüközkan, G., & Göçer, F. (2018). Digital supply chain: literature review and a proposed framework for future research. *Computers in Industry*, 97, 157-177.
- Govindan, K., Cheng, T. C. E., Mishra, N., & Shukla, N. (2018). Big data analytics and application for logistics and supply chain management. *Transportation Research Part E*, 114, 343-349.
- Guarraia, P., Gerstenhaber, G., Athanassiou, M., & Boutot, P. H. (2015). The intangible benefits of a digital supply chain. *Bain & Company* 1-2.
- Günel, T. (2015). Dijital tedarik zinciri ve elektronik ihaleler. *Satınalma Dergisi*, 3(28).
- Hanifan, G., Sharma, A., & Newberry, C. (2014). The digital supply network: a new paradigm for supply chain management. *Accenture Global Management Consulting*, 1-8.
- Korpela, K., Hallikas, J., & Dahlberg, T. (2017, January). Digital supply chain transformation toward blockchain integration. In *proceedings of the 50th Hawaii international conference on system sciences*.
- Luthra, S., & Mangla, S. K. (2018). Evaluating challenges to Industry 4.0 initiatives for supply chain sustainability in emerging economies. *Process Safety and Environmental Protection*, 117, 168-179.
- Obal, M., & Lancioni, R. A. (2013). Maximizing buyer-supplier relationships in the digital era: concept and research agenda. *Industrial Marketing Management*, 42(6), 851-854.
- Oh, J., & Jeong, B. (2019). Tactical supply planning in smart manufacturing supply chain. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 55, 217-233.
- Pflaum, A., Prockl, G., Bodendorf, F., & Chen, H. (2018). The digital supply chain of the future: from drivers to technologies and applications. minitrack introduction. In *The 51st Hawaii International Conference on System Sciences. HICSS 2018 Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3924-3925).
- Raab, M., & Griffin-Cryan, B. (2011). Digital transformation of supply chains. *Creating Value-When Digital Meets Physical, Capgemini Consulting*.
- Raj, S., & Sharma, A. (2014). Supply chain management in the cloud. *Accenture Global Management Consulting*, 1-12.
- Roßmann, B., Canzaniello, A., von der Gracht, H., & Hartmann, E. (2018). The future and social impact of big data analytics in supply chain management: results from a delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 130, 135-149.
- Schmidt, B., Rutkowsky, S., Petersen, I., Klötze, F., Wallenburg, C. M., & Einmahl, L. (2015). Digital supply chains: increasingly critical for competitive edge. *European AT Kearney, WHU Logistics Study*.
- Şekkeli, Z. H., & Bakan, İ. (2018). Endüstri 4.0'ın etkisiyle lojistik 4.0. *Journal of Life Economics*, 5(2), 17-36.
- Vazquez-Martinez, G. A., Gonzalez-Compean, J. L., Sosa-Sosa, V. J., Morales-Sandoval, M., & Perez, J. C. (2018). CloudChain: A novel distribution model for digital products based on supply chain principles. *International Journal of Information Management*, 39, 90-103.
- Xu, L. D. (2011). Information architecture for supply chain quality management. *International Journal of Production Research*, 49(1), 183-198.
- Yıldız, A. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar. *Sakarya University Journal of Science*, 22(2), 546-556.
- Yıldız, A., Karakoyun, F., & Parlak, İ. E. (2018). *Mühendislik Alanında Akademik Araştırmalar*. Endüstri 4.0 temelli dijital tedarik zinciri, 1, 416-426, Gece Kitaplığı, Ankara.

Citation: Doğan S & Tuncer M. (2018), Otel Personeli İş İlanlarında Aranılan Nitelik Ve Becerilere Yönelik Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1231-1251 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.310>

OTEL PERSONELİ İŞ İLANLARINDA ARANAN NİTELİK VE BECERİLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA¹

Sait DOĞAN²

Mehmet TUNCER³

Received Date (Başvuru Tarihi): 23/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 04/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışmanın amacı turizm sektöründe çalışmak isteyen personel adaylarının iş başvurularında ve işe yerleştirilmelerinde kendilerinden istenen demografik nitelikler ile mesleki-teknik becerilerin (iş gerekleri) neler olduğunu belirlemek ve bu nitelikler hakkında personel adaylarının fikir sahibi olmalarını sağlamaktır. Bu araştırma kariyer.net internet adresinde, Türkiye'deki otel işletmelerine yönelik iş ilanlarını içermekte olup, ilgili iş ilanları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında 7 iş pozisyonuna yönelik olarak toplam 160 iş ilanı değerlendirmeye alınarak analiz edilmiştir. Bu çalışma güncel olarak turizm işletmelerinin personel adaylarında aradıkları nitelikleri departman ve pozisyon bazında ortaya koyması ve bu alanlarda çalışmak isteyen personel adaylarına yol gösterici olması açısından önemli görülmüştür. Araştırma sonucunda incelenen mevcut iş ilanlarının %53'ünün İstanbul, %24'ünün Antalya bölgesindeki otellere ait olduğu, iş ilanlarının %90'unun hem erkek hem de kadınlara yönelik işlerden oluştuğu, %46'sında ise üniversite (lisans veya ön lisans) ya da meslek liselerinin turizm ve otelcilik bölümlerinden mezun olma şartının tercih sebebi olacağı ortaya çıkmıştır. İş ilanlarına göre, eğitim seviyesi yüksek (lise ve üzeri) ve yabancı dil şartı olan meslek ve iş pozisyonları: Resepsiyon görevlisi, rezervasyon görevlisi, garson ve bellboy olarak belirlenmiştir. Diğer yandan her bir iş pozisyonu için iş ilanlarında aranılan mesleki-teknik beceriler ilgili pozisyonlara göre ayrı ayrı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel Personeli, İş İlanları, İş Gerekleri, İçerik Analizi

JEL Kodları: J64, L83, M12, O15

A RESEARCH ON THE REQUIRED QUALIFICATIONS AND SKILLS IN THE HOTEL EMPLOYEE JOB ADVERTISEMENTS

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the demographic qualifications and occupational-technical skills (job requirements) demanded from employee candidates in their job applications who want to work in the tourism sector and job placements, and provide an insight to employee candidates concerning these qualifications. The study includes the job advertisements of hotel enterprises in Turkey placed on the kariyer.net internet site and relevant job advertisements were examined with content analysis method. A total of 160 job advertisements were evaluated and analyzed regarding 7 job positions within the scope of the study. This study has been considered important as it reveals the qualifications currently demanded by tourism establishments from worker candidates on the basis of department and position and guides employee candidates who want to work in these areas. As a result of the study, it was determined that 53% of present advertisements were placed by hotel enterprises in İstanbul, 24% by hotel enterprises in Antalya and considering in general terms, 90% of occupations being examined within the frame of hotel enterprises were both for women and men and 46% of job advertisements prefer to graduate from tourism and hotel management departments of university (undergraduate or associate degree) or vocational high schools. According to job advertisements, occupations that require a higher educational level (high school and above) and foreign language are as follows: Receptionist, reservation attendant, waiter and bellboy. On the other hand, occupational-technical skills demanded for every profession in job advertisements were determined separately according to relevant positions.

Keywords: Hotel Employees, Job Advertisements, Job Requirements, Content Analysis

JEL Codes: J64, L83, M12, O15

¹ Bu araştırmanın bir kısmı "VII. ULUSAL III. ULUSLARARASI DOĞU AKDENİZ TURİZM SEMPOZYUMU'nda" bildiri olarak sunulmuştur.

² Asst. Prof., Aksaray University, Faculty of Tourism, dogansait@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-4486-8699>

³ Asst. Prof., Aksaray University, Faculty of Tourism, metuncer2002@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0001-5929-4902>

1. GİRİŞ

İşletmelerin en önemli kaynak olarak insanı görmeye başladığı günümüzde, insan kaynakları yönetiminin (İKY) önemi de ciddi derecede artmıştır. İnsan kaynakları yönetim anlayışı, insanı yatırım yapılacak en önemli kaynak olarak değerlendirirken, bilgi ve teknolojiyi etkin olarak kullanabilen ve yaratıcılığını sürekli geliştiren nitelikli işgücünün yaygınlaşmasını amaçlamaktadır (Güler, 2006). İşgörenin işe alınmasından, işten ayrılmasına kadar geçen tüm süreçler İKY uygulamaları çerçevesinde, personelin gereksinimlerini karşılama ve motivasyonunu sağlama amacına yönelik gerçekleştirilmektedir (Fındıkçı, 1999: 5). Turizm endüstrisinin emek yoğun özelliği, turizm işletmelerinde insan kaynakları faaliyetlerini daha da önemli kılmaktadır. Dünya genelinde 5 yıldızlı oteller için oda başına düşen personel sayısına bakıldığında; Uzak Doğu (1,93), Afrika (1,91), Asya (1,50), Avrupa (0,85), Amerika (0,48) personel ortalamasına sahip iken; Türkiye’de ise 5 yıldızlı otellerdeki ortalama personel sayısı oda başına 1,18’dir (Turizm Bakanlığı, 1989: 61; Oral ve Kurgun 1997: 185; Yeşiltaş, Arslan ve Temizkan, 2012: 101). Bu verilere göre otel işletmelerinde oda başına ortalama 1 personel düşmekte olup, bu durum insan faktörünün otelcilik sektörü için ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer yandan otel işletmelerinde üretilen hizmet ve ürünün stoklanamaması, işletmeciliğin sürekli değişiklik gösteren bir yapıya sahip olması, sektörün emek-yoğun özellik göstermesi, dinamik bir karaktere sahip olması, verilen hizmetin zevk ve moda göre değişkenlik göstermesi, talebin önceden kesin olarak bilinmesinin güçlüğü ve tahminde bulunmanın zor olması gibi birtakım özellikler mevcuttur (Aras, 1993: 5). Emek-yoğun özellikte olmasının yanı sıra yukarıda bahsedilen özelliklerinden dolayı otel işletmelerinin hem yönetim hem de işgücü faaliyetlerinde yer alacak olan insan kaynağı bu işletmeler açısından önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Bu kapsam da otel işletmelerinde doğru insan kaynağını temin edecek, işe alım sürecini yürütecek ve insan kaynağı ile ilgili gerekli çalışmaları zamanında ve etkin bir şekilde yerine getirecek olan birim de, “insan kaynakları yönetimi” birimidir (Doğan, 2017: 2). Bu birim bir işletmede, işgücü planlaması, iş analizi, insan kaynağını bulma, seçme ve işe yerleştirme, işe alıştırma ve eğitim, performans değerlendirme, motivasyon, ücretleme, disiplin ve endüstriyel ilişkilerle ilgili süreçleri yerine getirmektedir (Kozak, 1999: 18).

İKY’nin doğru personeli seçmesi ve işe yerleştirme yapabilmesi öncesinde birtakım ön hazırlık çalışmalarını yerine getirmesi gerekmektedir. İşgören seçim çalışmasının daha etkili

olabilmesi için aday personel havuzu oluşturma çalışmalarından önce bir personelde aranacak olan özelliklerin işletmenin temel politikasına göre saptanması gerekmektedir. Bu amaçla işletmelerde öncelikle iş analizleri ve iş tanımlarının yapılması gerekmektedir. İşgören seçiminin hazırlık safhasını oluşturan bir diğer aşama da işgücü planlaması olup, bu plan doğrultusunda tedarik çalışmaları yapılacaktır (Erdoğan, 1991: 13). İşletmeler personel teminini birçok kaynaktan tedarik edebilmektedir. Bu çalışmada otel işletmeleri tarafından dış kaynaktan personel bulma yöntemlerinden birisi olan “internet” üzerinden verilen iş ilanları ele alınarak incelenmiştir. Veriler, kariyer.net internet sitesinde yer alan iş ilanlarından derlenmiş olup, otel işletmelerinin iş ilanlarına göre aday personellerden hangi demografik nitelikleri ve iş gereklerini (mesleki-teknik bilgi-becerileri) arıyor oldukları, bu çalışmanın araştırma sorusunu oluşturmaktadır. İş gerekleri, belirli bir işin başarılı bir şekilde yapılması için bir çalışanın sahip olması gereken bilgi, beceri, eğitim, deneyim, sertifikalar ve yetenekleri tanımlamaktadır (Çetin, 2017: 42). Bu çalışma turizm alanında yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak, verilen iş ilanları kapsamında otel işletmelerinin personel adaylarında aradıkları nitelikler ile iş gereklerini departman ve pozisyon bazında ortaya koymaktadır.

2. İŞE ALIM SÜREÇLERİ

İnsan kaynakları tedarik süreci, yeni açılan veya boşalan pozisyonlara uygun adayları bulmak için gerçekleştirilen faaliyetleri içermektedir. İşgören seçme sürecinin amacı işin nitelik ve gereklerine uygun bilgi, beceri, tutum ve davranıştaki personelin belirlenmesidir. İşletmeler ihtiyaç duyduğu personelin tedarikinde çeşitli kaynaklara başvurulabilmektedir. Bunlar: iç kaynaklar ve dış kaynaklar olmak üzere iki grup altında toplanmaktadır. Bu kaynakların kullanımı işletmenin insan kaynakları politikasına, yönetim tarzına, yöneticinin özelliklerine ve yönetimin kurduğu ilişki sistemine göre değişiklik gösterebilmektedir. Bazı işletmeler bu iki kaynaktan da yararlanma yoluna gidebilmektedirler. Her iki yöntemin de kendi içerisinde avantaj ve dezavantajları söz konusudur (Çetin, Elmalı ve Arslan, 2017: 71). İç kaynaklardan başvuru toplamada kullanılan başlıca yöntemler; *yükseltme (terfi)*, *iç transferler*, *iş zenginleştirme*, *iş genişletme* ve *rotasyondur*. Dış kaynaklardan başvuru toplamada kullanılan başlıca yöntemler ise; *iş ilanları*, *işletmeye doğrudan yapılan başvurular*, *personel tavsiyeleri*, *eğitim kurumlarına yapılan ziyaretler*, *iş ve işçi bulma kurumları*, *özel bürolar* ve *internet* üzerinden başvurudur (Erdem, 2016: 172-177).

İş ilanı ve başvuru yöntemlerinden birisi olan “internet” günümüzde boş olan iş pozisyonlarına uygun adayların bulunmasında yararlanan yaygın ve önemli araçlardan bir tanesidir. İKY süreçlerinde internet tabanlı uygulamalar “personel seçim sürecinde” kendini

daha fazla göstermektedir. Günümüzde internet sitesi bulunan pek çok işletme, personel aday havuzunun oluşturulması, ön eleme gerçekleştirilmesi işlemi ve personel adaylarına seçim sonuçlarının gönderilmesi gibi işlemleri internet üzerinden yapmaktadır. İnsan kaynakları alanında internet sitelerinin işletmelerce tercih edilme sebeplerinin başında, internet sayesinde işe alım süreçlerinin daha hızlı ve daha ucuz olarak gerçekleşmesi gelmektedir. (Erdem ve Kabakçı, 2004). Diğer yandan internet üzerinden işe alma; işletmelere maliyet avantajı sunmasının yanı sıra, verimliliği artırması ve iş arayanlar ile iş imkânı sunanlara kolaylık sağlaması açısından da büyük avantajlar sağlamaktadır (Lee, 2005a: 175). Forrester araştırma şirketi araştırma sonuçlarına göre internet üzerinden bir çalışanın işe alınmasının maliyeti ortalama 183 dolar olurken, gazete ve dergi gibi geleneksel araçlarla işe alınmasının ortalama maliyeti ise 1383 dolar olarak belirlenmiştir (Lee, 2005b: 87). Diğer yandan işletmeler, üye oldukları internet sitelerinde istedikleri zaman ilan yayımlayabilme şansına sahip olup, ilanlarına gelen yanıtları belirli kriterlere göre kısa bir sürede de değerlendirebilmektedir. İnternet üzerinden verilen iş ilanlarının dezavantajları ise; verilen iş ilanı ile ilgisi olmayan başvuru sayısının fazla olabilmesi, internet erişimi olmayan kişilere ulaşamaması ve iş arayanların ilk tercihi olmamasıdır. (Erdem ve Kabakçı, 2004; Çetin, Elmalı ve Arslan, 2018: 77). Fakat günümüzde gelişen teknoloji ve internet altyapısının yaygınlaşması sonucunda artan internet kullanımına paralel olarak gerek iş arayan adaylar gerekse personel arayan örgütler için “internet” sıkça başvurulan kaynaklardan birisi haline gelmiştir (Jansen, Jansen ve Spink'den (2005) aktaran: Erdem, 2016:191; Rozelle ve Landis, 2002; Akova, Sarıışık ve Akbaba 2007). İnternet üzerinden işe alım sürecinin daha hızlı ve daha az maliyetle gerçekleşmesi bu yöndeki işe alım süreçlerini yaygınlaştıracaktır.

3. LİTERATÜR TARAMASI

İnternet veya farklı mecralar üzerinden iş ilanlarına yönelik turizm ve diğer sektörlerde yapılan araştırmaların genelde içerik analizi yöntemi ile incelendiği söylenebilir (Bacaksız ve Sönmez, 2015; Basım, Şeşen ve Şeşen, 2008; Bayraktar, 2015; Bennett, 2002; Cevher, 2013; Demir, 2011; Erdem ve Gezen, 2014; Özdemir, Polat ve Met, 2015). Bu bağlamda ilgili araştırmalar aşağıda özetlenmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında yayımlanan personel ilanlarını içerik analizi yöntemi ile araştıran Bayraktar (2015) 1909-1924 yılları arasında Osmanlıca yayımlanan 125 personel iş ilanı ve bu ilanlarda yer alan 173 farklı personel talebini incelemiştir. Yaptığı araştırma sonucuna göre personel ilanlarında 15 yıl boyunca

aranan personellerin niteliklerinde önemli değişmeler olmamıştır. En çok personel talebinde bulunan kurumlar Maarif Nezareti ve Düyün-u Umumiye İdaresi'dir. Kamu kurumlarının personel seçiminde eğitim durumu ve sınavda başarılı olma şartı ön planda iken, özel sektörün personel seçiminde ise yetkinlik ve beceri gerekleri ön plana çıkmıştır.

Basım vd. (2008) tarafından yapılan araştırma sonucunda, Türkiye'deki iş ilanlarında "işverenin adı" gibi en temel bilgilere bile yer verilmediği, nitelikli işgücünün işletmeye çekilmesi için gazete ilanlarının kullanımının da sınırlı kaldığı; İngiltere'deki gazetelerde verilen iş ilanlarında ise işletmelerin adayları cezbetmeye daha fazla odaklandığı ve işletmelerin haklarında olumlu bir izlenim oluşturmak için özel çaba sarf ettikleri tespit edilmiştir.

Bennett, 2002 yılında yeni mezunlara yönelik yaptığı çalışmada 1000 iş ilanını içerik analizi yöntemi ile incelemiştir. Bennett, çalışma kapsamında pazarlama, genel yönetim, finans ve insan kaynakları yönetimi birimlerine yönelik iş ilanlarını incelenmiştir. Araştırma sonucunda pazarlama ve genel yönetim işlerine yönelik iş ilanlarında adaylardan, "girişim, motivasyon ve iletişim" becerilerine yönelik taleplerin, finans pozisyonları için yapılan iş ilanlarında "sayısal ve bilgi teknolojileri" konusunda becerilerin daha fazla öne çıktığını tespit etmiştir. İnsan kaynakları yönetimi alanındaki iş ilanlarında ise "iletişim" becerisi rutin olarak aranan tek beceri olarak belirlenmiştir.

Cevher tarafından 2012 yılında kariyer.net'te yer alan sekreterlere yönelik iş ilanları, belirli nitelikler dikkate alınarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sekreterlere yönelik iş ilanlarının daha çok İstanbul ve Kocaeli illeri için çıktığı, yüzde 90'ında kadın adaylara yer verildiği, en az 1 yıllık iş deneyimi arandığı, bazı ilanlarda ise bekâr olma durumunun belirtildiği tespit edilmiştir. İş ilanlarında en az lise veya meslek yüksekokulu mezunu olunması gerektiği, bu alanda ise daha çok "Büro Yönetimi ve Sekreterlik" mezunlarının arandığı ve en az bir yabancı dil olarak "İngilizce" bilinmesi ilgili ilanlarda aranan şartlar olarak tespit edilmiştir.

Turizm alanında yapılan çalışmalara bakıldığında, Erdem ve Gezen (2014) sonbahar döneminde iki Türkçe gazetenin Pazar günleri yayınlanan ekinde ve dört Türkçe internet sitesinde yer alan turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Yaptıkları araştırma sonucunda: iş ilanlarının illere göre dağılımında İstanbul, Antalya ve Muğla kentlerinin öne çıktığı, otel departmanlarına göre dağılımında ön büro, yiyecek-içecek ve kat hizmetleri bölümlerinin baskın olduğu, incelenen iş ilanlarının büyük çoğunluğunun iş tanımı bilgisini içermedikleri, iş ilanlarının %68,9'unda bir cinsiyet ayrımına

gidilmediği, iş ilanlarında lisans ve lise mezunlarına öncelik verildiği, yabancı dilin arandığı ilanlarda İngilizce dilinin baskın durumda olduğu, bilgisayar bilgisi açısından incelendiğinde ilanların birçoğunun böyle bir bilgiyi içermediği, paket programlara yer veren işletmelerin oranının % 17,3 olduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Demir (2011) tarafından, turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarının ayrımcı bir tutum sergileyip sergilemediğini incelediği araştırma sonucunda iş ilanlarında “cinsiyet ve medeni durum” en önemli ayrımcılık unsurları olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda komi, garson ve barmen gibi pozisyonlara daha çok erkek adayların arandığı; kasiyer, havalimanı yer hizmetleri, kat hizmetleri ve misafir ilişkileri gibi iş pozisyonları için ise kadın adayların daha fazla tercih edildiği belirlenmiştir.

Akoğlan Kozak ve Güçlü (2008), turizm işletmelerinde duygusal çaba faktörlerinin işe alma sürecinde kullanılması üzerine kurguladıkları araştırma kapsamında insan kaynakları gazetesinde yer alan turizm işletmeleriyle ilgili 192 iş ilanını incelemiştir. Araştırma sonucunda, “samimi davranış” faktörünün en fazla önem verilen duygusal çaba faktörü olduğunu “iyi konuşma, iyimserlik, empatik, uyumlu ve prezantabl (bakımlı, düzenli, özenli) olma” gibi kişisel özelliklerin, incelenen iş ilanlarında sıklıkla tercih edildiğini tespit etmişlerdir. Diğer taraftan, otel işletmelerinde duygusal çaba faktörlerinin personel bulma aşamasında dikkate alındığı ve aranan duygusal çaba faktörleri ile personelin istihdam edileceği bölüm, eğitim durumu ve işletme türü arasında anlamlı ilişkiler olduğu araştırma kapsamında elde edilen bulgulardır.

2014 yılı Mart ayı içerisinde ise Özdemir vd. (2015) tarafından turizm gazetesini.com internet sitesinde yayınlanan iş ilanlarının incelemesiyle, Bodrum’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin niteliksiz personel istihdam etme eğiliminde oldukları, ayrıca personeli sezonluk ve ucuz iş gücü olarak değerlendirmek isteyebilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

4. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı güncel olarak turizm sektöründe çalışmak isteyenlerin iş başvurularında ve işe yerleştirilmelerinde otel işletmeleri tarafından verilen iş ilanlarında kendilerinden istenen demografik nitelikler ile mesleki teknik-becerilerin (iş gerekleri) neler olduğunu ortaya koymak ve bu nitelikler hakkında personel adayları ile kariyerlerini bu yönde sürdüren öğrencilerin gelişimine katkıda bulunmaktır.

Çalışma verileri kariyer.net sitesinde yer alan ilanlardan elde edilmiştir. Araştırmanın verileri kariyer.net internet sitesinde 2-17 Şubat 2018 ile 1-16 Ağustos 2018 tarihleri arasında yer alan iş ilanlarını kapsamaktadır. Bu tarihlerin seçilmesindeki amaç Türkiye turizm sezonu açısından birisinin düşük (Şubat) birisinin de yüksek sezon (Ağustos) aylarından birisi olmasındandır. Bu doğrultuda iki sezonda verilen iş ilanları analiz edilerek benzerlik ve farklılıkları da ortaya konmuştur.

Kariyer.net, Türkiye'nin en büyük personel aday veritabanına sahip insan kaynakları sitelerinden biridir. 1999'dan bu yana Türkiye'nin en büyük insan kaynakları platformu olan kariyer.net, iş arama ve işe alım süreçlerinde yeni nesil teknolojileri kullanarak, iş arayanlarla işverenleri internet ortamında bir araya getirmektedir. Kariyer.net internet sitesinin aday veritabanında 24 milyondan fazla özgeçmiş bulunmaktadır. Bunun yanı sıra kariyer.net üyesi 75 binin üzerinde işletme, ihtiyaç duyduğu işgücünü kariyer.net aracılığıyla aramaktadır. Bugün İstanbul merkez ve Yeşilköy satış ofisinin yanı sıra Ankara, Antalya, Adana, Bursa, Eskişehir, Gaziantep, Kayseri, Kocaeli, Konya, İzmir ve Samsun'da bulunan 12 bölge ofisi ile müşteri ve personel adaylarına hizmet vermeye devam etmektedir (kariyer.net, b.t.). Türkiye'nin en büyük personel aday veritabanına sahip insan kaynakları sitelerinden birisi olması ve birçok firmayı bünyesinde barındırması gibi sebeplerle kariyer.net internet sitesi çalışmanın örneklemini oluşturmuştur.

Bu çalışmada doğru ilanlara ulaşabilmek adına, ilanlar ile ilgili bazı kısıtlar belirlenmiştir. Kısıt olarak çalışmada yönetici pozisyonunda verilen ilanlar ile konaklama sektöründe oteller dışında kalan diğer işletmelerin vermiş olduğu iş ilanları dikkate alınmamıştır. Çalışma kapsamında belirlenen arama kriterleri ise şu şekildedir:

Anahtar kelime: “Otel” ve “Hotel” olarak ayrı ayrı girilmiş ve bu anahtar kelimeler doğru ilanlara ulaşmak için “sadece firma adında ara” başlığı altında aratılmıştır.

Sektör: “Turizm” ve “Konaklama ve Otelcilik” olarak işaretlenmiştir.

Pozisyon olarak ise: “Otel” ve “Hotel” anahtar kelimeleri ile yapılan arama neticesinde, kariyer.net sitesinde yer alan ilanlarda aynı işletme tarafından verilen birden fazla iş ilanına rastlanmıştır. Ancak bunlardan bir kısmı farklı özellikler aradıkları için her biri ayrı bir iş ilanı olarak kabul edilerek incelemeye alınmış, birden fazla tekrar eden aynı içerikli ilanların ise yalnızca ilki incelenmiştir. Çalışmada böylelikle, otel işletmelerine yönelik olarak toplam 255 iş ilanı içerisinden 160'ı bu araştırmanın verilerini (resepsiyon görevlisi (66); garson (35); kat hizmetleri görevlisi (21); bellboy (15); rezervasyon görevlisi/elemanı (9); aşçı (7) ve meydancı

(7)) oluşturmuştur. Çalışmada birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlayabilmek için bu çalışmada içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi yoluyla verileri tanımlamaya, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekler ortaya çıkarılmaya çalışılır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). Bu kapsamda ilgili iş ilanlarından elde edilen veriler analiz edilmiş, bir iş koluna yönelik olarak verilen tüm iş ilanları aynı grupta toplanarak birbirine benzeyen tekrar eden belirli kavram ve temalar bulunarak bir araya getirilmiş ve uzman görüşlerinden de (turizm akademisyenleri) yararlanılarak yorumlanmıştır. Bu araştırmanın planlanması ve yürütülmesi süresince uzmanlarla veriler ve analizler paylaşarak, işbirliği yapılmış, veri kaynaklarından doğrudan alıntı yapılmış, veriler ayrıntılı şekilde içerik analizi ile betimlenmiş ve tüm elde edilen veriler dikkatli bir şekilde toplanmıştır. Brantlinger, Jimenez, Klingner, Marleen, ve Virginia (2005: 201) nitel araştırmada yukarıda sayılan stratejilerin geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak için kullanılabileceğini belirtilmiştir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamında, kariyer.net internet adresinde 2-17 Şubat 2018 tarihleri arasında 187, 1-16 Ağustos 2018 tarihleri arasında da 68 ilan olmak üzere toplamda 255 ilan, otel personellerinde aranan nitelikler “cinsiyet, tecrübe, eğitim durumu, yabancı dil” olarak demografik başlıklarda incelenmiştir. Arama sonucunda 255 iş ilanı içerisinde ilan sayısı en az “3” olan ve toplamda 160 iş ilanının iş pozisyonlarına göre (resepsiyon görevlisi; garson; kat hizmetleri görevlisi; bellboy; rezervasyon görevlisi; aşçı; meydancı) iş gerekleri tespit edilmeye çalışılmıştır. İlgili iş pozisyonlarına yönelik demografik veriler ve teknik beceriler doğrultusunda tüm ilanlar incelenerek, belirlenen pozisyonlara yönelik olarak ilanların şehirlere göre dağılım verileri de çıkarılmıştır.

5.1. Otel Personeli İş İlanlarının Şehirlere Göre Dağılımı

Otel personeli iş ilanı sayılarının iş pozisyonlarına, şehirlere ve dönemlere göre ait verileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Otel Personeli İlanlarının Şehirlere Göre Dağılımı

İş Pozisyonları	Şehirler	İstanbul	Antalya	Muğla	Diğer	Dönemlere Göre Toplam İlan Sayısı
	Tarih					
Resepsiyon Görevlisi	Şubat 2018	31	14	3	8	56
	Ağustos 2018	3	2	-	5	10
Rezervasyon Görevlisi (Elemanı)	Şubat 2018	2	5 (24K*)	1	1	9 (28 K)
	Ağustos 2018	-	-	-	-	-
Garson	Şubat 2018	16	7	4	2	29
	Ağustos 2018	2	2	-	2	6
Kat Hizmetleri Görevlisi	Şubat 2018	8	3	1	4	16
	Ağustos 2018	4	-	-	1	5
Aşçı	Şubat 2018	1	2	-	1 (6K)	4 (9 K)
	Ağustos 2018	2	-	1	-	3
Bellboy	Şubat 2018	10 (11 K)	1	-	1	12 (13 K)
	Ağustos 2018	2	-	-	1	3
Meydancı	Şubat 2018	4	2 (4K)	-	1 (5K)	7 (13 K)
	Ağustos 2018	-	-	-	-	-
Toplam		85 %53	38 %24	10 %6	27 %17	160 %100

* Kişi

Tablo 1’de Şubat ayı istatistiklerine bakıldığında resepsiyon görevlisine yönelik olarak 56 ilanın yer aldığı ve bu ilanların çoğunlukla %55 ile İstanbul, %25 ile de Antalya bölgesinde yer alan otellere ait olduğu görülmektedir. Rezervasyon görevlisi arayışında ise tersi bir durum söz konusu olup en fazla eleman Antalya bölgesi otelleri %55 tarafından aranmaktadır. Garsonluk mesleğine yönelik iş ilanlarının %50’sinin İstanbul bölgesi, %25’inin ise Antalya bölgesi otellere ait olduğu görülmektedir. Kat görevlisi ilanlarında benzer durum söz konusu olup ilanların %50’si İstanbul bölgesine aittir. Aşçılara yönelik ilanların %50’sini Antalya bölgesi otelleri oluştururken; en fazla istihdam ise 6 kişi ile Bursa ilinde yer alan tek otele ait olduğu tespit edilmiştir. Bellboy ve Meydancılara yönelik iş ilanlarının ise çoğunlukla (%83,3 / %62,5) İstanbul bölgesinde yer alan otellere ait olduğu görülmüştür. Genel olarak Tablo 1’de yer alan iş pozisyonlarına yönelik 133 iş ilanının (164 Kişi) çoğunluğunun şubat ayında İstanbul ve Antalya bölgesinde yer alan otellere ait olduğu görülmektedir. Diğer kategorisinde verilen

ilanlara bakıldığında sırasıyla: Bursa (7), Gazimağusa (5), Girne (3), İzmir (2), Samsun (2), Ankara, Çanakkale, Denizli, Eskişehir, Kayseri, Konya, Nevşehir ve Sakarya'dan ise 1'er personel ilanı verilmiştir. Gazimağusa ve Girne (Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti) için kariyer.net'te Türkçe olarak verilen ilanlar çeşitli ve fazla sayıda veri toplamak ve analiz edebilmek amacıyla çalışmaya dâhil edilmiştir.

Ağustos 2018 verilerine bakıldığında ise yukarıda belirlenen iş pozisyonlarına yönelik iş ilanlarının tamamında ilan sayısının düştüğü, rezervasyon görevlisi ile meydancılara yönelik ise ilgili tarih aralığında hiç bir iş ilanının olmadığı görülmüştür. Tablo 1'e göre, kariyer.net internet adresi üzerinden Şubat ve Ağustos ayları için verilen ilanların çoğunluğu İstanbul iline aittir. Şubat ayında incelenen ilanlar göz önüne alındığında 187 ilandan 133'ü (%71,1) yukarıda sıralanan iş pozisyonlarına ait iken; Ağustos döneminde ise incelenen 68 ilandan ise yalnızca 27'si (%39,7) yukarıda sıralanan iş pozisyonlarına aittir. Bu sonuçlara bakıldığında otel işletmelerinin ilgili aylarda vermiş oldukları iş ilanlarına göre otellerin Şubat ayında daha çok otelin temel alanlarına ve çekirdek kadroya (resepsiyon görevlisi; garson; kat hizmetleri görevlisi; bellboy; rezervasyon görevlisi; aşçı; meydancı) yönelik iş ilanlarına daha fazla yer ayırdığı görülmüştür. Ağustos ayı için ise daha çok otelde bulunan yan işlere (terzi, kredi uzman yrd.; depo sayım ve kabul elemanı; masaj uzmanı; kasiyer; cankurtaran; misafir ilişkileri görevlisi; elektrik teknisyeni, vale, maliyet kontrol asistanı, muhasebe elemanı, güvenlik, sosyal medya uzmanı vb.) yönelik iş ilanlarına daha fazla yer ayırdığı belirlenmiştir.

5.2. Otel Personeli İş İlanlarının Demografik Dağılımı

Otel personeli iş ilanlarının iş pozisyonlarına göre demografik dağılım verileri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2: Otel Personeli İlanlarının Demografik Verilere Göre Dağılımı

İş Pozisyonları		Recepsiyon Görevlisi		Rezervasyon Görevlisi		Garson		Kat Hizmetleri Görevlisi		Aşçı		Bellboy		Meydancı		Diğer		Toplam	
		Şubat 2018	Ağustos 2018	Şubat 2018	Şubat 2018	Ağustos 2018	Şubat 2018	Ağustos 2018	Şubat 2018	Ağustos 2018	Şubat 2018	Ağustos 2018	Şubat 2018	Şubat 2018	Ağustos 2018				
Dönemler																			
Demografik Veriler																			
Cinsiyet	Erkek	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2	1	-	-	-	13	
	Kadın	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	
	Erkek /Kadın	51	10	9	28	6	15	4	4	3	7	1	6	-	-	-	144		
Eğitim Durumu	İlköğretim	4	-	-	6	1	11	3	1	-	1	-	5	-	-	-	32		
	Lise	24	5	4	17	5	5	2	3	3	8	1	2	-	-	-	79		
	Ön Lisans	23	5	5	5	-	-	-	-	-	3	2	-	-	-	-	43		
	Lisans	5	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6		
Yabancı Dil Şartı	Yok	1	-	1	8	4	16	5	4	3	2	-	7	-	-	-	51		
	Var, En Az 1 Dil	38	8	7	21	2	-	-	-	-	9	3	-	-	-	-	88		
	Var, En Az 2 Dil	17	2	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	21		
Yabancı Dil	İngilizce	48+7	7	8	21	2	-	-	-	-	11	3	-	-	-	-	107		
	Almanca	2+9	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13		
	Rusça	2+7	2	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	13		
	Diğer	3+2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6		
İlan Dili	Türkçe	52	10	5	27	6	16	5	4	3	12	2	7	-	-	-	149		
	İngilizce	3	-	4	2	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	10		
	Almanca	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1		
İş Tanımı	Var	15	3	4	6	3	4	1	1	1	1	2	2	-	-	-	43		
	Yok	41	7	5	23	3	12	4	3	2	11	1	5	-	-	-	117		
Çalışma Şekli	Sürekli / Tam Zamanlı	54	10	8	26	6	15	5	4	3	12	3	7	-	-	-	153		
	Mevsimlik	2	-	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7		
Turizm Otelcilik Bölüm Tercih veya Şart	Belirtilmiş	35	5	6	15	-	-	-	2	-	9	2	-	-	-	-	74		
	Belirtilmemiş	21	5	3	14	6	16	5	2	3	3	1	7	-	-	-	86		
Toplam		56	10	9	29	6	16	5	4	3	12	3	7	54	41	-	160/255		

Tablo 2'ye bakıldığında, otel personeline yönelik Şubat dönemi iş ilanlarının yaklaşık %10'unda cinsiyet ayrımı yapılmış; geriye kalan iş ilanlarının %90'ı ise hem Erkek hem de Kadın adaylara açık ilan olarak yayınlanmıştır. Ağustos döneminde çıkan ilanlarda da benzer durum söz konusu olup ilanların yaklaşık %5'inde (kat hizmetleri görevlisi ve bellboylarda) cinsiyet ayrımı yapılmıştır. Bellboy iş pozisyonunun yapısı gereği (ağır eşya taşıma) şubat ayındaki iş ilanlarının yaklaşık %42'sinde; Ağustos ayında çıkan ilanların ise yaklaşık %67'sinde “erkek” aday olma şartı aranmıştır. Her iki dönem ortalamasına bakıldığında ise çıkan iş ilanlarının %90'ı hem erkek hem de kadın adaylara açık ilan olarak yayınlanmıştır.

Şubat 2018 döneminde, resepsiyon görevlisine yönelik iş ilanlarının %43'ünde (24) en az lise, %41'inde (23) en az ön lisans, %9'unda (5) ise en az lisans mezuniyeti asgari şart olarak aranmaktadır. Resepsiyon görevlisine yönelik iş ilanlarının sadece %7'sinde (4) ilköğretim mezuniyeti şartı konmuştur. Ağustos döneminde çıkan ilanlarda ise eşit şekilde (%50-50) lise ve ön lisans mezuniyet şartı aranmıştır. Şubat dönemine ait ilanların %98'inde (55) yabancı dil şartı aranmakta olup; bu ilanların %68'inde (38) en az 1 yabancı dile sahip olma şartı söz konusu iken; %30'unda (17) ise en az 2 yabancı dil şartı aranmıştır. Sadece 1 iş ilanında da yabancı dil şartı aranmamıştır. Ağustos döneminde ise ilanların tamamında yabancı dil şartı aranmakta olup, %80'inde en az 1 yabancı dil, %20'sinde ise en az 2 yabancı dil şartı aranmıştır. Şubat dönemindeki yabancı dil kapsamında ilanların %86'sında (48) İngilizce zorunlu aranan dil şartı iken, %12'lik (7) kısımda ise tercih edilebilir yabancı dillerde Almanca, Rusça ve diğer dillerden (Arapça) birisi şart olarak ortaya konmuştur. Ağustos döneminde ise ilanların %70'inde İngilizce aranan dildir. Şubat dönemindeki iş ilanlarının 3'ünde Arapça (İstanbul), 2'sinde Almanca, 2'sinde de Rusça aranan zorunlu yabancı diller olarak tespit edilirken; Ağustos döneminde aranan ikinci zorunlu yabancı dil Rusça'dır. Şubat döneminde yayınlanan işlerin ilan dili incelendiğinde resepsiyon görevlisi pozisyonuna yönelik ilanların %93'ü (52) Türkçe yayınlanırken, yaklaşık %5'i (3) İngilizce ve yaklaşık %2'si de Almanca dilindedir. Ağustos döneminde ise ilanların tamamı Türkçe olarak yayınlanmıştır. Şubat döneminde resepsiyon görevlisi pozisyonuna yönelik iş ilanlarının sadece %27'sinde (15) iş tanımına yer verilirken Ağustos döneminde ise bu oran %30'dur. Şubat döneminde, resepsiyon görevlisi iş ilanlarının %96'sı (54'ü) “sürekli / tam zamanlı” bir iş ilanı iken; %4'ü (2) ise “mevsimsel” iş ilanı olarak yayınlanmıştır. Ağustos döneminde ise yayınlanan iş ilanlarının tamamı “sürekli / tam zamanlı” bir iş ilanındır.

Rezervasyon görevlisine yönelik iş ilanlarının tamamı Şubat 2018 dönemine ait olup, iş ilanlarının 4'ü (24 kişi) için en az lise, 5'i için de en az ön lisans, mezuniyeti asgari şart olarak

aranmaktadır. İlanların 7'sinde en az 1 yabancı dile sahip olma şartı söz konusu iken; 1'i için ise en az 2 yabancı dil şartı aranmıştır. Sadece 1 iş ilanında da yabancı dil şartı aranmamıştır. Yabancı dil kapsamında ilanların 8 tanesinde İngilizce zorunlu aranan dil şartı iken 1'inde ise Rusça zorunlu yabancı dil şartı olarak aranmaktadır. İlan dili incelendiğinde rezervasyon görevlisi pozisyonuna yönelik ilanların 5'i Türkçe yayınlanırken, 4'ü ise İngilizce olarak yayınlanmıştır. Rezervasyon görevlisi pozisyonuna yönelik ilanların %44'ünde (4) iş tanımına yer verilmiştir. İş ilanlarının 8'i "sürekli / tam zamanlı" bir iş ilanı iken; 1 tanesi ise "mevsimsel" bir iş ilanıdır.

Garson'a yönelik olarak Şubat 2018 döneminde 29 adet iş ilanı olduğu belirlenmiştir. İlgili dönemdeki iş ilanları incelendiğinde işletmelerin %21'i (6) en az ilköğretim, %59'u (17) lise, %17'si (5) en az ön lisans, %3'ü de (1) en az lisans mezuniyetini asgari şart olarak aramaktadır. Ağustos 2018 dönemi iş ilanlarına bakıldığında ise çoğunlukla lise mezuniyet şartı (%83) aranmaktadır. Şubat dönemindeki iş ilanlarının %72'sinde (21) en az 1 yabancı dile sahip olma şartı söz konusu iken; %28'inde (8) ise yabancı dil şartı aranmamıştır. Ağustos döneminde ise garsona yönelik iş ilanlarının sadece %33'ünde yabancı dil şartı aranmakta olup, aranan yabancı dil ise İngilizcedir. Şubat döneminde yabancı dil kapsamındaki ilanların %72'sinde (21) İngilizce zorunlu aranan dil şartı iken, 2 tanesinde ise 2. dil olarak Almanca tercih edilebilir yabancı dil olarak ifade edilmiştir. Şubat döneminde, garsona yönelik iş ilanlarının ilan dili incelendiğinde, ilanların %93'ü (27) Türkçe yayınlanırken, 2'si ise İngilizce dilinde yayınlanmıştır. Garson'a yönelik iş ilanlarının sadece %21'inde (6) iş tanımına yer verilmiştir. İş ilanlarının %90'ı (26) "sürekli / tam zamanlı" bir iş ilanı iken; 3'ü ise "mevsimsel" bir iş ilanıdır. Ağustos döneminde ise garsona yönelik iş ilanlarının tamamı Türkçe dilinde olup "sürekli / tam zamanlı" bir iş ilanı olarak yayınlanmıştır.

Kat hizmetleri görevlisine yönelik Şubat dönemi iş ilanlarının 11'inde ilköğretim mezuniyetinin yeterli olduğu; 5'i için ise en az lise mezuniyetinin asgari şart olarak aranmakta olduğu tespit edilmiştir. Ağustos döneminde ise verilen iş ilanlarının çoğunluğunda lise mezuniyeti asgari şart olarak aranmıştır. Kat hizmetleri görevlisi iş pozisyonu için her iki dönemde de çıkan ilanlarda yabancı dil şartı aranmamış olup ilanların tamamı Türkçe dilinde verilmiştir. Kat hizmetleri görevlisi iş pozisyonuna yönelik Şubat döneminde verilen iş ilanlarının %25'inde (4) iş tanımına yer verilirken; Ağustos döneminde ise bu oran %20'dir. Şubat dönemindeki iş ilanlarının 15'i "sürekli / tam zamanlı" bir iş ilanı iken; 1 tanesi ise "mevsimsel" bir iş ilanıdır. Ağustos dönemindeki iş ilanlarının tamamı (5) ise "sürekli / tam zamanlı" bir iş ilanıdır.

Aşçıya yönelik Tablo 2 verilerine bakıldığında, Şubat döneminde 4 iş ilanı, Ağustos döneminde ise 3 iş ilanı tespit edilmiştir. Şubat dönemindeki iş ilanlarının 1'inde ilköğretim mezuniyetinin yeterli olduğu; 3'ü için ise en az lise mezuniyetinin asgari şart olarak aranmakta olduğu belirlenmiştir. Ağustos dönemindeki iş ilanlarının tamamı için ise en az lise mezuniyeti asgari şart olarak aranmıştır. Aşçı'ya yönelik ilanların tamamında her iki dönem için yabancı dil şartı aranmamış olup ilanların tamamı Türkçe olarak yayınlanmış ve her dönemde verilen iş ilanlarının 1'er tanesinde iş tanımına yer verilmiştir. İş ilanlarının tamamı da “sürekli / tam zamanlı” bir iş ilanı olarak yayınlanmıştır.

Bellboylara yönelik olarak şubat döneminde 12 adet, Ağustos döneminde ise 3 adet iş ilanı olduğu belirlenmiştir. Şubat dönemindeki ilgili iş ilanları incelendiğinde ilanların %67'sinde (8) en az lise, %25'inde (3) ise en az ön lisans mezuniyeti asgari şart olarak aranmaktadır. Ağustos döneminde çıkan ilanlarda da en az lise mezuniyet şartı aranmıştır. Şubat dönemindeki iş ilanlarının %75'inde (9) en az 1 yabancı dile sahip olma şartı zorunlu iken; %8'inde (1) en az iki yabancı dil şartı, %17'sinde ise (2) herhangi bir yabancı dil şartı aranmamıştır. Yabancı dil kapsamında ilanların %92'sinde (11) İngilizce zorunlu aranan dil şartı iken 1 tanesinde ise Rusça zorunlu yabancı dil olarak ifade edilmiştir. Ağustos döneminde çıkan ilanların tamamında ise en az 1 yabancı dil bilme şartı olup aranan yabancı dil İngilizce olarak belirlenmiştir. Şubat döneminde bellboylara yönelik iş ilanların tamamı Türkçe olarak yayınlanmış ve ilanların yalnızca birinde iş tanımına yer verilmiştir. Ağustos döneminde verilen iş ilanlarının 2'sinde iş tanımına yer verilirken, ilanların 1'i İngilizce dilinde yayınlanmıştır. Diğer yandan her iki dönemdeki iş ilanlarının tamamı “sürekli / tam zamanlı” bir iş ilanidir.

Meydancı iş pozisyonuna yönelik olarak Şubat döneminde kariyer.net internet adresinde 7 adet iş ilanı tespit edilmiş olup, Ağustos döneminde ise herhangi bir ilan bulunmamıştır. Şubat dönemindeki iş ilanları incelendiğinde, iş ilanlarının 5'inde ilköğretim mezuniyetinin yeterli olduğu; 2'si için ise en az lise mezuniyetinin asgari şart olarak aranmakta olduğu belirlenmiştir. Meydancılığa yönelik iş ilanlarının tamamında (7) yabancı dil şartı aranmamış olup ilanlar Türkçe yayınlanmış, sadece 2 iş ilanında iş tanımına yer verilmiştir. Diğer taraftan meydancılığa yönelik iş ilanlarının tamamı “sürekli / tam zamanlı” bir iş ilanı olarak yayınlanmıştır.

Eğitim durumu ile ilgili, Tablo 2 verilerine bakıldığında ilgili iş ilanlarında lise ve daha üzeri mezuniyet şartının yer aldığı ilanların çoğunluğunda üniversite ya da meslek liselerinin turizm ve otelcilik bölümlerinden mezun olma şartının gerektiği veya mezun olmanın tercih

sebebi olacağı şartı: resepsiyon görevlisi, garson, bellboy, rezervasyon görevlisi ve aşçı için belirtilmişken; kat hizmetleri görevlisi ve meydancı iş pozisyonları için ise belirtilmemiştir.

5.3. Adaylarda Aranılan Mesleki-Teknik Bilgi ve Becerilere (İş Gereklere) Yönelik Bulgular

Otel işletmeleri tarafından 2-17 Şubat ile 1-16 Ağustos 2018 tarihleri arasında verilen toplamda 160 iş ilanı iş pozisyonlarına göre (resepsiyon görevlisi; garson; kat hizmetleri görevlisi; bellboy; rezervasyon görevlisi; aşçı; meydancı) Excel programında kategorilendirilmiş, her bir iş ilanı analiz edilerek birbirine benzeyen veriler belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek yorumlamalar yapılmıştır. Çalışma sonucunda ilgili iş pozisyonlarına yönelik ön plana çıkan iş gereklere ortaya konulmuştur. Bu kapsamda ilgili iş pozisyonlarına yönelik tespit edilen iş gereklere aşağıda özetlenmiştir.

Resepsiyon görevlisine yönelik Şubat ve Ağustos dönemlerinde çıkan iş ilanlarının %89'unda (59) tecrübeli eleman olma şartı aranmaktadır. Resepsiyon görevlisine yönelik iş ilanlarının, % 45'inde (30) "Microsoft Office" program bilgisi, % 65'inde (43) ön büro paket program bilgisi ve kullanımı (Opera ve Fidelio %72), %55'inde (36) misafir ağırlama ve hizmet odaklı çalışabilme bilgi ve becerisi, %8'inde (5) rezervasyon bilgisi ile misafir giriş-çıkış işlemleri bilgisi, %2'sinde (1) ise otelcilik bilgisi, online satış bilgisi, bilgisayar bilgisi, ofis araçları bilgisi, destinasyon ile ilgili bilgi ve gece işlemleri bilgisi mesleki bilgi ve beceri olarak aranmaktadır. Bu nitelikler göz önüne alındığında resepsiyon görevlisi personel adaylarından: ***Turizm ve otelcilik lisesi mezuniyeti ve en az 1 yabancı dil bilgisinin yanı sıra (bkz. Tablo 2), "Microsoft Office" bilgisayar programları bilgisi, ön büro paket programları bilgisi ile misafir odaklı olarak çalışabilme bilgi-becerisi*** iş gereği olarak ilgili iş ilanlarında ağırlıklı olarak aranmaktadır.

Rezervasyon görevlisine yönelik Şubat dönemindeki 9 iş ilanının 8'inde tecrübeli eleman aranırken; ilanların sadece 1'inde tecrübe şartı yer almamıştır. Rezervasyon görevlisine yönelik iş ilanlarının, % 66'sında "Microsoft Office" program bilgisi, % 78'inde ön büro paket program bilgisi ve kullanımı (Opera, Fidelio ve Sedna), %11'inde misafir ağırlama ve hizmet odaklı çalışabilme bilgi ve becerisi ve bilgisayar bilgisi mesleki-teknik bilgi ve beceri olarak aranmaktadır. Bu nitelikler göz önüne alındığında ortaya çıkan tabloda, rezervasyon görevlisi personel adaylarından: ***Turizm ve otelcilik lisesi mezuniyeti ve en az 1 yabancı dil bilgisinin yanı sıra (bkz. Tablo 2), tecrübeye sahibi olma, "Microsoft Office" bilgisayar programları***

bilgisi ile ön büro paket programlarını bilgisine sahip olma ağırlıklı olarak aranan iş gerekleridir.

Kat hizmetleri görevlisine yönelik Şubat ve Ağustos dönemlerinde çıkan iş ilanlarının %71'inde (15) tecrübeli eleman olma şartı aranmaktadır. Kat hizmetleri görevlisine yönelik iş ilanlarının, % 57'sinde (12) temizlik ve hijyen bilgi-becerisi, %24'ünde (5) misafir memnuniyeti ve hizmet odaklı çalışabilme bilgi-becerisi, %29'unda (6) oda temizliği ve oda düzenleme bilgi-becerisi, %10'ünde (2) ise temizlik kimyasalları bilgisi ile temizlik araç-gereçleri kullanım bilgisi mesleki bilgi ve beceri olarak aranmaktadır. Bu nitelikler ile Tablo 2'de yer alan bilgiler göz önüne alındığında, kat hizmetleri görevlilerinde: **İlköğretim mezuniyeti, temizlik araç-gereçleri, kimyasalları ve temizlik/hijyen uygulamaları bilgi-becerisi ile misafir memnuniyet odaklı çalışabilme bilgi-becerisine** sahip olma iş gereği olarak ilgili iş ilanlarında ağırlıklı olarak aranmaktadır.

Garson olarak servis elemanlarına yönelik Şubat ve Ağustos dönemlerinde çıkan iş ilanlarının %89'unda (31) tecrübeli eleman olma şartı aranmaktadır. Garsonluk mesleğine yönelik iş ilanlarının, % 57'sinde (20) misafir ağırlama ve hizmet odaklı çalışabilme bilgi ve becerisi, %17'inde (6) servis kültürü ve sunum bilgi-becerisi, %11'inde (4) Micros Restoran Yönetim Sistemi (program) bilgisi, %9'unda (3) planlama organizasyon bilgi ve becerisi ile servis ön hazırlık bilgisi, %6'sında (2) mönü sunumu, tavsiye ve sipariş alabilme bilgi-becerisi, hesap takibi ve kontrol bilgi-becerisi, yiyecek ve içecek ürün bilgisi, "Microsoft Office" program bilgisi, %3'ünde (1) ise masa takip ve kontrol bilgi-becerisi, işletmecilik bilgisi, hijyen, sanitasyon ve HACCP kriter bilgisi, a'la carte servis bilgisi ve füzyon mutfak bilgisi mesleki bilgi ve beceri olarak garson personel adaylarında aranmaktadır. Bu meslekte çalışmak isteyen personel adaylarından: **Lise mezuniyeti ve en az 1 yabancı dil bilgisinin yanı sıra (bkz. Tablo 2), konukla iletişim bilgi-becerisi, yiyecek-içecek ürün ve servis bilgisi ile teknolojik donanımları kullanabilme bilgi-becerisine** sahip olmak ağırlıklı olarak aranan iş gerekleridir.

Aşçılara yönelik Şubat ve Ağustos dönemlerinde çıkan iş ilanlarının %71'sinde (5) tecrübeli eleman olma şartı aranmaktadır. Aşçı mesleğine yönelik iş ilanlarının, %57'sinde (4) gıda güvenliği ve hijyen bilgi-becerisi, % 29'unda (2) dünya mutfakları bilgisi, %14'ünde (1) ise Türk mutfağı ön hazırlık ve kahvaltı bilgi becerisi mesleki bilgi ve beceri olarak aranmaktadır. Bu nitelikler ile Tablo 2'de yer alan bilgiler göz önüne alındığında, aşçılık mesleğinde çalışmak isteyen personel adaylarında: **Lise mezuniyeti ile birlikte, gıda hijyen**

bilgi-becerisi ve dünya mutfaklarından biri veya birkaçı hususunda bilgi ve tecrübeye sahip olmak iş gereği olarak ilgili iş ilanlarında ağırlıklı olarak aranmaktadır.

Bellboyluğa yönelik Şubat ve Ağustos dönemlerinde çıkan iş ilanları incelendiğinde, işletmelerin %80'i (12) tecrübeli eleman ararken; teknik bilgi ve beceri kapsamında %60'ı (9) bellboy personel adaylarından: ***Turizm ve otelcilik lisesi mezuniyeti ve en az 1 yabancı dil bilgisinin yanı sıra (bkz. Tablo 2), B sınıfı ehliyet sahibi ve aktif araç kullanabilme becerisine*** sahip olmak ağırlıklı olarak aranan iş gerekleridir.

Meydancılığa yönelik Şubat dönemindeki iş ilanları incelendiğinde, ***ilköğretim mezuniyetine*** ek olarak işletmelerin %71'i ***tecrübeli eleman*** aramaktadır. Meydancıya yönelik iş ilanlarında bunların yanı sıra otel işletmeleri personel adaylarının %71'inde ***temizlik ve hijyen bilgi-becerisini, %43'ünde kat ve genel alanlarda kullanılan makinelerle ilgili bilgi-becerisini, %14'ünde ise kat ve genel alanlarda kullanılan ürünler ile cam ve cilalama bilgisini*** iş gerekleri olarak aramaktadır. Bu çalışmada ilgili iş pozisyonlarına yönelik iş ilanları analiz edilerek her bir mesleğe yönelik iş gereklerine asgari düzeyde yazılı olarak yer verilmeye çalışılmıştır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamında kariyer.net internet adresinde yayınlanan otel personeline yönelik 255 iş ilanı içerisinde ilan sayısı en az “3” olan ve toplamda 160 iş ilanı: İş ilanının verildiği şehirler, “cinsiyet, tecrübe, eğitim durumu, yabancı dil” demografik başlıklar altında ve iş pozisyonlarında aranan “mesleki bilgi ve beceriler” başlığı üzere üç kategoride incelenmiştir. Bu çalışma güncel olarak otel işletmelerinin personel adaylarında aradıkları nitelikler ile iş gereklerini departman ve pozisyon bazında ortaya koyması ve bu alanlarda çalışmak isteyen personel adaylarına yol gösterici olması açısından önem arz etmektedir.

Kariyer.net internet adresinden elde edilen veriler kapsamında otel personeline en fazla ihtiyacın İstanbul ve Antalya illerinde olduğu görülmektedir. Bu iki il aynı zamanda ülkemizde en fazla turist ziyaretinin gerçekleştiği iki il olarak öne çıkmaktadır. Bu veri analiz edildiğinde, iş ilanları sayısı ile turizm faaliyetlerinin yoğunluğu arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. İlanlara genel olarak bakıldığında otelcilik kapsamında ele alınan meslek ve iş pozisyonlarının %90'ının hem erkek hem de kadınlara yönelik işlerden oluştuğu, işler kapsamında cinsiyet ayrımının sadece “bellboy” gibi fiziki güç gereken işlerde daha fazla yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları dikkate alındığında otelciliğe yönelik neredeyse her iki ilandan birisinde nitelikli ilgili alanda eğitimini tamamlamış personel ihtiyacının söz konusu olduğu ve otel işletmelerinin buna önem verdiği görülmüştür. Bu tür ilanların varlığı bu alanda eğitim alan öğrencilerin istihdamı açısından önemli bir durumdur. Diğer taraftan otellerin de verdikleri iş ilanları ile nitelikli personele olan ihtiyaçları açıkça görülmektedir.

Otellerin incelenen dönemler içerisinde en fazla (%41) resepsiyon görevlisine yönelik iş ilanı yayınladığı tespit edilmiştir. Tüm ilanlar kapsamında otel personellerinin “bilgisayar (Microsoft Office) bilgisi, otomasyon sistemi bilgisi, araç-gereç ve ürün bilgisi ile birlikte misafir memnuniyetini ön planda tutacak şekilde hizmet odaklı çalışabilme bilgi-becerisine” sahip olmaları gerektiği incelenen ilanlar neticesinde ortaya çıkmıştır. Hizmet ağırlıklı olan otel işletmelerinde teknoloji kullanımı ve teknolojinin gelişimine bağlı olarak personel adaylarında teknik bilginin özellikle ön büro için önemli olduğu, bunun yanı sıra yiyecek-içecek departmanı için de öneminin giderek artacağı söylenebilir. Kozak ve Özdemir (2013) tarafından bir gazetenin” insan kaynakları ekinde yer alan otel işletmeleriyle ilgili iş ilanlarının taranması yoluyla yaptıkları çalışma sonucunda, teknik yeteneklerden bilgisayar kullanma becerisinin özellikle, ön büro çalışanları (resepsiyon ve rezervasyon görevlisi) için önemli bir yetenek olduğu ortaya konmuştur. Bu grupta yer alan yetenekler ön büronun ardından müşteri ilişkileri kapsamında da aranan yetenekler olarak tespit edilmiştir. Kozak ve Özdemir, bu durumun otellerde e-müşteri ilişkileri yönetiminin hızla gelişmekte olduğunun bir göstergesi olarak ifade etmişlerdir. Diğer taraftan teknolojinin gelişimi ile birlikte restoranların teknolojiden daha fazla faydalandığı ve restoran otomasyon programı kullanmaya başladıkları, dolayısıyla garson personel adaylarının restoran otomasyon sistemi hususunda eğitim almaları ve kendilerini bu hususta geliştirmeleri önemlidir. Turizm eğitimi verilen ön lisans ve lisans bölümlerinde verilen bilgisayar içerikli derslerin yanı sıra müfredatta seçmeli ders olarak Restoran Otomasyon programı dersine de yer verilmesi öneri olarak sunulabilir. Öteki taraftan otelcilik mesleklerine yönelik iş ilanlarının %93’ünde (148) tecrübe şartı aranmakta olup bu durum ara eleman kategorisinde verilen ilanlar kapsamında düşünüldüğünde oldukça fazladır. Bunun yanı sıra iş tecrübesi olmayan yeni mezunlar açısından bu dezavantajlı bir durum olarak görülmekle birlikte, öğrencilerin bunun üstesinden gelebilmeleri açısından turizm işletmelerinde yaptıkları staj deneyimi ile staj dışında da çalışarak kendilerini geliştirme imkânı bulmaları ve tecrübelerini artırmaları tecrübe şartı açısından avantaj teşkil edecektir. Araştırma sonuçlarına göre verilen iş ilanlarının büyük çoğunluğu 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri tarafından verilmiş

olup, “*ilgili alanda eğitim*”, “*yabancı dil*” ve “*tecrübe*” ye sahip olmak en önemli iş gerekleri olarak belirlenmiştir.

Bu araştırma sonucunda otelcilik sektöründe yer alan asli görevlere (çalışan sayısı fazla olan iş pozisyonları) yönelik (resepsiyon görevlisi; garson; kat hizmetleri görevlisi; bellboy; rezervasyon görevlisi; aşçı ve meydancı) sene başında (Şubat) çıkan iş ilan sayısının yaz dönemine (Ağustos) göre daha fazla olduğu görülmüştür. Otelcilik sektöründe asli görevlere yönelik işgücü ihtiyacının yılın ilk aylarında tamamlanmaya çalışıldığı söylenebilir. Diğer taraftan ilan sayılarının bu şekilde çıkmasının tesadüfi (bu yıla ve ilgili dönemlere ait) olabileceği de göz ardı edilmemelidir. Bu çalışmanın otelcilik sektöründe iş arayan personel adaylarına yönelik yol gösterici olacağı düşünülmektedir. İleriki dönemlerde benzer çalışmaların yapılması kıyaslama yapabilme açısından önem arz etmektedir. Diğer taraftan otellerin sahip olduğu yıldız sayısına göre verilen iş ilanlarının karşılaştırılması, ileriki çalışmalar açısından bir araştırma konusu olarak önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü, N. (2008), “Turizm İşletmelerinde Duygusal Çaba Faktörlerinin İşe Alma Sürecinde Kullanılması Üzerine Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 39–56
- Akova, O., Sarıışık, M. ve Akbaba, A. (2007), “Seyahat Acentalarında İşgören Bulma ve İşgören Seçme Yöntemlerine Yönelik Bir Araştırma”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(13), 275–296
- Aras, H. (1993), *Konaklama İşletmeciliğinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü*, Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Bacaksız, F. E. ve Sönmez, B. (2015), “İnsan Kaynakları Web Sitelerinde Yer Alan Hemşire İş İlanlarının İncelenmesi”, *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 3(1), 112-122
- Basım, H. N., Şeşen, H. ve Şeşen, E. (2008), “Personel Temin Sürecinde Gazete İlanları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 35-44
- Bayraktar, O. (2015) “Osmanlıca Gazetelerdeki Personel İlanlarının İçerik Değerlendirmesi: 1909-1924”, *Amme İdaresi Dergisi*, 48 (4), 79-96
- Bennett, R. (2002), “Employers' Demands for Personal Transferable Skills in Graduates: A Content Analysis of 1000 Job Advertisements and an Associated Empirical Study”, *Journal of Vocational Education and training*, 54(4), 457-476
- Brantlinger, E., Jimenez, R., Klingner, J., Marleen, P. and Virginia, R. (2005), “Qualitative Studies in Special Education”, *Exceptional Children*, 71 (2), 195-207
- Cevher, E. (2013), “Sekreterlerin İşe Alınmasında Aranılan Niteliklere Yönelik Bir Araştırma: Kariyer.net Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Büro Yönetimi Özel Sayısı, 235-245
- Çetin, C., Elmalı, E. D. ve Arslan, M. L. (2017), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Çetin, C., Elmalı, E. D. ve Arslan, M. L. (2018), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 7. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Demir, M. (2011), “İş Yaşamında Ayrımcılık: Turizm Sektörü Örneği”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760-784
- Doğan, S. (2017), “Otel İşletmelerindeki İşgören ve Yönetici Adaylarına Yönelik Performans Değerleme Formu Geliştirilmesi: Ankara İlinde Bir Uygulama”, (Yayımlanmamış doktora tezi), Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdem, B. (2016), Temin, Seçim ve İşe Alma. M. TUNA (Ed.), *İnsan Kaynakları Yönetimi* (s.160-227), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erdem, B., ve Gezen, T. (2014), “Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19-42
- Erdem, B. ve Kabakçı, E. (2004), “Otel İşletmelerinde İnternet Üzerinden İşe Alım Üzerine Ampirik Bir Araştırma”. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, Yayın No: 108, 25-26 Kasım, Eskişehir: Osman Gazi Üniversitesi.
- Erdoğan. İ. (1991), *İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerleme Teknikleri*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını.
- Fındıkçı, İ. (1999), *İnsan kaynakları yönetimi*, İstanbul: Alfa Yayınları.

- Güler, E.Ç. (2006), “İşletmelerin E-İnsan Kaynakları Yönetimi ve E-İşe Alım Süreçlerindeki Gelişmeler”, <<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423877133.pdf>> adresinden 10.10.2018 tarihinde alınmıştır.
- Jansen, B. J., Jansen, K. J., & Spink, A. (2005), “Using the Web to Look for Work: Implications for Online Job Seeking and Recruiting”, *Internet Research*, 15 (1), 49-66
- Kariyer.net, (b.t.), Hakkımızda, <<http://www.kariyer.net/kurumsal/hakkimizda>> adresinden 02.03.2018 tarihinde alınmıştır.
- Kozak, M.A. (1999), *Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. ve Özdemir, C. (2013), “Yetenek Kavramının Otel İşletmelerinde Operasyonel Personel Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1), 6-19
- Lee, I. (2005a), “Evaluation of Fortune 100 Companies' Career Web Sites”. *Human Systems Management*, 24 (2), 175-182
- Lee, I. (2005b), “E-Recruiting, Categories and Analysis of Fortune 100 Career Web Sites”, *E-Human Resources Management: Managing Knowledge People*, (Der. Teresa Torres-Coronas ve Mario Arias-Oliva), Chapter IV, IGI Global. Idea Group, Pennsylvania, 86-100
- Oral, S. ve Kurgun, O. A. (1997), *Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri*, İzmir: Kanyılmaz Matbaası.
- Özdemir, S. S., Polat, E. ve Met, Ö. L. (2015), “Bodrum’da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki İşgören Niteliklerinin Analizi”. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi: Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 34, 121-138
- Rozelle, A. L., and Landis, R. S. (2002), “An Examination of the Relationship between Use of the Internet as a Recruitment Source and Student Attitudes”, *Computers in Human Behavior*, 18 (5), 593-604
- Turizm Bakanlığı. (1989), *Otelcilik ve Turizm Endüstrisinde İşgücü Araştırması*, Cilt:2, Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Yeşiltaş, M., Arslan, Ö. E. ve Temizkan, R. (2012), “İşgören Seçiminde ve Örgüt İçi İş Yaşamında Siyasi Ayrımcılık: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 94-117
- Yıldırım, A. ve Şimşek. H. (2011), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Citation: Sözer, E.G. (2018), The Effect of Reviewer Origin on Booking Intentions in Tourism Industry: The Moderating Role of Review Valence, BMIJ, (2018), 6(4): 1252-1270 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.357>

THE EFFECT OF REVIEWER ORIGIN ON BOOKING INTENTIONS IN TOURISM INDUSTRY: THE MODERATING ROLE OF REVIEW VALENCE

Edin Güçlü SÖZER¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 20/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 20/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

This study investigates the effect of reviewers' origin on the consumers' intentions for booking a room in a hotel by taking into consideration the possible moderating effect of review valence. An experimental design is implemented and the manipulated experimental conditions are identified as the reviewers' origin ($Home_{Rev}$, $Host_{Rev}$, Uni_{Rev}) and the review content (negative, positive and mixed). Findings of the study confirm the statistically significant relationship between review content and booking intentions. Positive and mixed content lead to higher booking intentions, when compared to negative content. However, exposure to pure positive reviews generates lower levels of booking intentions than mixed reviews containing both positive and negative reviews. The results also indicate that reviews of local customers ($Home_{Rev}$) generate higher booking intentions compared to reviews generated by international ($Host_{Rev}$) and unidentified customers (Uni_{Rev}). The relative differential effect of local reviewers on booking intentions is moderated by different levels of review valence.

Keywords: Reviewer Origin, Booking Intentions, Valence

JEL Classification Code: M310

TURİZM SEKTÖRÜNDE YORUMCU MENŞEİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: YORUM İÇERİĞİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

ÖZ

Bu çalışma, yorum içeriğinin olası düzenleyici etkisini de göz önünde bulundurarak, yorum yapan müşterilerin menşeinin tüketicilerin otelde rezervasyon yapma eğilimi üzerindeki etkisini incelemektedir. Deneysel bir desenin uygulandığı bu çalışmada yorum yapan müşteri menşei ($Home_{Rev}$, $Host_{Rev}$, Uni_{Rev}) ve yorumun içeriği (negatif, pozitif ve karma) manipüle edilen deneysel durumlardır. Araştırmanın bulguları, yorumun içeriği ile rezervasyon eğilimi arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu doğrulamaktadır. Pozitif ve karma yapıdaki içerikler, negatif içeriklere kıyasla daha yüksek seviyede rezervasyon yapma eğilimine yol açmaktadır. Bununla birlikte, salt pozitif yorumlara maruz kalmak, hem pozitif hem de negatif yorumlar içeren karma içeriklere kıyasla daha düşük seviyede rezervasyon yapma eğilimine sebep olmaktadır. Sonuçlar ayrıca, yerel müşterilerin ($Home_{Rev}$) yorumlarının uluslararası ($Host_{Rev}$) ve menşei tanımlanmamış (Uni_{Rev}) müşteriler tarafından yapılan yorumlara kıyasla daha yüksek rezervasyon yapma eğilimi oluşturduğunu göstermektedir. Ancak, yerel yorumcuların rezervasyon yapma eğilimleri üzerindeki bu farklılaşan etkisi, yorum içeriğinin düzenleyici etkisi altında değişiklik göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Yorumcu Menşei, Rezervasyon Yapma Niyeti, Yorum İçeriği

JEL Kodları: M310

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, edin.sozer@okan.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-4984-4629>

1. INTRODUCTION

The advances in communication technologies such as Web 2.0 and the accelerated penetration of internet into the daily lives of consumers, have led to the rise of digital media as a new communication channel. In a world with more than 3.5 billion people using internet and at least 30% actively involved in interactive conversations (Statista, 2017); internet has become an important communication channel as well as an information source for both businesses and consumers.

From the side of businesses, internet is used as a new communication medium to reach at consumers in a customized and interactive way which in turn is expected to support the effectiveness of their marketing programs. This motivating factor for the brands have resulted in an accelerated investment into the digital media globally and social media have become an important channel for interactively engaging with customers (Kumar et al. 2015:7).

From consumers' side, internet plays two critical roles. First, it is an important channel to connect with brands, collect information about their offerings and manage the relationship. Secondly, it is an effective mediator that help them to connect with peers for collecting information about their experiences with the brands, which in turn assists them in their decision making process (Park et al. 2007:125). Independent from the channel used to purchase goods or services, thanks to the internet, consumers have the opportunity to share their experiences with the brand on online platforms. Thus, following their consumption, they inform other consumers about their opinions and satisfaction levels about the brand, its products and services. These online reviews of customers have become an important factor affecting consumer decision making since they are easily accessed, dynamic, and up to date and moreover they are perceived as authentic and trustworthy when compared to brand generated content (Utz et al. 2012:51). When the purchase decision bears substantial risk, independent reviews are one of the most important risk mitigation tools for consumers (Mitchell & Vassos, 1997:71).

Since its purchasing situations are regarded as risky due to the service based nature and since its mainly focused on the customer satisfaction, tourism sector is one of the industries where customer and company interactions are extensive. Perceived risk in this industry is a critical factor which influences consumer behavior in hotel booking transactions (Mitchell et al. 1999: 169). Thus, booking a room or package holiday is an important decision for the consumer, which requires careful investigation of the targeted hotel. Travel web sites such as Trip Advisor and Expedia are one of one of those influential platforms which provide

consumers the opportunity to reach at the evaluations of other consumers and the respective responses of hotels to those comments. Thus, customers spend their time in these portals to review customer comments and consequently facilitate their decision making (Zhu & Zang, 2010:133). The target of consumers in reviewing these comments is to mitigate the risk, which may arise during the purchase decision. Consequently, the content and quality of these reviews are important factors which influences consumer decision making in this context (Noon & McGuire, 2013:388; Lin et al. 2011:72).

In most countries, tourism is regarded as a global business, which welcomes customers from both local and international markets. As a natural consequence of the mixed customer portfolio, online customer reviews include opinions of both local and international customers. This study has two objectives: First, it is aimed to examine the effect of online customer reviews from different customer origins, namely local reviews, international reviews and reviews made by unidentified customers, on the purchase intention of consumers. Second, it is targeted to explore the moderating effect of review valence on this relationship. It is expected that country of origin effect, which is supported by the findings in the literature (Guilhoto, 2018:14; Ghalandari & Norouzi, 2012:1169), is also valid in shaping consumer behavior in terms of the effect of reviewers' origin. Moreover, it is also expected that different levels of perceived valence about the review contents will moderate the effect of reviewer origin and consequently lead to different levels of consumer purchase intentions.

There is a vast number of studies in the literature mainly focusing on the effect of customer reviews on forming an attitude towards the product (Lee et al. 2008:341; Bone, 1995:213), perceived risk (Fuchs & Reichel, 2006:83), satisfaction level (Gu & Ye, 2014:570; Racherla et al. 2013:135) and buying behavior (Sparks & Browning, 2011:1310; Chen & Jinhong, 2004:477). However, these results are mixed and inconclusive (Öğüt & Taş, 2012:199). This study makes two more important contributions to the existing literature: First, it measures the effect of customer reviews on purchase intentions of consumers in the hotel industry based on both message valence and origin of reviewers at the same time. Secondly, it fills a gap in the literature by exploring the moderator role of perceived valence on the effect of reviewer origin on booking intentions.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. The Effect of Online Customer Reviews and Valence on Purchase Intentions

Advancing communication technologies as well as interactivity between consumers have led to an increase in the intensity of interactional processes. These interactional processes in turn play an important role in mediating the behavior of consumers (Reynolds & Darden, 1971:449). One of these interactional processes is Word of Mouth (WoM), which is defined as non-commercial communication on a brand or product between two or more consumers. WoM is found to have cognitive, affective and conative effects on consumer behavior (Bansal & Voyer, 2000:166; Bone, 1995:213; Settle & Alreck, 1989:34; Roselins, 1971:56). Although not identical, as derivatives of WoM, online customer reviews also play an important role in shaping consumer behavior (Milan, 2007:1). Online customer reviews are public, so anyone who has access to the internet may reach them. Moreover, as they are in the text form, as long as the online platform persists, they do not disappear and have no place or time restrictions. These reviews are generally in the form of text or ratings about the evaluated subject and may contain more intense and accumulated information compared to WoM.

The motives which push consumers in engaging into the interactive communication and their search for information in online platforms can be explained on the grounds of Uncertainty Reduction Theory (Berger & Calabrese, 1975:99). The theory predicts that communication is the result of the need to reduce the uncertainties. The uncertainty about the seller or the product performance or quality makes the purchase situation risky. Therefore, consumers try to minimize the risks and maximize the potential benefits by reducing the uncertainties. In the hotel booking situation, which is a case characterized with seller and product uncertainties due to the lack of information about the management of the company as well as the service performance (Ba & Pavlou, 2002:2), consumers try to find some sources of information which lead them to reduce uncertainties and mitigate the risks associated with the purchase situation.

Many studies investigated the effect of online customer reviews on purchase intentions and sales, in different contexts. Chevalier and Mayzlin (2006:354) conducted their study in the book industry and reported the positive relationship between the customer ratings of the books and sales of the book. Similarly, Ha, Bae and Son (2015:384) measured the effects of customer reviews from different types of sources on online book sales and reported the positive effect of personal blogger reviews on book sales. Some other studies conducted in different contexts

including retail stores, consumer electronics, and movies reported also significant relationships between customer reviews/ratings and purchase intentions or sales (Kim et al. 2017:45; Zhang et al. 2013:133). Similarly, many studies which measure the effect of online customer reviews on hotel booking intention of consumers reported significant relationships. Chan et al. (2017:61) measured the effect of valence on online customer reviews and reported the significant effect on purchase intentions. Sparks & Browning (2011:1310) measured the effect of reviews on booking intentions based on four different variables including target, valence, framing and feedback composition and reported significant relationships. Similarly, Vermeulen and Seegers (2009:126) reported the positive effect of online reviews on hotel awareness and consideration of consumers. Despite the vast amount of studies reporting the significant effect, there are also several studies, which report no significant relationship between customer reviews and sales performance in different contexts (Duan, et al. 2008:105; Liu, 2006:74; Chen et al. 2004:722). Thus, the results regarding the effects of customer reviews/ratings on purchase intentions and sales are inconclusive and require further investigation.

In the light of the theoretical background and existing findings, it is believed that there is a significant relationship between customer reviews and purchase intentions of consumers. This leads us to propose the following hypothesis:

H₁: Online customer reviews have a significant effect on booking intentions of consumers.

H₂: Exposure to pure positive reviews has positive effects on booking intentions of consumers.

H₃: Exposure to pure negative reviews has negative effects on booking intentions of consumers.

H₄: Different levels of valence lead to different levels of booking intentions.

H₅: Exposure to pure positive reviews leads to higher booking intentions compared to mixed reviews.

H₆: Exposure to pure positive reviews leads to higher booking intentions compared to negative reviews.

H₇: Exposure to mixed reviews leads to higher booking intentions compared to negative reviews.

2.2. The Effects of Reviewers' Origin and Review Valence on the Purchase Intention

As it is suggested by the elaboration likelihood model (ELM) and the heuristic-systematic model (HSM), the ability and motivation of consumers are the determinants of the way, non-elaborative or elaborative, and they form their attitudes toward the subject of information (Chaiken et al. 1989:762; Petty & Cacioppo, 1986:191). In cases such as hotel booking,

consumers may not have adequate abilities to evaluate the alternatives on their own and may require following a non-elaborative way to collect the inputs required for their decision-making. Although the user generated content serves this purpose, authenticity of the content and honesty of the content owners may be an issue (Shan, 2016:634). Therefore, customers need to rely on the source of the message as well as the information provided. This makes the credibility of the message source an important attribute of customer reviews, which effect booking intentions in the tourism context (Schuckert et al. 2015:615).

Due to its facilitation of communication, consumers tend to develop their social relations with people that they consider having similar characteristics (Lau et al. 2008:192). Homophily theory defines this similarity as the “degree to which interacting parties are similar to each other in terms of different characteristics” (Rogers & Bhowmik, 1970:526). The similarity level in terms of beliefs, values, social status or origin, plays an important role in shaping consumer perceptions and consumer behavior. Previous studies reported the significant effects of it on the success in building trust (Swan et al. 1999:100), in developing and sustaining relationships (Crosby et al. 1990:76) and in generating sales (Churchill et al. 1975). Adapting this argument into hotel booking situations, it is believed that the origin of reviewer will play a role in the perception about the credibility of the online customer reviews, which in turn is expected to shape the purchase intentions of consumers. Thus, consumers will regard the information derived from similar sources as more credible (Gino et al. 2009:298).

In the light of the theoretical background and existing findings, it is believed that the type of reviewer’s origin as well as the level of valence in the customer reviews will be effective on booking intentions of consumers. This leads us to propose the following hypothesis:

H₈: *Reviews generated by local customers (Home_{Rev}) lead to a higher level of booking intentions compared to reviews generated by unidentified customers (Uni_{Rev}).*

H₉: *Reviews generated by international customers (Host_{Rev}) lead to a higher level of booking intentions compared to reviews generated by unidentified customers (Uni_{Rev}).*

H₁₀: *Reviews generated by local customers (Home_{Rev}) lead to a higher level of booking intentions compared to reviews generated by international customers (Host_{Rev}).*

H₁₁: *Review valence moderates the effect of reviewers’ origin on the booking intentions of consumers.*

3. RESEARCH METHODOLOGY

3.1. Experimental Design and Procedure

The experimental design which was implemented in this study targets to measure the effects of reviewers' origin on booking intentions of consumers and the moderating role of review valence on this effect. The manipulated factors were the origin of reviewer and the valence of the reviews. Subjects of the study were chosen among the citizens who live in large cities of Turkey and that purchase a one-week holiday package each summer season. A total of 450 questionnaires were collected.

The study was composed of two inter-related sections. In the first section, the effect of review valence on booking intentions was measured. At the beginning section of the document, an introductory scenario was presented to 150 respondents. This introductory scenario directed subjects to consider booking a hotel for a one-week holiday in the Turkish riviera. The scenario included some information about the package features about this hypothetical hotel. Respondents are then asked to read the reviews of consumers in a hypothetical online review platform. There were twenty reviews for the target hotel that consist half positive and half negative reviews. All reviews in this balanced scenario were in the local language. After reading the reviews, respondents are directed to fill out the items measuring their perception about the review valence and their intention to book this hotel for their one-week holiday. Following this stage, another introductory scenario of booking a hotel for one-week holiday was introduced to the respondents. The scenario included a different hotel in the same region with an identical package features and the same review text. A group of 300 respondents were randomly assigned to two groups which include purely negative or purely positive reviews each composed of twenty reviews. Respondents answered the questionnaire items, which measure their perception about the valence of the review and their intention to book this hotel.

In the second section, there were two measurements. First, the effect of reviewers' origin on booking intentions was measured. This was followed by the measurement of the moderating effect of review valence on this relationship. Three types of reviewer groups were formed and these groups included the reviews of Local (Home_{Rev}), International (Host_{Rev}) and Unidentified (Uni_{Rev}) consumers. The subjects were equally and randomly assigned to one of the review groups, each having 150 subjects which make a total of 450 respondents. Moreover, groups were further divided into the sub-groups by forming two types of review list, one with pure

positive and one with pure negative feedbacks. The experimental design of the study is summarized in Table 1.

Table 1. Experimental Design Groups

Group	Reviewer Group	Review Valence	Reviewer Group Composition		Reviewer Group Notes
			Local	International	
1	Uni _{Rev}	Positive	?	?	Unidentified reviewer group consists of consumers with no origin data provided.
		Negative			
2	Home _{Rev}	Positive	●	-	Home reviewer group consists of only local customers.
		Negative			
3	Host _{Rev}	Positive	-	●	Host reviewer group consists of only international, customers.
		Negative			

As it is summarized in Table 1, subjects in each group were exposed to reviews with different types of origin identifiers. Uni_{Rev} group was composed of scores ranging from one to five and generated by the consumers whose identities were not available, that is there were not any identifiers about their nationalities including name or native language. Consumers in this group were divided into two and each sub-group of Uni_{Rev} was exposed to one of the two different ranges of scores provided by the reviewer customers. The group with pure negative reviews was heavily composed of lowest level scores such as one or two, whereas the group with pure positive reviews was heavily composed of highest level scores such as four and five. Home_{Rev} group was composed of reviews generated by the consumers whose identities were specified as local, that is their names and native languages they use confirmed their local origins. Consumers in this group were divided into two and each sub-group of Home_{Rev} was exposed to either positive or a negative review as it is applied in Uni_{Rev} group. Host_{Rev} group was composed of reviews generated by the consumers whose identities were specified as international, that is the name and native languages they use confirmed their international origin. Consumers in this group were divided into two and each sub-group of Host_{Rev} was exposed to one of the two different levels of valence as it is applied in other two groups. The reviews were shown to the subjects using a hypothetical screenshot which belongs to a hotel review site. The content of reviews for the Home_{Rev} and Host_{Rev} groups were identical depending on their valence. On the other hand, subjects in the Uni_{Rev} were exposed to ratings generated by the unidentified consumers. All six groups in the second section of the study were introduced the same hypothetical introductory scenario with identical packages. After reading

the introductory scenario and the respective reviews or ratings of consumers, all subjects were asked to fill out the items measuring the perceived valence and their intentions to book the hotel.

3.2. Measures

The scales of perceived valence and booking intention were borrowed from the corresponding literature. Both scales were based on the study of Chan et al. (2017:57), in which the authors adopted the scales from the corresponding literature. Intention to book was measured with the following statement: “After reading the reviews about this hotel, it is very likely that I would book a room at this hotel” (Sparks & Browning, 2011:1314). The answers for this single item scale were recorded with 5 points starting with 1 (strongly disagree) and ending up with 5 (strongly agree). Perceived review valence was measured with the following statement: “Overall, I felt that the reviews were more positive than negative” (Sparks & Browning, 2011:1315). The answers for this single item scale were recorded with 5 points starting with 1 (strongly disagree) and ending up with 5 (strongly agree).

3.3. Analysis

Statistical Package for Social Sciences (SPSS 25.0) package programme was used for the testing of the hypothesis. PROCESS SPSS macro was employed to test the moderating effect of perceived review valence on the relative conditional effect of reviewer origin. This macro supports the analyzer with the asymmetric bootstrap confidence interval (CI) estimates for the measurement of relative conditional effects such as moderation effects (Hayes & Preacher, 2013:462).

4. RESULTS

4.1. The Effect of Online Customer Reviews and Valence on Purchase Intentions

In order to test the effect of review valence on booking intentions, a series of simple linear regression analysis has been conducted. The results confirm a statistically significant predictor effect of online customer reviews ($F(1,148) = 114.87, p < .000$) with a moderate explanatory power ($R^2 = .437$) on shaping booking intentions of consumers. This result confirms that a more positive perception of valence, leads to higher booking intentions, that is one unit increase in the positive perception of valence, generates a .712 unit higher booking intentions. Similarly, in case of pure positive valence of reviews, online customer reviews have a statistically significant predictor effect ($F(1,148) = 85.18, p < .000$) and a moderate explanatory

power ($R^2 = .365$) on changes in booking intentions of consumers. Thus, when all the reviews are positive, it leads to higher level of booking intentions in a way that one unit increase in the positive perception of review generates a .669 unit higher booking intentions. The results also confirm the significant predictor effect ($F(1,148) = 398.16, p < .000$) with a strong explanatory power ($R^2 = .729$) of pure negative reviews on booking intentions. When consumers are exposed to only negative messages about the hotel, these lead to decreasing levels of booking intentions of consumers in a way that, a one unit increase in the negative perception about the valence results in -1.014 units lower booking intentions. Based on these findings, H_1 , H_2 and H_3 are accepted. The results of the regression analysis are summarized in the Table 2.

Table 2. Results of the Regression Analysis

Predictor	Coefficients*			t	p-Value
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient		
	B	Std. Error	Beta		
Mixed Valence (All Groups)	.712	.066	.661	10.718	<.001
Positive Valence	.669	.072	.604	9.229	<.001
Negative Valence	-1.014	.051	-.854	-19.954	<.001

* Predictors: (Constant), Valence. Dependent Variable: Booking Intention

In order to test whether various levels of valence differ in terms of their effect on booking intentions, a one-way ANOVA analysis has been conducted. To measure this effect, responses from different scenarios in the first section of the study were combined into one, larger sample. The results of the analysis confirmed that the perception of consumers on the three levels of valence, namely all negative, mixed and all positive, significantly differ in terms of their effect on booking intentions ($F(2,447) = 480.40, p = .000$). Since a statistically significant difference between different levels of review valence was found as a result of the analysis, a post hoc test was conducted to explore which groups were statistically different from each other. Results of the post-hoc test confirmed that booking intentions of consumers who are exposed to only positive reviews were significantly higher than those of consumers exposed to negative reviews ($1.25 \pm 0.09, p = .000$). On the other hand, consumers who are exposed to mixed reviews showed higher booking intention compared to positive ($1.39 \pm 0.09, p = .000$) as well as negative ($2.64 \pm 0.08, p = .000$) reviews. Higher booking intention generated by the mixed reviews in comparison with the positive ones is an important finding of this study which needs to be elaborated further. In the light of the results of ANOVA and post-hoc analysis, H_4 , H_6 , H_7 are accepted and H_5 is rejected.

4.2. The Effect of Reviewers' Origin on Booking Intentions and the Moderator Role of Review Valence

In order to test whether there is a statistically significant difference between the effects of different types of reviewer origins on the booking intentions, a one-way ANOVA analysis has been conducted. The results of the analysis confirmed that the types of reviewer origin, namely unidentified (Uni_{Rev}), local ($Home_{Rev}$) and international ($Host_{Rev}$), significantly differ in terms of their effect on booking intentions ($F(2,447) = 71.11, p=.000$). Since a statistically significant difference between different types of reviewer origin in terms of their effect on booking intentions was found as a result of the analysis, a post hoc test was conducted to explore which groups were statistically different from each other. Results of the post-hoc test confirmed that booking intentions of consumers who have exposed to reviews from local reviewers were significantly higher compared to both consumers who exposed to reviews from international ($0.41 \pm 0.14, p = .01$) as well as reviews from unidentified consumers ($1.42 \pm 0.11, p = .000$). On the other hand, the booking intentions of consumers who are exposed to reviews from international consumers are found to be higher than those of exposed to reviews from unidentified consumers ($1.01 \pm 0.11, p = .000$). As a result of the ANOVA and post-hoc analysis H_8, H_9, H_{10} are accepted.

In order to test the moderation effect of review valence on the effect of reviewer origin on booking intentions, a moderation analysis was conducted. The moderator variable model summarized in Table 3 includes booking intentions as the dependent variable as well as interaction effects of reviewer origin and review valence on shaping the booking intentions.

Table 3. Results of the Moderation Analysis

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,6180	,3819	,9253	54.86	5	444	,0000

Predictor	Moderator Variable Model: DV = Booking Intention (Y)					
	Coefficient	SE	t	p	95% CI LL	95% CI UL
$Home_{Rev} (X_2)$	2.3993	.2958	10.5552	<.001	1.8180	2.9807
$Host_{Rev} (X_3)$	1.8333	.2939	8.1109	<.001	1.2558	2.4109
Content Valence (W)	-.2200	.0962	-2.2871	.0227	-.4090	-.0310
$Home_{Rev} (X_2) * Valence (W)$	-.4826	.1364	-3.5385	.0004	-.7507	-.2146
$Host_{Rev} (X_3) * Valence (W)$	-.4100	.1360	-3.0139	.0027	-.6774	-.1426

The results confirm the statistically significant moderator effect of perceived review valence on the effect of reviewers' origin on booking intentions ($F(5,444) = 54.86, p<.000$). First, in line with the findings in the ANOVA analysis, in the absence of the valence effect, reviews of local consumers generate higher booking intentions compared to those generated by

unidentified consumers ($y = 2.3993$, $p < .001$). Similarly, when the perceived valence effect is absent, international consumers generate higher booking intentions compared to unidentified consumers ($y = 1.8333$, $p < .001$). On the other hand, reviews generated by unidentified customers have lower impact compared to reviews generated by both local as well as international customers ($y = -.2200$, $p < .023$). Second, the significant interaction results in the table confirm the relative conditional effect of reviews by customers with local or international origins compared to reviews generated by the unidentified reviewers. In cases where the origin of the reviewer is not identified, the perceived review valence moderates this relationship in a way that the relative effects of local reviews on booking intentions depreciate compared to the reviews made by unidentified consumers when they are exposed to more positive or negative reviews ($y = -.4826$, $p < .001$). That is, when the perceived valence increases or decreases by one unit, the booking intentions generated by local reviews are affected more negatively compared to reviews generated by unidentified consumers. The same moderation effect is also valid in case of relative conditional effect of international reviewers on booking intentions. That is, compared to reviews made by unidentified consumers, the relative effect of international reviews on purchase intentions depreciate when they are exposed to more positive or negative reviews ($y = -.4100$, $p = .003$).

The moderating effect generated by the different levels of review valence on the relationship between reviewer origin and booking intentions is summarized in Table 4.

Table 4. Relative Conditional Effects of Reviewer Origin on Booking Intentions

Review Type * Valence	Relative Conditional Effects of Reviewer Origin on Booking Intentions			
	Coefficient	SE	95% CI LL	95% CI UL
HomeRev (X2) * Negative Valence	.9514	.1748	.6078	1.2950
HomeRev (X2) * Moderate Valence	1.9167	.1770	1.5689	2.2645
HomeRev (X2) * Positive Valence	1.4341	.1111	1.2157	1.6524
Host Rev (X3) * Negative Valence	.6033	.1756	.2582	.9485
Host Rev (X3) * Moderate Valence	1.4233	.1756	1.0782	1.7685
Host Rev (X3) * Positive Valence	1.0133	.1111	.7950	1.2316

Although the effect of reviews generated by local consumers lead to higher booking intentions compared to reviews generated by unidentified consumers, parallel to the previous findings in the model, this positive differential effect depreciates with the moderating role of review valence. That is, the positive differential effect of local reviews weakens when the valence of the review proceeds from moderate (1.91, 95% CI = 1.5689 to 2.2645) towards positive (1.43, 95% CI = 1.2157 to 1.6524). Similarly, international reviews generate higher effects of booking intentions compared to reviews generated by unidentified consumers.

However, this positive differential effect of international reviews also weakens when the valence of the review proceeds from moderate (1.42, 95% CI = 1.0782 to 1.7685) towards positive (1.01, 95% CI = .7950 to 1.2316). Figure 1 includes the graphical representation of these results. Compared to reviews generated by unidentified reviewers, both local as well as international reviews generate higher levels of booking intentions in each valence level. However, these positive differential effects of both local reviews as well as international reviews against reviews generated by the unidentified reviewers weaken in case the review valence proceeds from moderate to positive level. Therefore, we can conclude that review valence moderates the effect of reviewers' origin on booking intentions. In the light of these findings, H₁₁ is accepted.

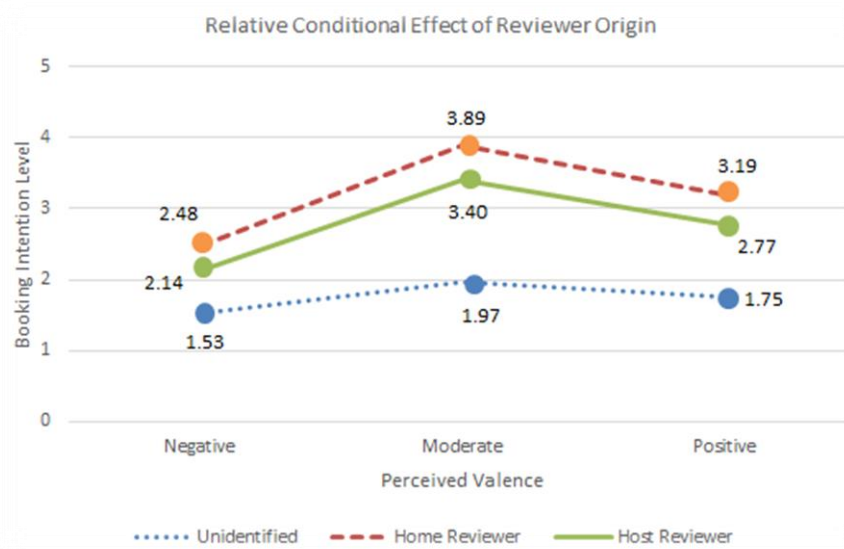


Figure 1. Relative Conditional Effect of Reviewer Origin

5. DISCUSSION

There are several findings of this study, which need to be discussed. First, one of the objectives of this study was to explore the effect of review valence on the booking intentions of consumers. The results of the study confirm that the review valence is a powerful factor which affects booking intentions. Thus, parallel to the findings in the current literature, this study reports a statistically significant effect of review valence on the booking intentions of consumers (Sparks & Browning, 2011: 1310; Chan et al. 2017: 61). Therefore, it can be concluded that positive reviews lead to increasing levels of booking intentions compared to negative ones. Moreover, the influence of different levels of valence, namely negative, mixed and positive, has differing effects on the booking intentions of consumers. In line with the findings in the current literature, the results confirm that positive reviews generate higher

booking intentions than the negative ones (Vermeulen & Seegers, 2009:126). Another finding of the study is that mixed reviews generate higher intentions of booking compared to pure positive reviews. This is probably due to negative perception of consumers about the reliability of the group of reviews which do not include any single negative review. Thus, consumers find the situation hard to believe, too good to be true and consider that reviews are generated on purpose. This finding does not find any support in the current literature since there are no studies reported such an effect. However, there are studies reporting the significant relationship between the proportion of valence type and its effects on consumer attitudes (Lee et al. 2008: 341). In this perspective, it can be regarded as one of the contributions of this study to the current literature. Overall, it can be concluded that consumer reviews generate conative effects on consumer behavior and the direction of the effect differs depending on their valence level.

A second objective of this study was to explore the effect of reviewers' origin on the booking intentions of consumers in the hotel industry. The results of the analysis confirm that reviews generated by different origins, namely unidentified, local and international consumers, have differing levels of effect on the booking intentions. Thus, the reviews generated by local consumers have more positive effects on booking intentions compared to reviews generated by international and unidentified consumers. Moreover, those reviews generated by international consumers yield to higher booking intentions compared to reviews generated by unidentified customers. This is a contribution of the study to the current literature since to the best of our knowledge there are no any other studies measured the effects of reviewers' origin on booking intentions in the tourism industry. However, studies which measure the role of similarities of consumers on the attitude formations well as purchase intentions report similar significant results (Duffy, 2015:136).

A third objective of this study was to measure the moderating effect of review valence on the relationship between reviewer origin and booking intentions. The results confirm that review valence moderates the effect of reviewers' origin on booking intentions. The depreciation rate of booking intentions is much higher in cases of exposure to reviews generated by local and international consumers compared to those generated by unidentified consumers when the review valence becomes more positive or negative. In line with the previous findings in the literature, the significant moderating role of review valence on consumer behavior is an expected one (Qiu et al. 2012:636). On the other hand, this significant effect of reviewer origin on booking intentions in tourism industry can be regarded as one of the contributions of this study.

6. MANAGERIAL IMPLICATIONS, LIMITATIONS AND FUTURE RESEARCH

6.1. Managerial Implications

The results of this study confirm the importance of user generated content on shaping consumer behavior, one more time. Especially in case of service intensive industries such as tourism, the effect of consumer reviews on consumer behavior may become much stronger due to the difficulties of making evaluations based on some objective criteria like the ones employed in the evaluation process of physical goods. The findings of this study lead into several managerial implications which need to be discussed and elaborated.

First, it is highly evident that hotel brands need to encourage their customers to provide their feedback about the experience they had with the hotel in the most accessed online platforms. Lack of such feedback in these most visited platforms may result in competitive disadvantage for the hotels. In order to motivate consumers, managers should provide some incentives and try to complete the process before consumers turn back to their homes. This is critical since when consumers turn back to their home; they dive into the daily issues and may not find enough time to allocate for generating such feedbacks. Therefore, it is important to develop some interactive application supported with incentives to get the reviews in the check-out day. One way of ensuring the contribution of customers, is to get their commitment upfront in their check-in, in exchange for an incentive. In this way, customers will provide their review before leaving the hotel. The incentives employed may be offering services, which are not part of the purchased holiday package, free of charge or with a discount. Managers need to find other creative ways to encourage consumers to provide their reviews.

Second, as the results suggest, the valence of review is effective in shaping consumer behavior. Due to the obvious effect of negatively perceived reviews on booking intentions, managers need to manage the complaints real-time. That is, there should be no single customer complaint left unsolved during the visit of the customer. As the riskiest customers are those which keep silence about their problems, it is imperative to encourage customers to compliant and take proper actions to solve their problems. This will help to manage the intensity of negative reviews in online platforms.

Third, as the interesting results of this study suggest, purely positive perceived reviews cause the user generated content lose its believability, endanger the trust of consumers to the hotel management and back-fire by resulting depreciated booking intentions. To prevent such cases, hotel management may ask those consumers, who articulated their problem during their

holiday stay and consequently resolved their problems, to provide their review in online platforms stating the problem they faced and how it is solved by the hotel management. This will convince consumers that the reviews are authentic and not manipulated.

Finally, managers should also track the composition of the reviewers' origin in the online platforms since different types of origins lead to different levels of booking intentions. It is especially crucial to encourage customers to identify themselves in terms of origin since those reviews generated by local as well as international customers generate higher booking intentions compared to reviews generated by unidentified customers.

6.2. Limitations and Suggestions for Future Research

There are two limitations of this study which need to be mentioned. First, the study measures the effect of reviewers' origin and the moderating role of perceived valence on booking intentions in a tourism context. The study can be extended to different industries and contexts for supporting the generalizability. Second, the hotel names used in the scenarios are hypothetical and do not exist in the market. Further studies may try to include real hotel brands to make it more authentic.

REFERENCES

- Ba, S., & Pavlou, P. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price premiums and buyer behavior. *MIS Quarterly*,26(3), 243–268.
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of Service Research*, 3, 166-177.
- Berger, R. & Richard, J. C. (2006). Some Exploration in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Bissell, D. (2012). Mobile testimony in the information age: The powers of travel reviews. *International Journal of Cultural Studies*,15(2), 149–164.
- Bone, P. F. (1995). Word-of-mouth effects on short-term and long-term product judgments. *Journal of Business Research*,32(2), 63-76.
- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and Systematic Information Processing within and beyond the Persuasion Context. In J. S. Uleman, & J. A. Bargh (Eds.), *Unintended Thought* (pp. 212-252). New York: Guilford.
- Chan, I.C.C, Lam, L. & Cheris, W.C. C. & Fong, L. & Law, R. (2017). The effect of online reviews on hotel booking intention: The role of reader-reviewer similarity. *International Journal of Hospitality Management*,66, 54-65.
- Chen, Y., & Jinhong, X. (2004). Online consumer review: A new element of marketing communications mix. *Management Science*,54(3), 477-491.
- Chen, P.Y., Wu, S.Y., Yoon, J. (2004). The impact of online recommendations and consumer feedback on sales. *ICIS Proc.* 58.
- Chevalier, J. A., and Mayzlin, D. (2006).The effect of word of mouth on sales: online book reviews. *Journal of Marketing Research*,43(3), 345–354
- Churchill, G.A., Collins, R.H., Strang, W.A., 1975. Should retail salespersons be similar to their customers? *Journal of Retailing*,51(3), 29–79.
- Crosby, L.A., Evans, K.R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective.*Journal of Marketing*,54(3), 68–81.
- Duan W, Gu, B., & Whinston, A., B. (2008). Do online reviews matter? An empirical investigation of panel data. *Decision Support Systems*, 45(4), 1007–1016.
- Duffy, A. (2015). “Friends and fellow travelers: comparative influence of review sites and friends on hotel choice?” *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 6(2), 127–144.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: the case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 83-108.
- Ghalandari, K. & Norouzi, A. (2012). The effect of country of origin on purchase intention: The role of product knowledge. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*,4(9), 1166-1171.
- Gino, F., Shang, J., & Croson, R. (2009). The impact of information from similar or different advisors on judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*,108, 287–302.
- Gu, B. & Ye, Q. (2014). First Step in Social Media - Measuring the Influence of Online Management Responses on Customer Satisfaction.*Productions and Operations Management*,23, 570-582.
- Guilhoto, L.F.M (2018). The Effects of Country-of-Origin on the Service Sector: A Multidimensional Approach. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 19(1), 1-28.

- Ha, S.H. & Bae, S.Y. & Son, L.K. (2015). Impact of online consumer reviews on product sales: Quantitative analysis of the source effect. *Applied Mathematics and Information Sciences*,9, 373-387.
- Hayes, F.A and Preacher, K. J. (2013). Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable. *The British journal of mathematical and statistical psychology*,67, 451-470.
- Keh, H.T. & Nguyen, M. & Ping N. H. (2007). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*,22, 592-611.
- Kim, S.J., Maslowska, E. & Malthouse, E.C. (2017). Understanding the effects of different review features on purchase probability. *International Journal of Advertising*, 37(1), 29-53.
- Kumar, A., Bezawada, R., Rishika, R., Janakiraman, R. and Kannan, P.K. 2016. From Social to Sale: The Effects of Firm-Generated Content in Social Media on Customer Behavior. *Journal of Marketing*,80(1): 7-25.
- Lau, D., Lam, L.W., Salamon, S.B. (2008). The impact of relational demographics on perceived managerial trustworthiness: similarity or norms. *Journal of Social Psychology*,148(2),187-208.
- Lee, J., Park, D-H & Han, I. (2008). The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view. *Electronic Commerce Research and Applications*,7, 341-352.
- Lin, C., Lee, S., & Horng, D. (2011). The effects of online reviews on purchasing intention: The moderating role of need for cognition. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 39, 71-82.
- Liu, Y. (2006). Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue. *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89.
- Milan, R. (2007). Travel reviews - consumers are changing your brand and reputation online. <http://www.travelindustrywire.com/article29359>>. Accessed 08.10.2018
- Mitchell, V. W., & Vassos, V. (1997). Perceived risk and risk reduction in holiday purchases: A cross-cultural and gender analysis". *Journal of Euromarketing*,6(3), 47-79.
- Mitchell, V. W., Davies, F., Moutinho, L., & Vassos, V. (1999). Using neural networks to understand service risk in the holiday product. *Journal of Business Research*, 46, 167-180.
- Noon, B.M., McGuire, K.A. (2013). Pricing in a social world: the influence of non-price information on hotel choice. *Journal of Revenue Pricing Management*,12(5), 385-401.
- Öğüt, H. & Taş, B.K.O. (2012). The influence of internet customer reviews on the online sales and prices in hotel industry. *The Service Industries Journal*,32(2), 197-214.
- Park, D., Lee, J., Han, I. (2007). The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*,11(4), 125-148.
- Petty, R. & Cacioppo, J. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*,19, 123-205.
- Qiu, L., Pang, J. & Lim, K. (2012). Effects of conflicting aggregated rating on eWOM review credibility and diagnosticity: The moderating role of review valence. *Decision Support Systems*,54, 631-643.
- Racherla, P., Connolly, D. J., & Christodoulidou, N. (2013). What determines consumers' ratings of service providers? An exploratory study of online traveler reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*,22(2), 135-161.
- Reynolds, F. D. & Darden, W.R. (1971). Mutually Adaptive Effects of Interpersonal Communication. *Journal of Marketing Research*, 8 (November), 449-454.
- Rogers, E.M., Bhowmik, D.K., (1970). Homophily-heterophily: relational concepts of communication research. *Public Opinion Quarterly*,34(4), 523-538.

- Roselins, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35(1), 56-61.
- Schuckert, M., Xianwei, L. & Law, R. (2015). Hospitality and Tourism Online Reviews: Recent Trends and Future Directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, 608-621.
- Settle, R. B., & Alreck, P. (1989). Reducing buyers' sense of risk. *Marketing Communications*, 14, 34-40.
- Shan, Y., (2016). How credible are online product reviews? The effects of self-generated and system-generated cues on source credibility evaluation. *Computers and Human Behavior*, 55, 633-641.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6), 1310-1323.
- Swan, J.E., Bowers, M.R., & Richardson, L.D. (1999). Customer trust in the salesperson: an integrative review and meta-analysis of the empirical literature. *Journal of Business Research*, 44(2), 93-107.
- Statista. 2018. Global Digital Expenditure Worldwide Report. <https://www.statista.com>. Accessed: June 2018.
- Utz, S., Kerkhof, P., & Bos, J.V. (2012). Consumers rule: How consumer reviews influence perceived trustworthiness of online stores. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11, 49-58.
- Vermeulen, I.E., & Seegers, D. (2009). Tried and tested: the impact of online hotel reviews on consumer consideration. *Tourism Management*, 30, 123-127.
- Zhang, Z., Zhang, Z., Wang, F., Law, R., & Li, D. (2013). Factors influencing the effectiveness of online group buying in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 237-245.
- Zhu, F., & Zhang, X. (2010). Impact of online consumer reviews on sales: The moderating role of product and consumer characteristics. *Journal of Marketing*, 74(2), 133-148.

Citation: Aslan, A. & Özeren, E. (2018). "Earthquake Will Pass, And The Life Will Go On": A Critical Reading Of Public Spots Of DASK, BMIJ, (2018), 6(4) : 1271-1284 doi <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.401>

“EARTHQUAKE WILL PASS, AND THE LIFE WILL GO ON”: A CRITICAL READING OF PUBLIC SPOTS OF DASK¹

Alper ASLAN²

Emir OZEREN³

Received Date (Başvuru Tarihi): 10/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 20/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

Neoliberal governmentality encourages individuals to value their life as a proper(ity). The neoliberal valuation of life embraces 'self-responsible' and 'competitive' individuals. Drawing on the contingency of life, neoliberal governmentality intervenes in affects to govern individuals. For instance, individuals are made anxious by the insecurity, vulnerability and ambiguity about the unintended consequences of what may happen to them. In this study, we address how Turkish Catastrophe Insurance Pool/'Natural Disaster Insurance Institution' (Doğal Afet Sigortaları Kurumu—hereafter, DASK) intervenes in affects for neoliberal valuation of life as proper(ity). With an interpretive, a post-structuralist and a critical management approach, we examine and analyze the content of the public spots of DASK through the lens of neoliberal governmentality. Accordingly, these public spots portray the victims of Van earthquake as 'compulsory guests' and problematise being a compulsory guest. We remark that the compulsory guests do not feel at home at their relatives' homes. Within the neoliberal precarization process to foster responsible subjects, DASK portrays the uneasiness—or properness—of compulsory guests through hopes, anxieties and fears so that individuals are encouraged to get their compulsory earthquake insurance to avoid being a compulsory guest.

Keywords: Neoliberal Governmentality, Foucault, Precarization, Precarious Life, Public Spot, Proper(Ty), Feeling At Home, Affect, DASK

JEL Codes: J17, L20, L21, M10, M14

“DEPREM GEÇECEK, HAYAT DEVAM EDECEK”: DASK'IN KAMU SPOTLARI ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR İNCELEME

ÖZ

Neoliberal yönetimsellik, bireyleri yaşamlarını uygun bir şekilde değerlendirmeye teşvik eder. Yaşamın neoliberal değerlemesi “kendinden sorumlu” ve “rekabetçi” bireyleri benimser. Yaşamın durumsallığı üzerinden neoliberal yönetimsellik, bireyleri yönetmeye yönelik duygulara/duygulanımlara müdahil olur. Örneğin, bireyler kendilerine neler olabileceğinin beklenmedik sonuçları hakkında güvensizlik/güvencesizlik, savunmasızlık/kırılganlık ve belirsizlik nedeniyle endişe duymaktadırlar. Bu çalışmada Türkiye’de Doğal Afet Sigortaları Kurumu'nun (Doğal Afet Sigortaları Kurumu - DASK) yaşamın mülkiyet olarak neoliberal değerlemesinde duygulanımlara nasıl müdahale ettiğine işaret etmekteyiz. DASK'ın kısa filmlerinin içeriğini yorumlayıcı, post-yapısalcı ve eleştirel yönetim yaklaşımıyla neoliberal yönetimsellik bakış açısından incelemekte ve çözümlemekteyiz. Bu doğrultuda söz konusu kamu spotları, Van depreminin kurbanlarını “zorunlu misafir” olarak betimlemekte ve zorunlu misafirliği sorunsallaştırmaktadır. Zorunlu misafirlerin akrabalarının evlerinde kendilerini evlerinde gibi hissetmedikleri gösterilmektedir. Neoliberal prekaryalaştırma sürecinde DASK, bireysel sorumluluğu güçlendirmek için umut, endişe ve korkular yoluyla zorunlu misafirlerin yaşamak zorunda kaldığı huzursuzluğa ya da rahatsızlığa vurgu yaparak bireylerin zorunlu misafir olmaktan kaçınmak için zorunlu deprem sigortalarını yaptırmalarını teşvik etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Neoliberal Yönetimsellik, Foucault, Prekarya, Güvencesizlik, Güvencesiz/Kırılgan Yaşam, Kamu Spotu, Mülkiyet, Evde Hissetmek, Duygulanım, DASK

JEL Kodları: J17, L20, L21, M10, M14

¹ This article is the final version of the work which has been significantly improved, revised and extended after being presented at the 10th International Critical Management (CMS) Conference in Liverpool, UK between 03 -05 July 2017.

² Asst.Prof.Dr., Muğla Sıtkı Kocman University, alperaslan79@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8494-7063>

³ Asst.Prof.Dr., Dokuz Eylül University, emirozeren@yahoo.com & emir.ozeren@deu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-4219-8401>

1. INTRODUCTION

Imagine that a powerful earthquake hits you and your family. You lose your home and have to stay at your relative's or friend's house. You cannot have privacy or intimacy. You cannot sleep in your own bed. You must use an unfamiliar bathroom. Your child cannot watch television freely. This scenario was presented by the Turkish 'Natural Disaster Insurance Institution' (*Doğal Afet Sigortalar Kurumu*—DASK) in four public spots broadcasted in 2014 on major television channels. The theme of the public spots was 'compulsory guests'. As DASK explains, the public spots were inspired by the stories of the victims of the 2011 Van Earthquake, which had a magnitude of 7.1.

The 2011 Van earthquake left thousands of people homeless; thus, several homeless people had to stay at the homes of their relatives. DASK calls them 'compulsory guests'; the public spots present compulsory guests as 'not feeling at home' at the homes of their relatives. Every public spot ends with the phrase 'get your compulsory earthquake insurance and avoid being a compulsory guest'. Moreover, the motto of DASK is 'earthquake will pass, and life will go on'. In the public spots, this motto implies that an earthquake may disrupt lives, but will not bring another life. After an earthquake, individuals still need to make individual efforts to survive. In other words, they still need to have "good" circulations amid threats that are imminent to life' (Anderson, 2012, p. 34).

Scholars acknowledge that good circulations should be sustained within all domains of life, as neoliberal governmentality undermines the dualisms of work and non-work, production and consumption, production and reproduction, and private and public (Anderson, 2012; Munro, 2012). Within the aforementioned blurred domains, value is not only created within factories, but within all life (Böhm & Land, 2012; Fleming, 2014). In this sense, neoliberal governmentality tries to transfer the life to the market by producing self-responsible, competitive and entrepreneurial subjects whose relationships are informed by the cost-benefit analyses they make (Foucault, 2008; Weiskopf & Munro, 2012).

Neoliberal governmentality does not target individuals directly; it shapes the 'milieu' through affects. Affects are not subjective; they are of being-in-the-world; thus, being-with. They refer to how individuals resonate with the world (Ratcliffe, 2008). Depending on the contingency of life, and capacities and vulnerabilities of individuals, neoliberal governmentality enacts hopes, anxieties and fears (Anderson, 2012; 2014; Lorey, 2015) mostly

through imagined futures that embrace certain possibilities of what may come and what an individual may lose or gain, etc. (Anderson, 2010).

Drawing on neoliberal governmentality, we examine how DASK values ‘feeling at home’. The public spots portray the uneasiness of compulsory guests at their hosts’ homes. In this sense, compulsory guests are unfamiliar with the spaces that they are guests within; they cannot sleep well, watch television or use the bathroom freely. Even though the hosts are kind to compulsory guests, compulsory guests do not feel at home. They are embarrassed; they see themselves as burdens to their hosts, as one compulsory guest remarks that his extended stay is at odds with being a guest. Their unease is their proper(ty); their proper(ty) is neoliberal governmental self-governance.

Neoliberal governmentality appropriates life by valuing feeling at home within the duality of security and insecurity (Lorey, 2015). The neoliberal subjects try to feel secure within their home. The home, or shell, of the neoliberal subject is not restricted to a determinate space; it is a way of being. Feeling at home depends on self-responsibility, self-sufficiency, self-enclosure and self-interest. Their home is based on an individual cost–benefit analysis. They are responsible for what they can and cannot achieve. Moreover, feeling at home ensures good circulations by limiting being exposed. Not being exposed ignores the demands and vulnerabilities of others. While feeling at home, the world is ‘my world (home)’, where individuals try to adapt to the existing world (Joseph, 2013). Put differently, this is like ontological violence that precludes alternative values and identities (Joronen, 2013).

However, in contrast to the neoliberal governmental valuation of feeling at home, we point out that feeling at home cannot be attained by arriving and staying at safe individual harbours or by limiting being exposed. Feeling at home can embrace the unhomely when the groundlessness (Kraftl, 2007; Reedy & Learmonth, 2011)—and precariousness (Butler, 2009; Lorey, 2015)—of life is acknowledged. With this acknowledgement, we can feel at home within ‘co-exposition’ (Nancy, 2008).

In this study, drawing on the public spots of DASK, we address the following research questions:

R.Q 1: ‘How valuing life as proper(ty) is encouraged by feeling at home’?

R.Q 2: ‘How feeling at home can unsettle the valuation of life beyond proper(ty)’?

2. THEORETICAL BACKGROUND

Foucault (1997) underlines that governmentality encompasses ‘to conduct individuals throughout their lives by placing them under the authority of a guide responsible for what they do and for what happens to them’ (p. 67). Governmentality refers to the ‘governmental rationality’ (Gordon, 1991, p. 1) of both subjectification and self-governing (Bröckling et al., 2011). Governmentality aims to ‘shape, guide or affect’ the conduct of actors (Gordon, 1991, p. 2). To achieve this, governmentality does not address individuals directly, but within their ‘milieu’ (Munro, 2012, pp. 348-351). The milieu encompasses individuals’ relations with themselves, others, things and events (Foucault, 1991, p. 93; Rose et al., 2006, p. 87).

Foucault (2007) underlines that the milieu is of ‘the problem of circulation and causality’ (p. 21); the problem of circulation, or separating good circulations from bad ones (Foucault, 2007, p. 18), concerns a certain valuation of life (Anderson, 2012; Dillon & Lobo-Guerrero, 2009). As a problem of causality, the milieu refers to the field of possibilities (Foucault, 2007, p. 20). By intervening in the milieu, governmentality aims to shape how diverse elements, encompassing human and non-human arrangements, affect each other for the valued life: ‘The milieu is a certain number of combined, overall effects bearing on all who live in it’ (Foucault, 2007, p. 21).

The concept of affect can adequately conceptualise the interventions in the milieu (Anderson, 2014). In recent years, some studies have conceptualised affect as autonomous and separated it strictly from feelings and emotions. However, within this conceptualisation, affect is addressed ‘as lines of force without a subject’ (Wetherell, 2012, p. 122), and the relation between affect and subjectivation cannot be analysed (Dawney, 2013; Wetherell, 2012).

In this study, we acknowledge the primacy of practices and material arrangements to address subjectivity; thus, we do not privilege bounded individuals and internal mental mechanisms (see Dawney, 2013; Ratcliffe, 2008; Wetherell, 2012). Affect is of being-in-the world and thus being-with. In this sense, it implies the impossibility of detached and self-sufficient individuals. Affect is inextricable from sense-making, and it refers to the process of affecting and being affected within the field of possibilities (Ratcliffe, 2008; 2013a). Additionally, the field of possibilities encompasses possible activities (what a person can do) and possible happenings (what might happen) (Ratcliffe, 2013b, p. 77). This conceptualisation of affect can address ‘the [neoliberal governmental] practices that subjectify’ (Wetherell, 2012, p. 122).

Neoliberal governmentality intervenes in the field of possibilities by making ‘competition’, rather than ‘exchange’, the essence of the market. For neoliberal governmentality, competition is ‘not a natural given that must be respected’, but must be produced (Foucault, 2008, p. 120).

Within neoliberal governmentality, competition is the ‘regulatory principle of society’ (Foucault, 2008, p. 146):

‘what is sought is not a society subject to the commodity-effect, but a society subject to the dynamic of competition. Not a super-market society, but an enterprise society’ (Foucault, 2008, p. 147).

Within this competitive milieu, governmentality operates within the field of possibilities through affect (Anderson, 2014). To compete, the subject should appropriate. His/her life should be valued as proper(ty) (see Butler and Athanasiou, 2013; Skeggs 2014). Since competition pervades all spheres of life, every activity may support life as proper(ty), as Foucault (2008) notes:

‘the individual’s life itself—with his relationships to his private property, for example, with his family, household, insurance, and retirement—must make him into a sort of permanent and multiple enterprise’ (p. 241).

The neoliberal valuation of life as proper(ty) encompasses individual practices of appropriation and what is proper:

‘In the early modern period the property/selfhood interconnection must have appeared almost tautological; one word for property was propriety deriving from the Latin *proprius*, that is, own or peculiar to oneself. What is proper to oneself is that which—existentially and etymologically!—one owns’ (Gunn, 1995, p. 48 cited in Skeggs, 2014, pp. 3-4).

The valued life, or life as proper(ty), depends on entrepreneurship, autonomy, coherence, purity, self-sufficiency and self-responsibility (Davies, 1998; Lorey, 2015, p. 30). This life is not inert; it demands a constant struggle to protect the proper(tied) life. Lorey (2015) points out that neoliberal governmentality depends on precarization. She defines the precarious in its broadest sense as ‘insecurity and vulnerability’ (Lorey, 2015, p. 10). She distinguishes between three dimensions of the precarious: ‘*precariousness*, *precarity* and governmental *precarization*’ (p. 11). For Lorey (2015), precariousness refers to the impossibility of being self-sufficient; to survive, we need the care of others, and our precariousness ‘exposes us to others’ (p. 20). In this sense, it is ‘socio-ontological’ and ‘existentially shared’. It is of being-with (Lorey, 2015, pp. 11-12; see also Butler, 2009; Butler & Athanasiou, 2013). Precarity is

the unequal distribution of the shared precariousness (Lorey, 2015, pp. 21-22). Additionally, this unequal distribution depends on precarization. As with many scholars, Lorey states that neoliberal governmentality addresses the contingency of life and ‘destabilize[s]’ it (p. 13).

The neoliberal valuation of life as proper(ity) within precarization demands self-responsibilisation. This produces individualisation with the fantasy of managing ‘one’s “own” precariousness’ (Lorey, 2015, p. 26) and the ‘normalization of precarization through subjugation and conformity’ (p. 63). Lorey (2015) remarks that the valuation of life as property traces back to liberal thought (p. 31). Within liberal governmentality, the individual learns that he can augment his capacity for his own and his family’s security and for a better life (Lorey, 2015, pp. 25-31). Liberal governmental enact precarization by producing others. These others are devalued according to their body and culture. Women in the reproductive domain and those excluded from the nation state are not as proper/pure as white man (Lorey, 2015, pp. 36-38). In sum, liberal governmentality try to fight against precarity for its (male) citizens. However, neoliberal governmentality governs through precarization (Lorey, 2015).

Lorey (2015) underlines that the duality of ‘freedom and security’ of liberalism are replaced by the ‘freedom and insecurity’ of neoliberal governmentality (p. 64). In other words, while liberal governmentality provide the freedom for some to secure their lives, neoliberal governmentality places this security under constant threat. This change is related to affect and thus possibilities. While liberal governmentality depends on possible activities, neoliberal governmentality threatens possible activities by enacting possible happenings to encourage life to be valued as proper(ity) (see Anderson, 2012; Lazzarato, 2009). Thus, precarity depends on the ‘qualitative differences of bodies, actions, activities and affects that must be produced in competition through active (self) design’ (Lorey, 2015, p. 70) rather than on the ‘naturalized differences’ of bodies and cultures (Lorey, 2015, p. 69).

The neoliberal valuation of life as proper(ity) demands the governing of one’s own precariousness; moreover, it erodes any concept of common action against the precarity by producing individualised winners and losers (Lorey, 2015, p. 90; see also Lazzarato, 2009). One of the main domains that feeds the neoliberal valuing of life as proper(ity) is home. Blunt and Dowling (2006) underline that home is not just a house; home is ‘a place/site, a set of feelings/cultural meanings, and the relations between the two’ (pp. 2-3). Thus, improving the feeling at home is powerful for governmental precarization. Since feeling at home emerges within the practices of how we govern ourselves and engage with others, it can separate the proper (good, valued) circulations from the improper (negative, devalued) ones. Moreover, Isin

(2004) notes that ‘home as a domain of serenity and stability’ produces more anxieties for the neoliberal subject (p. 231). In what follows, drawing on the public spots of DASK, we address ‘how valuing life as proper(ty) is encouraged by feeling at home’, and ‘how feeling at home can unsettle the valuation of life beyond proper(ty)’.

3. CONTEXT AND METHOD

In the recent past, powerful earthquakes have hit Turkey: the İzmit earthquake with a moment magnitude of 7.4 on August 17, 1999; the Düzce earthquake with a moment magnitude of 7.2 on November 12, 1999; and the Van earthquake with a moment magnitude of 7.1 on October, 23, 2011. DASK (Turkish Catastrophe Insurance Pool) which holds the main responsibility of provision, implementation and management of Compulsory Earthquake Insurance in Turkey, was founded in 2000 as a legal entity. DASK tries to increase public awareness of earthquakes and produces an insurance pool that can help people after earthquakes. For DASK, compulsory earthquake insurance is the ‘primary social responsibility’, as it can help earthquake victims and build social cohesion. Although, earthquake insurance is described as ‘compulsory’, it partly depends on the choices of citizens. However, DASK tries to increase the percentage of earthquake insurance within certain control points. For instance, dwellings within the municipality’s borders are controlled if they have compulsory earthquake insurance within the water and electricity subscription and title deed transactions. As of June 9, 2017, the percentage of earthquake insurance holders is 44.7 (DASK).

DASK also tried to build public awareness of the possible traumas of earthquakes in 2014 through public spots that were broadcast on television. In this study, we examine the following public spots with a post-structuralist and an interpretive approach: ‘the bathroom’, ‘watching television’, ‘the toilet queue’, ‘the shakedown’. The public spots which were produced after the Van earthquake were accessed by the authors through the official web site of DASK. The public spots were directed by Çağan Irmak, a famous Turkish director. Each film lasts approximately 35 seconds. Although they are short; Turkish citizens watched them constantly throughout 2014.

The public spots were watched several times by both authors and their content was coded by each author separately at first. Then, the authors came together to discuss the initial codes to arrive at consensus on the final themes. Since “[a]ffect is a powerful form of communicative action that is visible both within and outside language” (Richard & Rudnyckij,

2009, p. 61), the authors did not just pay attention to what is spoken, but also the bodily activities and material arrangements in the public spots. By adopting Gioia's methodology to inductive research which is one of the most cited methodological approach in qualitative research tradition, the data were analyzed qualitatively via the interpretative, narrative and deconstructive approach (Gehman et al., 2018; Gioia et al., 2013; Marshall and Rossman 2016). The same procedure was performed for each public spot and then across the entire data to figure out the commonalities, emerging and salient patterns. Finally, the final themes of this study were identified and discussed in greater details in the following section.

4. FINDINGS

4.1. Being a (proper) Compulsory Guest

The public spots aim to get Turkish citizens to imagine themselves as compulsory guests who have to stay at the homes of their relatives. Within neoliberal governmentality, imaginaries produce certain possibilities by envisioning what may happen. They demand certain actions and identities to prevent events that may disrupt a normalised circulation/life (see Anderson, 2010; Aradau and Van Munster, 2011; De Goode and Randalls, 2009). As Lennon states,

‘...the imagined relation is an affective relation to the world. To view the world affectively is not simply to see it as containing certain potentialities for actions but to see such actions as appropriate or desirable, invested with possibilities of pleasure and pain.’ (2004, pp. 120-121)

Within the public spots, DASK asks Turkish citizens to imagine themselves as compulsory guests. The names of the public spots are ‘the bathroom’, ‘watching television’, ‘the toilet queue’ and ‘the shakedown’. Every public spot starts by stating that ‘this film was inspired by the real stories of earthquake victims’.

In the public spot on the bathroom, a female compulsory guest waits timidly in front of the bathroom. The host exits her bathroom; she sees the compulsory guest waiting. The host asks if she will use the bathroom. The compulsory guest confirms that she will. The host asks if she needs a towel. The compulsory guest thanks her and says that she has one. The host tells her to use the bathroom as if it is her own. However, the guest cannot use it as if it is her own. The camera, by slowly showing the floor and walls, presents the unfamiliarity of the bathroom for the compulsory guest (please see Figure 1).



Figure 1: Scenes Taken From The Public Spot Named As “The Bathroom”

In the public spot on the toilet queue, the compulsory guest comes across his female and male hosts in the hall and in front of the toilet. The female host goes without saying anything. The male host asks if the compulsory guest will use the toilet, giving his turn to the compulsory guest. The compulsory guest hesitates. The host reminds the compulsory guest that he is their guest. The compulsory guest is embarrassed; he confesses that his extended stay is at odds with being a guest. However, the host kindly gives his turn to him (please see Figure 2).



Figure 2: Scenes Taken From The Public Spot Named As “The Toilet Queue”

The public spot on watching television starts in the living room. The hosts and compulsory guests drink tea and watch television. The householder changes the channel. On one channel, he hears news on the Van earthquake. The news says that since the Van earthquake help has been mobilised throughout Turkey. Everyone in the living room pays attention to the news. The camera also presents their sadness and attention. The compulsory guest child intervenes by crying, ‘Aren’t there any cartoons to watch in this home? Always news, always news’. His mum hushes him and covers his mouth with her hand. Then, the camera shows the pity in the air. The compulsory guest child says, ‘Mom, let’s go home’. The compulsory guest mother and father look at each other sadly (please see Figure 3).



Figure 3: Scenes Taken From The Public Spot Named As “Watching Television”

The public spot on the shakedown presents the discomfort of compulsory guests at not being able to sleep in their beds and home. It is night time. A dog is barking outside. The compulsory guest husband is seen lying on the shakedown on the floor. He opens his eyes when an interior door (probably the door to the bathroom or toilet) creaks. The camera moves away from the face of the husband; then, we see the wife. She cannot sleep, either. The husband rises; his wife looks at him. The husband turns to his right and looks at his two children, who are not sleeping very comfortably in the same bed. He turns his head to his left and sees their suitcase. Then, he hears a voice from the interior door and sees someone behind the frosted glass (please see Figure 4).



Figure 4: Scenes Taken From The Public Spot Named As “The Shakedown”

4.2. Feeling not at Home

All the public spots end by stating that ‘many people whose houses were damaged in the earthquake had to be the guests of their relatives for a long time: Get your compulsory earthquake insurance and avoid being a compulsory guest’. The public spots aim to prompt Turkish citizens to obtain compulsory earthquake insurance by showing them how compulsory guests cannot feel at home within the houses of their relatives.

As a domain of familiarity, security, stability and belonging, the home should be one’s own, and it must be appropriated; in other words, it should provide shelter from the hurly-burly of life; it should be a shell that allows us to be ourselves without being exposed to others (see Jacobson, 2009; Kaika, 2004). Home should also provide a sense of closure and pureness.

Jacobsen (2009) notes that '[A]t home, we can relax into our own ways of doing things, and do so without a plan, without determining in advance where we should be and for what purpose' (p. 359). However, for compulsory guests, everyday practices at home are troublesome. They are exposed to their hosts. For instance, they cannot use the toilet and bathroom with ease; they cannot sleep well and they cannot watch whatever they want on television.

The source of anxiety in these public spots is being a compulsory guest; it is not being helpless. To foster responsible subjects, DASK portrays the uneasiness—or properness—of compulsory guests. Being a guest can be appropriate if the guest can leave in good time. However, when guests stay for a long time, hosting can cause problems for both hosts and guests. In the public spots, the hosts are kind people; although they do not give their proper(ty) to the guests (see Derrida, 2000), they share their homes with the compulsory guests. If the public spots portrayed the guests as rude, they might have been offensive or inefficient.

The public spots problematise being a compulsory guest. Since proper guests do not stay for a long time, compulsory guests are not 'proper guests'. Indeed, one compulsory guest confesses that he is not a (proper) guest anymore. Within neoliberal precarization individuals affect each other within their individualisation (Lorey, 2015, p. 3) and thus within their own precariousness. Being dependent on others is not appropriate. Everyone is responsible for themselves. Thus, compulsory guests also take for granted the neoliberal valuation of life as proper(ty). In this sense, they are 'proper compulsory guests', because they do not feel at home; they feel embarrassed and sad about their situation. They are not demanding; only the child can cry about his discomfort.

5. CONCLUSION: FEELING AT HOME ON GROUNDLESS GROUND

The mantra of DASK that 'earthquake will pass, and the life will go on' implies that an earthquake will disrupt life as proper(ty). Furthermore, the disrupted life should be repaired, since the disruption will not bring an alternative life. As Aradau and van Munster (2011) underline, catastrophe insurance values the 'propriated life' (p. 57) and 'sustain[s] the normal and the present in its existing configuration' (p. 64). The disruption creates winners and losers within the neoliberal valuation of life as proper(ty). The winners can sustain their propriated life and circulation through insurance (Aradau & Van Muster, 2011; Lobo-Guerrero, 2007). The insurance supports their self-sufficiency.

However, the compulsory guests are losers, since they cannot sustain neoliberal governmental circulation or adapt to life as it is. Within the neoliberal valuation of life as

proper(ty), circulation depends on individual entrepreneurship and responsibility. Adaptation requires the ability to feel at home. When feeling at home is reduced to the neoliberal valuation of life as proper(ty), it prevents exposure to others; it settles, purifies, appropriates and closes the individual within his/her boundaries, success and failure. Thus, this also leads to precarity (Butler & Athanasiou, 2013; Lorey, 2015). Moreover, within precarity, individuals try to feel at home within their self-responsibilisation; they do not feel at home when being cared for by others or during common struggles against precarization:

‘In the permanent race for the hoped-for securing one’s own life and that of one’s immediate social milieu against competing others, the fact that a lastingly better life cannot be an individual matter is obscured.’ (Lorey, 2015, p. 90)

However, feeling at home cannot be reduced to the mere neoliberal valuation of life as proper(ty). It can serve to be exposed to the other, to the common, and to the improper. Since being is being-with, individuals cannot primordially feel at home within their self-enclosure (Butler, 2009; Nancy, 2008). Feeling at home beyond the neoliberal valuation of life as proper(ty) requires acknowledging our precariousness. Our precariousness, which is an aspect of our groundless ground, regards our limit as self-sufficient individuals (Butler, 2009; Butler & Athanasiou, 2013; Lorey, 2015). Our groundless ground cannot be tameable, capitalisable and measurable; it is the ‘excess of life’ (Lobo-Guerrero, 2014; Lorey, 2015); it marks the common and improper (Davies, 1998; Devisch, 2013) against the neoliberal valuation of life as proper(ty).

Within the excess of life, preceding categories and identities erode. It is the ‘with’ of being-with that is essential (Nancy, 2008). When ‘with’ is not the essence, preceding values and norms determine how separated and valued individuals should engage with each other (e.g., as ‘proper guests’ and ‘proper compulsory guests’). However, when the ‘with’ is the essence, it embraces our groundless ground and precariousness, disposing of the self-enclosed, propertied subject. With this, the ‘with’ entangles the proper and the improper. Moreover, feeling at home within this entanglement can disrupt neoliberal circulation and disclose alternative worlds and subjectivities.

REFERENCES

- Anderson, B. (2010). Preemption, precaution, preparedness: Anticipatory action and future geographies. *Progress in Human Geography*, 34(6): 777-798.
- Anderson, B. (2012). Affect and biopower: towards a politics of life. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 37(1): 28-43.
- Anderson, B. (2014). *Encountering affect: capacities, apparatuses, conditions*. Surrey: Ashgate.
- Aradau, C. and van Munster, R. (2011). *Politics of catastrophe: genealogies of the unknown*. Oxon: Routledge.
- Blunt, A. & Dowling, R. (2006). *Home*. Oxon: Routledge.
- Böhm, S. & Land, C. (2012). The new 'hidden abode': reflections on value and labour in the new economy. *The Sociological Review*, 60(2): 217-240.
- Bröckling, U., Krasmann, S. & Lemke, T. (2011). From Foucault's lectures at the collège de France to studies of governmentality. In U. Bröckling, S. Krasman and T. Lemke (eds.), *Governmentality: Current issues and future challenges*: 1-33. New York: Routledge.
- Butler, J. (2009). *Frames of war: when is life grievable?* London: Verso.
- Butler, J. & Athanasiou, A. (2013). *Dispossession: the performative in the political*. Cambridge: Polity Press.
- Davies, M. (1998). The proper: discourses of purity. *Law and Critique*, 9(2): 147-173.
- Dawney, L. (2013). The interruption: investigating subjectivation and affect. *Environment and Planning D: Society and Space*, 31: 628-644.
- de Goode, M. & Randalls, S. (2009). Precaution, preemption: arts and technologies of the actionable future. *Environment and Planning D: Society and Space*, 27: 859-878.
- Derrida, J. (2000). Hospitality. *Angelaki: Journal of Theoretical Humanities*, 5: 3-18.
- Devisch, I. (2013). How (not) to properly abandon the improper? *Angelaki: Journal of Theoretical Humanities*, 18: 69-81.
- Dillon, M. & Lobo-Guerrero, L. (2009). The biopolitical imaginary of species-being. *Theory, Culture & Society*, 26(1): 1-23.
- Fleming, P. (2014). When 'life itself' goes to work: reviewing shifts in organizational life through the lens of biopower. *Human Relations*, 67(7): 875-901.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon and P. Miller (eds.), *The Foucault Effect*: pp.87-104. Chicago: The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (1997). *The essential work of Foucault, volume I: Ethics*. (Translated by R. Hurley and others). New York: The New Press.
- Foucault, M. (2007). *Security, territory, population: lectures at the college de France, 1977-78*. London: Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (2008). *The birth of biopolitics: lectures at the collège de France, 1978-79*. London: Palgrave Macmillan.
- Gehman, J., Glaser, V. L., Eisenhardt, K. M., Gioia, D., Langley, A., & Corley, K. G. (2018). Finding theory-method fit: A comparison of three qualitative approaches to theory building. *Journal of Management Inquiry*, 27(3): 284-300.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1): 15-31.
- Gordon, C. (1991). Governmental rationality: an introduction. In G. Burchell, C. Gordon and P. Miller (eds.), *The Foucault Effect*: pp.1-51. Chicago: The University of Chicago Press.
- Jacobson, K. (2009). A developed nature: A phenomenological account of the experience of home. *Continental Philosophy Review*, 42: 355-373
- Insin, E. F. (2004). The neurotic citizen. *Citizenship Studies*, 8(3): 217-235.
- Joronen, M. (2013). Conceptualising new modes of state governmentality: power, violence and the mono-politics of neoliberalism. *Geopolitics*, 18(2): 356-370.

- Joseph, J. (2013). Resilience as embedded neoliberalism: a governmentality approach. *Resilience*, 1(1): 38-52.
- Kaika, M. (2004). Interrogating the geographies of the familiar: domesticating nature and constructing the autonomy of the modern home. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(2): 265-286.
- Kraftl, P. (2007). Utopia, performativity, and the unhomely. *Environment and Planning D: Society and Space*, 25(1): 120-143.
- Lazzarato, M. (2009). Neoliberalism in action inequality, insecurity and the reconstitution of the social. *Theory, Culture & Society*, 26(6): 109-133.
- Lobo-Guerrero, L. (2007). Biopolitics of specialized risk: an analysis of kidnap and ransom insurance. *Security Dialogue*, 38(3): 315-334.
- Lobo-Guerrero, L. (2014). The capitalisation of 'excess life' through life insurance. *Global Society*, 28: 300-316.
- Lennon, K. (2004). Imaginary bodies and worlds. *Inquiry*, 47: 107-122.
- Lorey, I. (2015). *State of insecurity: government of the precarious*. London: Verso.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing qualitative research*. 6th edition. Sage publications.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing qualitative research*. 6th edition. Sage publications.
- Munro, I. (2012). The management of circulations: biopolitical variations after Foucault. *International Journal of Management Reviews*, 14: 345-362.
- Nancy, J-L. (2008). The being-with of being-there. *Continental Philosophy Review*, 41(1): 1-15.
- Ratcliffe, M. (2008). *Feelings of being: Phenomenology, psychiatry and the sense of reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Ratcliffe, M. (2013a). Touch and the sense of reality. In Z. Radman (Ed.), *The hand, an organ of the mind: What the manual tells the mental*(pp. 131-157). Cambridge, UK: MIT Press.
- Ratcliffe, M. (2013b). Phenomenology, naturalism and the sense of reality. *Royal Institute of Philosophy Supplement*, 72, 67-88.
- Reedy, P. & Learmonth, M. (2011). Death and organization: Heidegger's thought on death and life in organizations. *Organization Studies*, 32(1): 117-131.
- Rose, N., O'Malley, P. & Valverde, M. (2006). Governmentality. *Annual Review of Law and Social Science*, 2: 83-104.
- Skeggs, B. (2014). Values beyond value? Is anything beyond the logic of capital? *British Journal of Sociology*, 65(1): 1-20.
- Weiskopf, R. & Munro, I. (2012). Management of human capital: discipline, security and controlled circulation in HRM. *Organization*, 19(6): 685-702.
- Wetherell, M. (2012). *Affect and emotion: A new social science understanding*. London: Sage.

Citation: Ergün S. & Atay Polat M. (2018), Türkiye’de Bölgeler Düzeyinde Sağlık Harcamalarını Etkileyen Unsurların Panel Veri Analizi İle Belirlenmesi (2018), 6(4): 1285-1309 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.290>

TÜRKİYE’DE BÖLGELER DÜZEYİNDE SAĞLIK HARCAMALARINI ETKİLEYEN UNSURLARIN PANEL VERİ ANALİZİ İLE BELİRLENMESİ

Suzan ERGÜN¹

Melike ATAY POLAT²

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 07/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

1960'lerden beri, sağlık harcamalarının artması tüm dünyada çok fazla endişeye neden olmuştur. Bu konu ile ilgili yapılan araştırmalar bir yandan sağlık harcamalarındaki artışın nedenlerini açıklamaya çalışmış diğer yandan da maliyetleri düşürmek için hangi değişkenlerin etkilenebileceğini araştırmıştır. Bu çalışmanın amacı Türkiye’de Düzey 2 bölgesi için sağlık harcamalarının eğilimlerini ve belirleyicilerini panel veri yöntemi ile incelemektir. Analiz sonucunda sağlık harcamaları ile nüfus, enflasyon oranı ve vergi oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilirken; sağlık harcamaları ile bebek ölüm hızı ve okuryazarlık oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Harcamaları, Sağlık Harcamaları Belirleyicileri, Panel Veri Yöntemi

Jel Kodları: I19, C33, R19

DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING HEALTH SPENDING IN TURKEY WITH PANEL DATA ANALYSIS AT THE REGIONS LEVELS

ABSTRACT

Since the 1960s, increased health spending has caused much concern all over the world. Researches done on this subject while one hand have tried to explain the causes of the increase in health expenditures, on the other hand, investigated which variables could be affected to reduce costs. The aim of this study is to investigate the trends and determinants of health spending by means of panel data method for Level 2 Region in Turkey. As a result of the analysis, while there was statistically significant and positive relationship between health expenditures and population, inflation rate and tax rate; statistically significant yet negative correlation was found between health expenditures, infant mortality rate and literacy rate.

Keywords: Health Expenditures; Health Expenditures Determinants; Panel Data; Panel Cointegration

Jel Codes: I19; C33; R19

¹ Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, İktisat Bölümü, suzan.ergun@inonu.edu.tr

² Doç. Dr. Şimşek Üniversitesi, İktisat Bölümü, matay@simsek.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-8447-972X>

<http://orcid.org/0000-0001-9507-5942>

1. GİRİŞ

Sağlık beşeri sermayenin temel bileşenlerinden birisidir. Sağlık yoluyla beşeri sermayeye yapılan yatırım ekonomik büyümeyi beraberinde getirir. Gelişmiş sağlık; ekonomik büyümeye dört şekilde katkıda bulunmaktadır (Panda ve Panda; 2015: 33-34). (i) Hastalıktan kaynaklanan üretim kayıplarını azaltır; (ii) Hastalık yüzünden kullanılmayan doğal kaynakların kullanılmasına izin verir; (iii) Çocukların okula kayıtlarını arttırır ve daha iyi öğrenmelerini sağlar ve (iv) Hastalığın tedavisi için harcanacak olan kaynakların alternatif kullanımına izin verir. O halde sağlık; ekonomik büyüme ve gelişme için gerekli olan verimlilik artışını fiziksel ve zihinsel kapasitede artış yoluyla sağlar. Diğer koşullar sabitken; daha sağlıklı çalışanlar sağlıksız çalışanlardan daha uzun çalışırlar ve daha verimli olurlar. İyi sağlık eğitim yoluyla edinilen bilginin etkin kullanımını arttırmaktadır. Bundan ötürü; herhangi bir ekonominin sürdürülebilir ekonomik büyümeye ulaşması için; hükümetin sağlık harcamalarına yeterli pay ayırması gerekmektedir. Ancak; sağlık hizmetlerinin yeterli ve niteliksel olarak sağlanması; hükümetin ve hanehalkları dahil özel sektörün kaynaklarını bu amaç için nasıl tahsis ettiğine bağlıdır.

Kamu harcamaları üretken olan ve üretken olmayan kamu harcamaları diye ikiye ayrılır. Eğitim; sağlık; yol gibi üretken kamu harcamaları ekonomik büyüme üzerinde doğrudan bir etkiye sahip iken; maaş; kira gibi üretken olmayan kamu harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde dolaylı etkisi olduğu veya hiç bir etkisi olmadığı varsayılmaktadır. Ekonomik büyüme için gerekli bir faktör olan beşeri sermayenin kalitesini belirleyen önemli faktörlerden biri sağlık olduğu için gelişmekte olan ülkeler eğitim ve diğer sosyal hizmetlere yapılan kamu harcamaları gibi sağlığa yapılan kamu harcamaları ile beşeri sermayeyi güçlendirmeye çalışmaktadırlar (Imoughele ve Ismaila; 2013: 221-222). Sağlık sektörü; ekonominin sosyal; ekonomik ve demografik özellikleriyle bağlantılı olarak düşünülmelidir. Dolayısıyla; sadece biyolojik ve çevresel değil; aynı zamanda ekonomik; sosyal ve demografik değişiklikler ulusal düzeyde sağlık ve sağlık harcamaları kararlarını etkilemektedir (Faisal ve Ulrich; 2011: 1). Ekonomik teoride; pek çok belirleyici sağlık harcamalarını etkileyebilir. Örneğin; politik faktörler sağlık harcamalarını değiştirebilir. Hükümet ideolojisi de bu belirleyicilerden biridir. Dahası; sosyalist sisteme sahip bir ülkede kamu harcamaları; liberal olanlardan daha yüksektir. Ülkenin sosyo-ekonomik ve kültürel durumu bir başka belirleyicidir (Samadi ve Rad; 2013: 64).

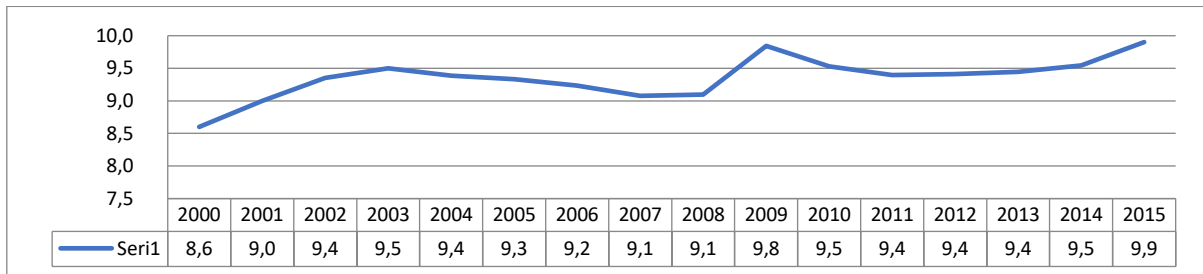
Avrupa Birliği'nde 1988 yılında alınan kararla; Avrupa Birliği İstatistik Ofisi tarafından oluşturulan Avrupa Birliği İstatistik Bölge Birimi Sınıflandırması (NUTS) uygulamasının

Birliğe tam üye ve aday üye ülkelerde kullanılması zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca Avrupa Birliği İstatistik Ofisi bölgesel planlar hazırlanırken bu planların Düzey 2 bölgeleri dikkate alınarak hazırlanmasını öngörmektedir. Bu karar doğrultusunda Türkiye’de İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) 28.08.2002 tarih ve 2002/4720 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda tıpkı Avrupa Birliği NUTS’da olduğu gibi Düzey 1; Düzey 2 ve Düzey 3 olmak üzere üç aşamalı bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırmada 81 il Düzey 3 olarak; ekonomik; coğrafi; sosyal açıdan benzer özellikler gösteren illeri içeren 26 bölge Düzey 2 olarak; Düzey 2’de olduğu gibi benzer özellikler gösteren illeri kapsayan 12 bölge Düzey 1 olarak sınıflandırılmıştır. Düzey 2’yi oluşturulan 26 bölge tespit edilirken sosyoekonomik ve kültürel açıdan birbirine benzer özellikler sergileyen; coğrafi yönden yakın özellik gösteren ve ortak sorunlara sahip olan iller bir araya getirilmiştir.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de Düzey 2 bölgesi için sağlık harcamalarını etkileyen unsurların belirlenmesidir. Bu kapsamda yapılacak analizler; literatürde; 2009-2016 döneminde bölgeler düzeyinde sağlık harcamalarını etkileyen unsurları tespit eden herhangi bir çalışma olmaması bakımından literatüre katkı sunabilir. Çalışmanın devamı şu şekilde bölümlendirilmiştir. Dünyada ve Türkiye’de sağlık harcamalarının gelişimi açıklandıktan sonra konu ile ilgili literatüre yer verilmiş olup sonrasında kullanılan model ve veri seti açıklanmıştır. Araştırma yöntemi ve ampirik bulgular sıralandıktan sonra sonuç ve bazı politika önerilerine yer verilmiştir.

2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE SAĞLIK HARCAMALARI

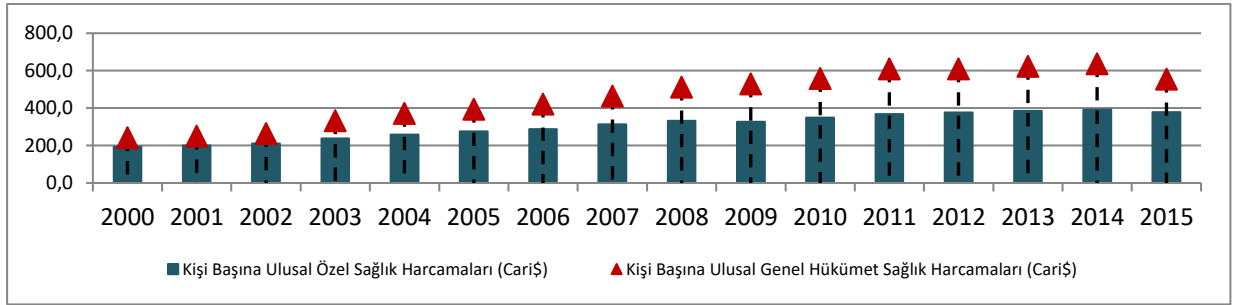
WHO’ya göre; toplam sağlık harcamaları kamu ve özel sağlık sektörlerine ayrılan toplamlardır. Koruyucu ve iyileştirici sağlık hizmetleri aile planlaması faaliyetlerinin; beslenme faaliyetlerinin ve sağlık için belirlenen acil yardım hizmetlerinin sağlanmasını kapsar; ancak su ve temizlik sağlanmasını içermez (Chaabouni ve Abednnadher; 2014: 4).



Kaynak: Dünya Bankası World Development Indicators veri tabanı verilerinden derlenerek çizilmiştir.

Şekil 1: Dünyada Cari Sağlık Harcamalarının GSYH’ya Oranı %

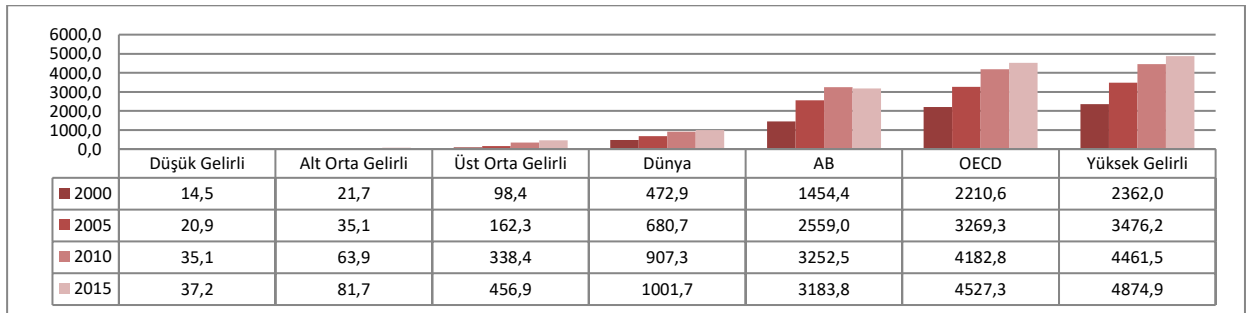
Dünyada cari sağlık harcamalarının GSYH'ya oranına bakıldığında bunun arttığı gözlenmektedir. 2000 yılında cari sağlık harcamalarının GSYH'ya oranı %8.6 iken bu oran artarak 2015 yılında % 9.9'a ulaşmıştır. Sağlık harcamaları çoğunlukla iki ana kaynaktan gelmektedir. Bunlar; (i) merkezi ve devlet idarelerinden yapılan kamu harcamaları; ve (ii) hanehalkı ve kurumsal sektörün sağlık harcamalarını içeren özel sektör harcamalarıdır. Dünyada 2000 yılında cari sağlık harcamalarının %52.5'i hükümet; %44'ü özel sektör sağlık harcamalarından oluşuyorken; 2015 yılına gelindiğinde hükümet harcamalarının payının %59,2'ye çıktığı ve özel sektör harcamalarının payının ise %40.4'e gerilediği görülmektedir.



Kaynak: Dünya Bankası World Development Indicators veri tabanı verilerinden derlenerek çizilmiştir.

Şekil 2: Dünyada Özel ve Genel Hükümet Sağlık Harcamaları (Cari Sağlık Harcamaları %)

Sağlık harcamaları gelir açısından değerlendirildiğinde hiç şüphesiz yüksek gelirli ülkeler düşük gelirli ülkelere daha fazla sağlık hizmeti sunmaktadır. 2015 yılında düşük gelirli ülkelere kişi başına düşen sağlık harcaması yaklaşık 37.2\$ iken; yüksek gelirli ülkelere aynı yıl kişi başına düşen sağlık harcaması 4874.9\$ olarak gerçekleşmiştir. Yüksek gelirli ülke grubu ile düşük gelirli ve orta gelirli ülke grupları karşılaştırıldığında aradaki farkın çok büyük olduğu görülmektedir.



Kaynak: Dünya Bankası World Development Indicators veri tabanı verilerinden derlenerek çizilmiştir.

Şekil 3: Gelir Düzeylerine Göre Ülke Gruplarında Kişi Başına Cari Sağlık Harcaması (\$)

Türkiye’de ise sağlık sektöründe karmaşık bir yapı mevcuttur. Bu karmaşık yapıya bakıldığında sağlık hizmetleri ve bu hizmetleri veren kurumların birinci; ikinci ve üçüncü basamak şeklinde bir sınıflandırmaya tabi tutulduğu görülmektedir. Burada birinci basamak sağlık kuruluşları denildiğinde genelde insanların ilk olarak başvurduğu ve çoğunlukla tedavinin ayakta yapıldığı sağlık ocakları; aile hekimlikleri; verem savaş dispanserleri; ana-çocuk sağlığı ve aile planlaması merkezi gibi kamu ve özel kuruluşlar; ikinci basamak sağlık kuruluşları denildiğinde hastaların uzmanlar tarafından yatırılarak teşhis ve tedavilerinin yapıldığı devlet hastaneleri (eğitim ve araştırma hastanesi olmayan); özel hastaneler; SSK ve diğer kurum hastaneleri; üçüncü basamak sağlık kuruluşları denildiğinde ise birinci ve ikinci basamakta sağlığına kavuşamayan hastaların sevk edildiği ve daha ileri teknolojilerin kullanıldığı kamu ve özel eğitim ve araştırma hastaneleri ve üniversite hastaneleri gibi kuruluşlar ifade edilmektedir.

Türkiye’de sadece sağlık hizmetlerinin sunumu değil aynı zamanda finansman sistemi de oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Hem hizmet sunup hem de hizmeti finanse eden kurumlar; hizmeti satın alan kurumlar ve bu kurumlar arasındaki hizmet farklılıklarının varlığı sistemi daha da karmaşık hale getirmektedir. Türkiye’de sağlık hizmetleri bütçe gelirleri; zorunlu sigorta primleri ve doğrudan cepten ödemelerden oluşan üç kaynaktan finanse edilmektedir. Sağlık güvencesi olan nüfusun bir kısmının sağlık harcamaları ödenen primler (işveren veya çalışan tarafından) ile karşılanırken; emekliler; devlet memurları gibi diğer kısım nüfusun sağlık harcamaları ise devlet tarafından karşılanmaktadır. Sağlık güvencesi olmayanlar ise sağlık harcamalarını cepten yapılan ödemelerle finanse ederken ödeme gücü olmayan nüfusun sağlık harcamaları ise yine devlet tarafından karşılanmaktadır.

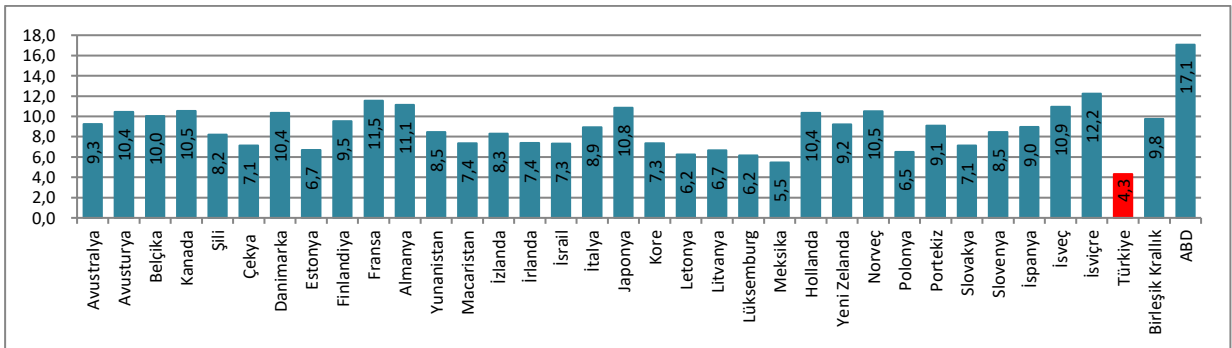
Türkiye’de sağlık harcamaları; 2000 yılında 8248 milyon TL iken 2016 yılına gelindiğinde yaklaşık on beş kat artarak 119.756 milyon TL’ye yükselmiştir. Toplam sağlık harcamasına paralel olarak cari sağlık harcamaları da 2016 yılına gelindiğinde 112.540 milyon TL olmuştur. GSYH içinde cari sağlık harcamalarının payı çok fazla bir değişme kaydetmezken; cari sağlık harcamalarının içerisinde özel sağlık harcamalarının payı düşmüş; hükümet sağlık harcamalarının payı ise artmıştır. Cari sağlık harcamaları içerisinde cepten yapılan sağlık ödemelerinin payı 2000 yılında %28.9 iken bu oranın azaldığı ve 2015 yılında %16.9’a düştüğü görülmektedir. 2000 ve 2016 yılları arasında kişi başına sağlık harcamaları ise yaklaşık 2.3 kat artmış; 199.5 dolardan 454.6 dolara çıkmıştır.

Tablo 1: Türkiye’de Yıllara Göre Sağlık Göstergeleri

	Toplam Sağlık Harcaması (milyon TL)	Cari Sağlık Harcaması (milyon TL)	Cari Sağlık Harcaması/ GSYH	Cari Sağlık Harcamasının Yüzdesi Olarak Genel Hükümet Sağlık Harcamaları	Cari Sağlık Harcamasının Yüzdesi Olarak Ulusal Özel Sağlık Harcamaları	Cari Sağlık Harcamasının Yüzdesi Olarak Cepten Yapılan Sağlık Harcamaları	Kişi Başına Cari Sağlık Harcaması (\$)
2000	8.248	7.888	4;7	61;7	38;3	28;9	199;5
2001	12.396	12.086	4;8	67;3	32;7	23;4	153;6
2002	18.774	18.331	5;1	70	30	20;3	186;7
2003	24.279	23.676	5;2	71;2	28;8	18;9	238;7
2004	30.021	28.616	5;2	71;7	28;3	20;2	299;6
2005	35.359	33.292	5;2	67;7	32;3	24;2	364;9
2006	44.069	40.949	5;2	68;9	31;1	23;6	416;9
2007	50.904	46.495	5;6	68;8	31;2	23;9	512;7
2008	57.740	52.320	5;8	72;7	27;3	19;2	570;7
2009	57.911	55.294	5;8	80;5	19;5	14;5	500;1
2010	61.678	58.623	5;3	78	22	16;9	539;3
2011	68.607	65.372	4;9	79;1	20;9	15;9	531;7
2012	74.189	70.288	4;7	79;2	20;8	15;9	524;8
2013	84.390	79.702	4;7	78;4	21;7	16;9	552;4
2014	94.750	88.878	4;6	77;6	22;4	17;7	527;2
2015	104.568	96.786	4;5	78;1	21;9	16;9	454;6
2016	119.756	112.540	4;6	78;4	21;6	-	-

Kaynak: OECD; Dünya Bankası ve TÜİK verilerinden oluşturulmuştur.

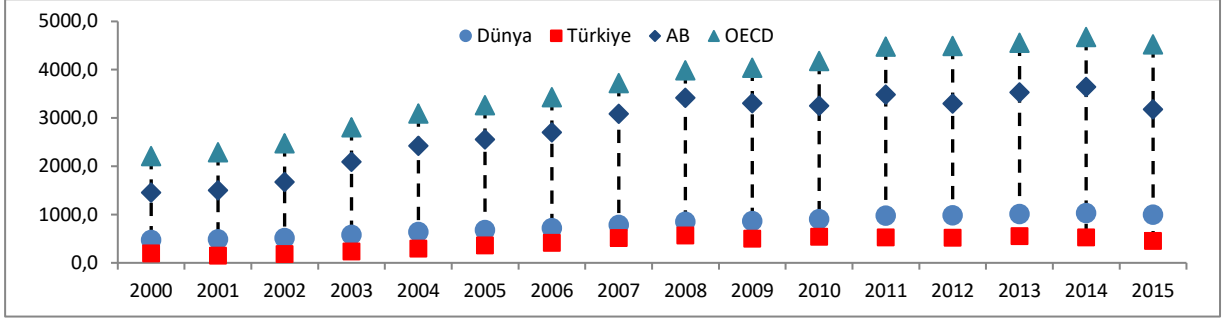
Türkiye’de sağlık harcamaları hızla artmasına rağmen hala hem dünya ortalamasının hem de OECD ortalamasının oldukça altındadır. Türkiye’de 2016 yılında sağlık harcamaları GSYH’nin %4;3’ünü oluştururken; 2015 yılında %12.4 olan OECD ve %9.9 olan AB ortalamasının oldukça altındadır. Türkiye; GSYH’nin payı bakımından OECD ülkeleri arasında en düşük sağlık harcaması yapan ülkedir. Türkiye’de devlet harcamalarının payı; nüfusun sigorta kapsamı genişledikçe yıllar içinde önemli ölçüde artmıştır. 2000 yılında sağlık harcamalarının yaklaşık %62’sini devlet harcamaları oluşturuyor iken; 2016 yılında devlet harcamaları %78’e yükselmiştir. Cepten yapılan harcamalar biçimindeki hanehalkı yükü ise önemli ölçüde azalmıştır. 2000 yılında cepten yapılan sağlık harcamaları cari sağlık harcamasının %28;9’unu oluşturuyorken 2015 yılında bu oran %16;9’a düşmüştür.



Kaynak: OECD veri tabanı verilerinden derlenerek çizilmiştir.

Şekil 4: Bazı Ülkelerde Sağlık Harcamalarının GSYH'ya Oranı; 2016 (%)

Türkiye’de kişi başına düşen cari sağlık harcaması 2000 yılında 199;5\$ iken 2008 yılında 570;7\$’a kadar çıkmış; 2015 yılına gelindiğinde ise 454;6\$ olmuştur. Türkiye ile kıyaslandığında dünyada; AB’nde ve OECD ülkelerinde kişi başına sağlık harcamaları çok daha yüksektir. 2015 yılında dünyada ortalama kişi başına düşen cari sağlık harcaması yaklaşık 1001;7\$; AB ülkelerinde 3183.8\$ ve OECD ülkelerinde 4527.3\$ olmuştur.



Kaynak: Dünya Bankası World Development Indicators veri tabanı verilerinden derlenerek çizilmiştir.

Şekil 5: Kişi Başına Düşen Cari Sağlık Harcaması (\$)

3. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Son otuz yılda sağlık ve eğitim yoluyla beşeri kaynaklara yapılan yatırımlar iktisatçılar arasında giderek artan bir ilgi görmektedir. Bu noktada sağlık harcamaları ve üretim seviyeleri arasındaki ilişki hakkında tamamen çelişkili iki görüş mevcuttur. Birinci görüşe göre sağlık sektörüne yapılan yatırımlar ülkedeki üretimi arttırıcı bir etkiye sahiptir. Zira sağlıklı çalışanlar diğerlerinden daha verimlidir. Çalışmak için daha fazla zamanları vardır ve tedavi için zamanları boşa harcanmaz. Ayrıca sadece çalışanın kendisinin sağlıklı olması üretimi etkilemez; aynı zamanda işçilerin aile fertlerinin sağlık durumu iyi değilse; çalışanların verimliliği bundan da etkilenir. İkinci görüşe göre ise; sağlık harcamaları “maliyet” olarak kabul edilmektedir. Bu harcamalar; ekonominin diğer sektörlerinden sağlık sektörüne kaynak aktarımına neden olmakta ve ülkelerdeki üretim seviyesinin azalmasının nedeni olmaktadır. Bu nedenle sağlık ekonomistleri sağlık harcamalarına daha fazla önem vermekte ve sağlık harcamalarının belirleyicilerini araştırmaktadırlar (Samadi ve Rad; 2013:63).

Mullen ve Spurgen (2000)’e göre sağlık harcamalarını etkileyen başlıca faktörler bilgi ekonomisinin gelişimi; fiyat ve nüfus artışlarıdır. Yereli vd. (2010); son yıllarda artan sağlık harcamalarını teknolojik gelişmelerden kaynaklanan yatırım harcamalarına bağlamaktadır. Akdur (2008)’a göre; sağlık harcamalarını etkileyen iki faktör vardır. Birincisi; toplumun gelir düzeyi ile ilgili olan sosyo-kültürel faktörlerdir. Bu kapsamda gelir düzeyi; işsizlik; yoksulluk;

toplumun beslenme düzeyi; çevresel kirlilik; kazalar ile 65 ve üstü yaşlı nüfus değerlendirilmektedir. İkincisi ise; bölgelerarası eşitsizlikler ile sağlık harcamalarının finansmanı olarak ifade edilen sağlık politikasına ilişkin faktörlerdir. Aynı çalışmada; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sağlıkla ilgili göstergeler bebek ölüm hızı; beş yaş altı ölüm hızı; doğuşta beklenen ömür; kişi başına gelir; nüfus ve eğitim harcaması olarak sıralanmaktadır.

Gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerde sağlık harcamalarının faktörleri veya belirleyicileri hakkında çok fazla çalışma yapılmıştır. Sağlık harcamalarının devletin yeterli fon tahsis etmesi gerektiği bir kamu yararı olduğu düşünüldüğünde sağlık harcamalarının belirleyicilerinin ve bu harcamaların ekonomiyi nasıl etkilediğinin araştırmasına ihtiyaç vardır. Yapılan çalışmalar; sağlık ve sürdürülebilir kalkınmanın yakından ilişkili olduğunu ve sağlık harcamalarının sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir göstergesi olduğunu göstermiştir. Sağlık harcamalarının belirleyicileri üzerine yapılan öncü çalışmalardan biri olan Newhouse; (1977)'de on üç gelişmiş ülke için 1970 yılı verileri kullanılarak kişi başına sağlık harcamaları ile kişi başına GSYH arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sağlık harcamalarındaki değişimin çok büyük kısmının gelirdeki değişmeden kaynaklandığı ve sağlığın lüks bir mal olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özellikle OECD ülkelerinde sağlık harcamalarını etkileyen faktörleri araştıran çok fazla çalışma mevcuttur. Bunlardan biri olan Baltagi ve Moscone (2010)'da 1971-2004 döneminde yirmi OECD ülkesinin bir paneli kullanılarak sağlık harcamaları ile gelir arasındaki uzun vadeli ekonomik ilişki gözden geçirilmiştir. Bulgular sağlık hizmetlerinin bir lüks olmaktan ziyade bir zorunluluk olduğunu ve önceki çalışmalarda tahmin edilenden çok daha küçük bir esnekliğe sahip olduğunu göstermektedir. OECD ülkeleri için yapılan bir diğer çalışma Hosoya (2014)'dür. Çalışmada 1985-2006; 1990-2006 ve 1997-2006 dönemleri için 25 OECD ülkesinden bir panel kullanarak sağlık harcamalarının belirleyicileri kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Nüfusun yaşlanmasının sağlık harcamaları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kişi başına reel GSYH; kadın işgücü oranı; kamu sağlık harcaması; işsizlik ve zaman değişkenlerinin de sağlık harcamalarını etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise sağlık harcamalarının gelir esnekliğinin birden küçük olduğu yani sağlık harcamalarının zorunlu bir mal olduğudur. OECD ülkelerinde sağlık harcamalarının eğilimlerini ve belirleyicilerini inceleyen çalışmalardan bir diğeri Kraipornsak (2017)'dir. Çalışmada 1995-2013 dönemi verileri kullanılarak sağlık harcamalarının farklılığını araştırmak için on beş Asya ülkesi ve 30 OECD ülkesi seçilmiştir. Bulgular fiyat ve sağlık harcamaları arasında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğunu ve GSYH ile sağlık harcamaları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Kentleşmeyi temsilen

kullanılan kentsel nüfus yoğunluğunun OECD'deki sağlık harcamalarını tetiklediği tespit edilmiştir. Cepten yapılan ödemenin de; hem Asya hem de OECD ülkeleri için sağlık harcamalarını uyardığı belirlenmiştir. Sağlık durumundaki iyileşmenin net etkisi veya daha düşük bir ölüm oranı ve daha yüksek bir yaşam beklentisi; incelenen Asya ülkelerinde sağlık harcamalarının artmasına neden olmuş; ancak OECD ülkelerinde sağlık harcamalarının azalmasına neden olmuştur. Gelir esnekliği açısından; sağlık harcamalarının her iki ülke grubunda birden daha küçük olduğu görülmüştür. Bir diğer çalışma Nghiem ve Connelly (2017)'dir. 1975-2004 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada elde edilen sonuçlar teknolojik ilerlemenin sağlık harcamalarının belirleyicisi olduğunu; sağlık hizmetlerinin zorunlu bir mal olduğunu; lüks bir mal olmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca OECD ülkeleri arasında sağlık harcamalarının birbirine yaklaştığına dair hiçbir kanıt tespit edilememiştir.

Gelişmekte olan ülke verileri kullanılarak yapılan çalışmalardan biri olan Kea vd. (2011)'de 1995-2008 dönemi için 143 gelişmekte olan ülke panel verileri kullanılarak sağlık harcamalarının belirleyicileri araştırılmıştır. Sonuçlar diğer faktörleri dikkate aldığı anda sağlık harcamalarının GSYH'den daha hızlı büyümediğini göstermiştir. Gelir esnekliği dinamik modelde sabit etki modelinde olduğundan daha küçüktür; 0.75 ile 0.95 arasındadır. Çalışma aynı zamanda; sağlık için dış yardımın yerel kaynaklardan devlet sağlık harcamalarını azalttığını doğrulamaktadır. Çalışma aynı zamanda devlet sağlık harcamalarının ve cepten yapılan ödemelerin farklı yollar izlediğini ve sağlık harcamalarındaki büyümenin hızının ülkelerin ekonomik gelişme düzeyine bağlı olarak değiştiğini de ortaya koymaktadır. Gelişmekte olan ülkelerle ilgili bir diğer çalışma olan Imoughele ve Ismaila (2013)'de Nijerya'da halk sağlığı harcamalarının belirleyicileri ampirik olarak incelenmiştir. Bu amaçla 1986'dan 2010'a kadar olan veriler kullanılarak yapılan analizde elde edilen sonuçlar Nijerya'da sağlık talebinin fiyatlarının esnek olmadığını; 14 yaş ve altı toplam nüfusun ve GSYH'da sağlık harcamalarının payının sağlık harcamalarının anlamlı belirleyicileri olduğu; kişi başına gayri safi yurtiçi hâsıla; işsizlik oranı; hekim başına düşen nüfus sayısı; tüketici fiyat endeksi ve politik istikrarsızlığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer çalışma Toor ve Butt (2005)'dur. Pakistan için yapılan analizde kişi başına düşen GSYİH; kentleşme; okuryazarlık oranı; ham doğum oranı ve dış yardım gibi sosyo-ekonomik faktörlerin sağlık harcamalarının belirlenmesinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Pakistan için yapılan bir başka çalışma Abbas ve Hiemenz (2011)'dir. 1972-2006 dönemi verileri ile eşbütünleşme ve hata düzeltme tekniği kullanılarak yapılan analizde sağlık harcamalarının gelir esnekliğinin 0.23 olduğu yani sağlık harcamalarının zorunlu bir mal olduğu; kentleşme ve

işsizliğin sağlık harcamaları üzerinde olumsuz etki yaratan değişkenler olduğu; gelir ve gelir dışındaki diğer değişkenler arasında uzun vadeli ilişki olduğu belirlenmiştir. Chaabouni ve Abednadhher (2014)'de 1961-2008 yılları arasında Tunus'ta sağlık harcamalarının belirleyicileri ARDL yaklaşımı kullanılarak incelenmiştir. Kişi başına sağlık harcaması; GSYH; nüfusun yaşlanması; tıbbi yoğunluk ve çevre kalitesi arasında uzun vadeli bir ilişki olduğu; sağlık zorunlu bir mal olduğu; hem kısa hem de uzun vadede sağlık harcamaları ve gelir arasında çift yönlü bir nedensel akış olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. 1976-2010 dönemi verileri ile eşbütünleşme ve hata düzeltme yöntemleri kullanılarak Nijerya için yapılan Folahan ve Awe (2014) çalışmasında hekim sayısının; hemşire sayısının ve hastane sayısının Nijerya'da sağlık harcamaları ile uzun süreli pozitif ilişki içinde olduğu; sıtma; HIV AIDS ve tüberküloz gibi çeşitli hastalık vakalarının sağlık harcamaları ile uzun süreli ilişki göstermediği tespit edilmiştir. Fasoranti (2015) 1970- 2012 yılları arasında Nijerya'da hükümet sağlık harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Çalışmada okuma-yazma oranının; toplam devlet harcamaları içinde sağlık harcamalarının payının ve tüketici fiyat endeksinin sağlık harcamalarını etkileyen önemli faktörler olduğu; kişi başına düşen GSYH; 65 ve daha yukarı yaştaki toplam nüfus; 14 yaş ve altı toplam nüfus ve yaşam beklentisinin sağlık harcamaları üzerinde anlamsız etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

On ASEAN ülkesine ait 2002-2011 dönemi verilerini kullanarak yapılan Sagarik (2016)'da sağlık harcamalarının yaşlanma; endüstrileşme ve doğrudan yabancı yatırımlardan önemli ölçüde etkilendiğini ortaya koymuştur. Afrika için yapılan bir çalışma olan Jaunky ve Khadaroo (2008)'de 1991-2000 yılları arasında 28 Afrika ülkesi için sağlık harcamalarının gelir esnekliği araştırılmıştır. Hem kısa vadede hem de uzun vadede; kamu sağlık harcamalarının bir lüks olduğu ve özel sağlık harcamalarının bir gereklilik olduğu tespit edilmiştir. Samadi ve Rad (2013) ise 1995-2009 dönemi verilerini kullanarak Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (ECO) ülkeleri için sağlık harcamalarının belirleyicilerini araştırmıştır. Bulgular kişi başına düşen sağlık harcamaları ile kişi başına düşen GSYH; 15 yaş altı nüfusun oranı; 65 yaş ve üstü nüfus; hekim sayısı ve kentleşme arasında uzun süreli bir ilişki olduğunu; ayrıca tüm değişkenler (65 yaş ve üstü nüfusun oranı dışında) ile sağlık harcamaları arasında kısa süreli ilişki olduğunu göstermiştir. Furuoka ve diğerleri (2011)'de 1995-2008 dönemi için on iki Asya ülkesinde sağlık harcamalarının belirleyicileri araştırılmıştır. Ampirik sonuçlar; bu ülkelerde sadece iki bağımsız değişkenin (GSYH ve 65 yaş ve üstü nüfus) sağlık harcamaları ile anlamlı bir ilişki içinde olduğunu göstermiştir.

Türkiye’de ise; sağlık harcamalarını etkileyen faktörleri inceleyen çalışma sayısı sınırlıdır. Öztürk ve Uçan (2017)’a göre Türkiye’de sağlık harcamaları gelir artışları; artan ortalama yaşam beklentisi; bireylerin sağlıkla ilgili konulara eğiliminin artması ve teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. Yalçın ve Çakmak (2016); toplumun sağlık düzeyinin okuryazarlık; sağlık hizmetlerine erişim; temiz içme suyu ve kanalizasyon hizmetlerine erişim gibi faktörlerden etkilendiğini ifade etmişlerdir. Taşkaya ve Demirkıran (2016)’a göre; ülkelerdeki sağlık harcamalarının farklılığı gelir düzeyi; enflasyon; kamu borçları ve faiz oranı gibi ekonomik faktörlere; nüfus; okuryazarlık; çevre kirliliği; sanayileşme gibi sosyal ve çevresel faktörlere bağlıdır. Erden ve Koyuncu (2014); Türkiye’de 1980-2012 döneminde kalkınma; çevre kirliliği ve insan sağlığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmalarında ekonomik kalkınmanın CO₂ emisyonunu arttırdığını ve CO₂ emisyonundaki artışın da sağlık harcamalarını arttırdığını bulmuşlardır. Ecevit ve Çetin (2016) ise; Türkiye’de 1960-2011 dönemi için ekonomik büyüme ve çevre kirliliğinin sağlık üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmalarında Johansen-Juselius ve Phillips-Ouliaris eşbütünleşme testi ve Granger nedensellik testi uygulamışlardır. Buna göre; sağlık kalitesi göstergesi olan bebek ölüm oranı; ekonomik büyüme ve karbon salınımı arasında uzun dönem ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca; ekonomik büyüme bebek ölüm oranını azaltırken; karbon salınımı bebek ölüm oranını artırmaktadır. Taşkaya ve Demirkıran (2016); Türkiye’de 1975-2013 döneminde enflasyon; gelir ve sağlık harcamaları arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi ile incelemişlerdir. Sonuç olarak; enflasyon oranı geliri etkilemektedir. Turgut vd. (2017) çalışmalarında Türkiye’de sağlık harcamaları ve enflasyon ilişkisini 2003-2016 dönemi için araştırmışlardır. Regresyon analizi sonuçlarına göre; sağlık harcamaları ile enflasyon oranı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki vardır.

4. ANALİZ

Türkiye’de sağlık harcamalarını etkileyen unsurları ele alan çalışma sayısı sınırlıdır. Bu çalışmaların çoğunluğu ise sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme konusunu ele almaktadır. Literatürde sağlık harcamaları ekonomik faktörlerin yanında demografik ve sosyal faktörlerden de etkilenebilmektedir. Bu bölümün konusu Türkiye’de bölgeler düzeyinde sağlık harcamalarını etkileyen unsurların belirlenmesidir. Bu kapsamda yapılacak analizler; literatürde; 2009-2016 döneminde bölgeler düzeyinde sağlık harcamalarını etkileyen unsurları tespit eden herhangi bir çalışma olmaması açısından literatüre katkı sunabilir. Bu bölüm verilerin tanıtılması ve tanımlayıcı istatistikler; araştırma yöntemi ve model ile ampirik bulgulara ayrılmıştır.

4.1. Veri ve Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmada; bölgesel düzeyde sağlık harcamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde 8 değişken kullanılmıştır. Bu değişkenler Mullen ve Spurgen (2000); Toor ve Butt (2005); Akdur (2008); Yereli vd. (2010); Imoughela ve Ismaila (2013); Chaabouni ve Abednadhher (2014); Fazoranti (2015); Sagarik (2016); Yalçın ve Çakmak (2016); Taşkaya ve Demirkıran (2016); Öztürk ve Uçan (2017); Turgut vd. (2017) ve Kraipornsak (2017) çalışmalarından seçilmiştir. 8 değişken; sağlık göstergesi; nüfus ve demografik göstergeler; eğitim göstergesi; ekonomik göstergeler ve çevre ve enerji göstergeleri başlıkları altında toplanmıştır. Tablo 2’de görüldüğü gibi veriler; Gelir İdaresi Başkanlığı; TÜİK ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’ndan derlenmiştir. Sağlık harcamalarını etkileyen unsurlara ilişkin açıklamalar şu şekilde özetlenebilir:

Tablo 2. Ampirik Analizde Kullanılan Değişkenler (2009-2016)

Değişken	Ampirik Analizde Kullanılan Kısaltma	Verinin Ait Olduğu Yıl	Türü	Kaynak
Bağımlı Değişken				
Sağlık Göstergesi				
1. Toplam sağlık harcamaları	Sağlık Harcamaları	2009-2016	Bin TL	Gelir İdaresi Başk.
Bağımsız Değişkenler				
Nüfus ve Demografik Göstergeler				
2. Adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre il ve	Nüfus	2009-2016	Toplam	TÜİK
3. Beş yaş altı ölüm hızı	Bebek Ölüm	2009-2016	%	TÜİK
Eğitim Göstergesi				
4. Okuryazarlık oranı	Okuryazarlık	2009-2016	%	TÜİK
Ekonomik Göstergeler				
5. Yıl sonu itibarıyla bir önceki yılın aynı ayına	Enflasyon	2009-2016	%	TÜİK
6. Vergi oranı	Vergi	2009-2016	TL	Gelir İdaresi Başkanlığı
Çevre ve Enerji Göstergeleri				
7. Çevresel kirlilik göstergesi	PM ₁₀	2009-2016	µg/m ³	Çevre ve Şehircilik Bak.
8. Sanayi sektörü elektrik tüketimi	Elektrik Tüketimi	2009-2016	MWh	TÜİK

Nüfus: Sağlık sektöründe yaşanan yapısal dönüşümlerle birlikte sağlık hizmetlerinin eşit olarak bireylere dağılımı; sağlık harcamalarından yararlanan nüfusun artmasına sebep olmaktadır. Ayrıca; nüfus artışı sağlık ihtiyaçlarındaki artışlarla birlikte sağlık harcamalarını artırmaktadır. Dolayısıyla sağlık harcamaları ile nüfus arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

Beş yaş altı ölüm hızı: Beş yaş altı ölüm hızı; doğumdan sonraki beş yıl içinde ölme olasılığı olarak tanımlanır. Diğer bir deyişle; belli bir yıl içinde bin canlı doğum başına düşen beş yaş altı ölüm sayısını ifade etmektedir. Sağlık göstergelerinin olumlu yönde gelişimi bebek ölüm oranlarını iyileştirmektedir. Dolayısıyla; sağlık harcamaları ile bebek ölüm oranı arasında negatif ilişki olması beklenmektedir.

Okuryazarlık oranı: Toplumun sağlık düzeyini belirleyen faktörlerden biri de okuryazarlık oranıdır. Eğitim düzeyinin yüksek olduğu toplumlarda sağlık bilincinin gelişmesine bağlı olarak aşuların düzenli yaptırılması ve çevre temizliğine dikkat edilmesi sonucunda toplumun sağlık kültürü gelişmektedir. Dolayısıyla; sağlık harcamaları ile okuryazarlık oranı arasında negatif ilişki olması beklenmektedir.

Enflasyon: Ülkeler bazında sağlık harcamaları düzeylerindeki farklılıkların; ülkelerin sağlık harcamalarını etkileyen faktörlerin değişkenliğinden kaynaklandığı bilinmektedir. Sağlık harcamalarının belirleyicileri olarak isimlendirilen bu değişkenlerin ekonomik göstergelerinden birini enflasyon oluşturmaktadır. Tüketim artışlarına bağlı olarak artan sağlık harcamaları enflasyon oranını artırmaktadır. Dolayısıyla; enflasyon ile sağlık harcamaları arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

Vergi: Ülkeden ülkeye farklı olmasına rağmen vergiler sağlık hizmetlerinin finansmanında kullanılan en önemli araçlardan birisidir. Dolayısıyla; vergiler ile sağlık harcamaları arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

PM₁₀: Çevre koşullarının sağlıksız olduğu toplumlarda sağlık harcamaları artış göstermektedir. Buna rağmen; hijyenik bir çevrede yaşayan nüfusun artması sonucunda sağlık harcamalarının azaldığı bilinmektedir. Dolayısıyla; hava kalitesini etkileyen çevresel kirlilik göstergelerinden biri olan PM₁₀ ile sağlık harcamaları arasında negatif ilişki olması beklenmektedir.

Sanayi sektörü elektrik tüketimi: Ülkelerin sanayileşmesi ile gelir düzeyindeki artışlar beraberinde sağlık hizmetlerine aktarılan kaynakları artırmaktadır. Dolayısıyla; gelişmekte olan ülkelere göre gelişmiş ülkelerde sağlık harcamaları daha yüksektir. Gelişmekte olan ülkelerde genellikle fosil enerji kaynaklarından elektrik tüketilmektedir. Fosil enerji kaynaklarının tüketiminin ise çevreye verdiği zararlar insan sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla; sanayi sektörü elektrik tüketimi ile sağlık harcamaları arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

Ampirik analizde kullanılan değişkenler verildikten sonra; bu değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

	Sağlık Harcamaları	Nüfus	Bebek Ölüm	Okuryazarlık	Enflasyon	Vergi	PM ₁₀	Elektrik Tüketimi
Ortalama	19.16962	14.69722	2.397894	4.547077	2.054406	21.02944	4.079638	14.51010
Medyan	19.00846	14.75139	2.391457	4.553614	2.051556	20.71361	4.110054	14.71836
Maksimum	21.92188	16.51042	3.012922	4.588431	2.490723	26.18272	4.867534	16.51120
Minimum	17.78765	13.51440	1.832899	4.412556	1.232560	18.09763	3.178054	11.27281
Sth. Sap.	0.843911	0.580875	0.256329	0.033381	0.211377	1.709980	0.269466	1.212643
Çarpıklık	1.167109	0.546892	0.086778	-1.267842	-0.312651	1.100704	-0.373821	-0.599971
Basıklık	4.132009	4.514951	2.106765	5.105957	3.418434	3.867856	3.564734	2.843388
Jarque-Bera	58.32684	30.25915	7.175922	94.16109	4.906105	48.52788	7.608408	12.69137
J-B Olasılık	0.000000	0.000000	0.027655	0.000000	0.086031	0.000000	0.022277	0.001754
Gözlem	208	208	208	208	208	208	208	208

Tanımlayıcı istatistik değerleri incelendiğinde; Düzey 2 bölgelerinin sağlık harcama düzeylerinin ortalama %19.16 olduğu belirlenmiştir. Diğer değişkenlere ait ortalama değerler ise; nüfusun %14.69; bebek ölüm hızının %2.39; okuryazarlık oranının %4.54; enflasyon oranının %2.05; vergi oranının %21.02; PM₁₀'nun %4.07 ve sanayi sektörü elektrik tüketiminin %14.51 olduğu görülmektedir. Değişkenlere ait standart sapma değerlerine göre; araştırmaya konu olan dönemde serilerde önemli derecede değişkenliğin olmadığı ifade edilebilir.

4.2. Araştırma Yöntemi ve Model

Çalışmada; bölgesel düzeyde sağlık harcamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde panel veri analizleri kullanılmıştır. Bu kapsamda; sağlık harcamaları ile diğer faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacıyla en küçük kareler yöntemlerinden yararlanılmıştır. Çalışmanın uygulama aşamaları şu şekildedir: İlk olarak; Spearman korelasyon analizi ile elde edilecek sonuçlarda olası sapmalara neden olabilecek çoklu doğrusal bağlantı sorununun olup olmadığı sınanmıştır. İkinci olarak; panel ve değişken bazında yatay kesit bağımlılığı; Pesaran; Ullah ve Yamagata (2008) LM_{adj} testi ile incelenirken; homojenlik ise Pesaran ve Yamagata (2008) delta testleri ile araştırılmıştır. Üçüncü olarak; değişkenler arasında sahte regresyon ilişkisini önlemek amacıyla durağanlık sınaması yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testleri sonucunda tespit edilmiştir. Bu kapsamda yatay kesit bağımlılığının tespit edildiği değişkenler için birim kök sınaması ikinci nesil birim kök testlerinden olan Bai ve Ng (2004) PANIC testi ile araştırılırken; yatay kesit bağımlılığının olmadığı ve homojen yapıda olan değişkenler için Levin; Lin Chu (2002) testi; heterojen yapıda olan değişkenler için ise Im; Pesaran ve Shin (2003) testi ile incelenmiştir. Dördüncü olarak; tahmin modelinin seçimi için F testi; Breusch-Pagan LM (1980); Honda (1985) testleri kullanılmıştır. Beşinci olarak; seriler arasında değişen varyans; Breusch-Pagan-Godfrey Heteroscedasticity LM ile incelenirken otokorelasyon ise Baltagi ve Li (1991); Born ve Breitung (2016) ve Bhargava; Franzini ve Narendranathan (1982)'in Durbin-Watson testleri ile

incelenmiştir. Bu varsayımlar altında son olarak en küçük kareler yöntemi olarak dirençli tahminçiler olan Beck ve Katz (1995) tarafından geliştirilen Period SUR (PSCE) tahminçisi kullanılmıştır. Çalışmanın bağımlı değişkeni olan toplam sağlık harcamaları ve toplam sağlık harcamalarını etkilediği düşünülen bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacıyla en küçük kareler yöntemi kapsamında oluşturulan model (1) numaralı denklemde yer almaktadır.

$$\ln\text{SağlıkHarcamaları}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln\text{Nüfus}_{it} + \beta_2 \ln\text{BebekÖlüm}_{it} + \beta_3 \ln\text{Okuryazarlık}_{it} + \beta_4 \ln\text{Enflasyon}_{it} + \beta_5 \ln\text{Vergi}_{it} + \beta_6 \ln\text{PM}_{10it} + \beta_7 \ln\text{ElektrikTüketimi}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Burada; $i=1; \dots; N$ ele alınan ülkeleri; $t=1; \dots; T$ zaman boyutunu ve ε hata terimini ifade etmektedir.

4.3. Ampirik Bulgular

Çoklu doğrusal bağlantı; bağımsız değişkenlerin tamamında ya da bir kısmında tam veya tama yakın ilişki olarak tanımlanmaktadır. Bağımsız değişkenler arasında yüksek derecede korelasyon ilişkisinin saptanması en küçük kareler yönteminin sonuçlarının sapmalı olmasına yol açabilmektedir. Çalışmada; bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının varlığı literatürde sıklıkla kullanılan Spearman korelasyon analizi ile incelenmiş ve test sonuçlarına Tablo 4’te yer verilmektedir.

Tablo 4. Bağımsız Değişkenler Arasındaki Spearman Korelasyon Katsayıları

	Nüfus	Bebek Ölüm	Okuryazarlık	Enflasyon	Vergi	PM ₁₀	Elektrik Tüketimi
Nüfus	1.000						
Bebek Ölüm	-0.190	1.000					
Okuryazarlık	0.476	-0.722	1.000				
Enflasyon	0.040	-0.168	0.151	1.000			
Vergi	0.804	-0.519	0.794	0.107	1.000		
PM ₁₀	0.088	0.334	-0.209	-0.205	-0.08	1.000	
Elektrik Tüketimi	0.584	-0.441	0.690	0.06	0.822	-0.07	1.000

Tablo 4’e göre spearman korelasyon analizi sonuçları bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığını göstermektedir. Seriler arasında yatay kesit bağımlılığı sınanmadan yapılan analizler ampirik bulguları önemli derecede etkilemektedir (Breusch ve Pagan; 1980; Pesaran; 2004). Yatay kesit bağımlılığı; herhangi bir bölgede meydana gelen şokun diğer bölgeleri etkilemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Çalışmada yatay kesit bağımlılığının varlığı yatay kesit boyutunun zaman boyutundan büyük olduğu ($N>T$) durumda kullanılan Pesaran (2004) CD testi ile incelenmiştir. Yatay kesit bağımlılığı testinin sıfır hipotezi yatay kesitler arasında bağımlılık yoktur şeklinde kurulurken; alternatif hipotez yatay kesitler arasında bağımlılık vardır şeklindedir.

Paneli oluşturulan birimler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı panel bazında ve değişken bazında ayrı ayrı incelenmiş ve Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Model ve Değişken Bazında Pesaran CD Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

	Değişkenler								Model
	Sağlık Harcamaları	Nüfus	Bebek Ölüm	Okuryazarlık	Enflasyon	Vergi	PM ₁₀	Elektrik Tüketimi	
CD test ist.	1.856	0.323	0.404	-0.173	-0.201	-0.111	0.311	-0.332	2.105
Olasılık D.	0.032	0.373	0.343	0.431	0.421	0.456	0.378	0.370	0.018

Tablo 5'e göre; model ve sağlık harcamaları için hesaplanan olasılık değeri 0.05'ten küçük çıktığı için %5 anlamlılık düzeyinde; sıfır hipotezi reddedilmiş ve paneli oluşturan birimler arasında ve modelde yatay kesit bağımlılığı olduğu ortaya çıkmıştır. Modelde yatay kesit bağımlılığının var olması bölgelerden birine gelen olası bir şokun diğer bölgeleri de etkilemesi olarak açıklanabilir. Diğer taraftan nüfus; bebek ölüm; okuryazarlık; enflasyon; vergi; PM₁₀ ve elektrik tüketimi için hesaplanan olasılık değerleri ise 0.05'ten büyük çıktığı için %5 anlamlılık düzeyinde; alternatif hipotez reddedilmiş ve paneli oluşturan birimler arasında yatay kesit bağımlılığı olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla; sonraki aşamada sadece sağlık harcamaları değişkeni için birim kök sınavında ikinci nesil birim kök testi kullanılacaktır.

Panel veri analizine geçmeden önce; kullanılacak birim kök testlerinin belirlenmesinde homojenlik testlerinden yararlanılmaktadır. Çalışmada hem model hem de değişkenler için eğim katsayılarının yatay kesitler arasında farklı olup olmadığı Pesaran ve Yamagata (2008) delta testleri ile sınanmış ve test sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Model ve Değişken Bazında Delta Testi Sonuçları

	Değişkenler								Model
	Sağlık Harcamaları	Nüfus	Bebek Ölüm	Okuryazarlık	Enflasyon	Vergi	PM ₁₀	Elektrik Tüketimi	
Delta_tilde	-0.161	0.844	2.767	2.796	-2.761	-0.698	0.138	0.703	-0.400
Olasılık D.	0.032	0.199	0.003	0.003	0.997	0.757	0.445	0.241	0.656
Düzeltilmiş_tilde	-0.204	1.068	3.500	3.537	-3.492	-0.883	0.175	0.889	
	0.581	0.143	0.000	0.000	1.000	0.811	0.431	0.187	

Tablo 6'da yer alan test sonuçlarına göre model için hesaplanan test istatistiğinin olasılık değeri %5 anlam seviyesinden büyük olduğu için; eğim katsayıları homojendir şeklinde kurulan sıfır hipotezi model için kabul edilmiştir. Dolayısıyla; yatay kesitler için eğim katsayıları birbirinin aynısıdır. Ayrıca değişken bazında gerçekleştirilen delta testi sonuçlarına göre sağlık harcamaları; nüfus; enflasyon; vergi; PM₁₀ ve elektrik tüketimi değişkenlerinin olasılık değerleri %5 anlam seviyesinden büyük olduğu için sıfır hipotezi kabul edilmiş ve

değişkenlerin homojen olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan; bebek ölüm ve okuryazarlık değişkenlerinin olasılık değerleri %5 anlam seviyesinden küçük olduğu için sıfır hipotezi reddedilmiş ve değişkenlerin heterojen yapıya sahip oldukları bulunmuştur.

Değişkenlerin durağan olması analiz sonuçlarının doğru olmasını sağlamaktadır. Birim kök testleri yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan testler olarak iki türdür. Birinci nesil birim kök testleri; paneli oluşturan yatay kesit birimlerinin bağımsız olduğu ve paneli oluşturan birimlerden birine gelen şoktan diğer yatay birimlerinin aynı düzeyde etkilendikleri varsayımına dayanmaktadır. Ayrıca bu testler; homojen ve heterojen modeller olmak üzere de iki gruba ayrılmaktadır.

Çalışmada; homojenlik varsayımına dayanan Levin; Lin ve Chu (2002) testi kullanılmıştır. İkinci nesil birim kök testleri ise yatay kesit birimlerinin birbirinden bağımsız olmadığı ve paneli oluşturan kesitlerden birinde meydana gelen şokun tüm kesitleri farklı düzeyde etkilediği varsayımına dayanmaktadır. Çalışmada; homojenlik varsayımına dayanan Bai ve Ng (2004) PANIC testi kullanılmıştır.

Tablo 7. PANIC Birim Kök Testi Sonuçları

Seviye		Sabit		Sabit ve Trend	
		İstatistik	Olasılık D.	İstatistik	Olasılık D.
Sağlık Harcamaları	Z_e^c	5.7594***	0.0000	12.1592***	0.0000
	Birinci Fark				
Sağlık Harcamaları	Z_e^c	11.3748***	0.0000	3.6493***	0.0001

Not 1: Maksimum ortak faktör sayısı 1 olarak alınmıştır. Maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir.

Not 2: ***, ** ve * sırasıyla %1; %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 7'deki sonuçlara göre; sağlık harcamaları değişkenine ilişkin serilerin sabit ve sabit ve trend'de düzeyde durağan oldukları yani $I(0)$ oldukları tespit edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığının olmadığı ve homojen yapıda olduğu tespit edilen nüfus; enflasyon; vergi; PM_{10} ve elektrik tüketimi değişkenlerinin durağanlıkları için birinci nesil birim kök testlerinden olan ve homojen yapıya sahip olan Levin; Lin ve Chu (2002) testi kullanılmıştır. LLC test sonuçları Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8. LLC Panel Birim Kök Test Sonuçları

Seviye	Sabit		Sabit ve Trend	
	İstatistik	Olasılık D.	İstatistik	Olasılık D.
Nüfus	-1.0693	0.1424	-6.1700***	0.0000
Enflasyon	-16.1225***	0.0000	-14.4835***	0.0000
Vergi	-7.4640***	0.0000	-7.7107***	0.0000
PM₁₀	-10.5059***	0.0000	-11.3331***	0.0000
Elektrik Tüketimi	-8.3711***	0.0000	-10.1865***	0.0000
Birinci Fark				
Nüfus	-13.1758***	0.0000	-25.9769***	0.0000
Enflasyon	-20.3113***	0.0000	-18.5327***	0.0000
Vergi	-7.4287***	0.0000	-8.1072***	0.0000
PM₁₀	-16.9337***	0.0000	-18.8529***	0.0000
Elektrik Tüketimi	-10.9615***	0.0000	-14.3447***	0.0000

Not 1: LLC testinde uzun dönem tutarlı hata varyansı hesaplanırken “Kernel” tahmincisi olarak Barlett yöntemi kullanılmış ve bant genişliği “bandwith” Newey-West yöntemine göre seçilmiştir. LLC testinde; maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak alınmış ve optimal gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir.

Not 2: ***, ** ve * sırasıyla %1; %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 8’deki sonuçlara göre; enflasyon; vergi; PM₁₀ ve elektrik tüketimi değişkenlerine ilişkin serilerin sabit ve sabit ve trend’de; nüfus ise sabit ve trend’de düzeyde durağan oldukları yani I(0) oldukları tespit edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığının olmadığı ve heterojen yapıda olduğu tespit edilen bebek ölüm ve okuryazarlık değişkenlerinin durağanlıkları ise birinci nesil birim kök testlerinden olan Im; Pesaran ve Shin (2003) testi ile sınanmıştır. IPS test sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. IPS Panel Birim Kök Test Sonuçları

Seviye	Sabit		Sabit ve Trend	
	İstatistik	Olasılık D.	İstatistik	Olasılık D.
Bebek Ölüm	-0.2186	0.4135	-1.3115*	0.0948
Okuryazarlık	-24.5314***	0.0000	-4.6710***	0.0000
Birinci Fark				
Bebek Ölüm	-7.1375***	0.0000	-1.5679*	0.0585
Okuryazarlık	-6.8692***	0.0000	0.9519	0.8294

Not 1: IPS testinde uzun dönem tutarlı hata varyansı hesaplanırken “Kernel” tahmincisi olarak Barlett yöntemi kullanılmış ve bant genişliği “bandwith” Newey-West yöntemine göre seçilmiştir. IPS testinde; maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak alınmış ve optimal gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir.

Not 2: ***, ** ve * sırasıyla %1; %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 9’a göre; bebek ölüm değişkeni sabit ve trend’de; okuryazarlık değişkeni ise sabit ve sabit ve trend’de durağan oldukları yani I(0) oldukları tespit edilmiştir. Değişkenler bazında uygulanan yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testlerine göre uygulanan birinci ve ikinci nesil birim kök testlerinin sonuçlarına topluca Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Analizde Kullanılacak Birinci ve İkinci Nesil Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Yatay kesit Bağımlılığı	Homojen	Heterojen	Birim kök	Durağanlık
Sağlık Harcamaları	Var	+	-	PANIC	I(0)
Nüfus	Yok	+	-	LLC	I(0)
Bebek Ölüm	Yok	-	+	IPS	I(0)
Okuryazarlık	Yok	-	+	IPS	I(0)
Enflasyon	Yok	+	-	LLC	I(0)
Vergi	Yok	+	-	LLC	I(0)
PM ₁₀	Yok	+	-	LLC	I(0)
Elektrik Tüketimi	Yok	+	-	LLC	I(0)

Tablo 10'a göre bağımlı ve bağımsız değişkenlerin tamamı sonraki aşamalarda yapılan analizlerde durağan oldukları seviye değerleri ile kullanılmıştır. Çalışmada bölgesel düzeyde sağlık harcamalarına etki eden faktörlerin tahmini için sabit etkiler modeli mi; rassal etkiler modeli mi yoksa havuzlanmış model mi kullanılacağı yapılan F testi; Breusch-Pagan LM (1980) ve Honda (1985) testlerine göre belirlenmiş ve test sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Tahmin Modeli Belirleme Analiz Sonuçları

Test	İsta.	Olasılık D.	Hipotez	Karar
F-grup_fixed	70.456	0.000	H ₀ : Kesit etkisi varken zaman etkisi yoktur	Red
F_zaman_fixed	31.357	0.000	H ₀ : Zaman etkisi varken kesit etkisi yoktur	Red
F iki yönlü fixed	64.382	0.000	H ₀ : Kesit ve zaman etkisi yoktur	Red
LM-grup_random	245.365	0.000	H ₀ : Kesit etkisi varken zaman etkisi yoktur	Red
LM-zaman_random	9.850	0.000	H ₀ : Zaman etkisi varken kesit etkisi yoktur	Red
LM-iki yönlü_random	255.216	0.000	H ₀ : Kesit ve zaman etkisi yoktur	Red
Honda-grup_random	15.664	0.000	H ₀ : Kesit etkisi varken zaman etkisi yoktur	Red
Honda-zaman_random	3.138	0.000	H ₀ : Zaman etkisi varken kesit etkisi yoktur	Red
Honda-iki yönlü_random	13.295	0.000	H ₀ : Kesit ve zaman etkisi yoktur	Red
Hausman	27.611	0.000		

F testi; modelin havuzlanmış modelle mi yoksa sabit etkiler modelle mi tahmin edileceğine karar vermek amacıyla uygulanmaktadır. Tablo 11'de yer alan F testi sonuçlarına göre; olasılık değerinin kritik değerinin altında olduğu belirlenmiş ve sıfır hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla modelin havuzlanmış model yerine sabit etkiler model ile tahmin edilmesi daha etkindir. Ayrıca grup ve zaman etkilerinin varlığına ilişkin test istatistikleri sonuçları tahmin edilecek modelde hem zaman hem de kesit etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Breusch-Pagan LM (1980) ve Honda (1985) testleri; modelin havuzlanmış modelle mi yoksa rassal etkiler modelle mi tahmin edileceğine karar vermek amacıyla uygulanmaktadır. Tablo 11'de yer alan sonuçlara göre; her iki testin olasılık değeri kritik değerinin altında olduğundan dolayı rassal etkiler modeli havuzlanmış modele göre daha etkindir. Ayrıca; F testi sonuçlarıyla benzer şekilde tahmin edilecek modelde hem zaman hem de kesit etkisinin olduğu görülmektedir. Model seçimi için kullanılmayan Hausman testi ise; sabit etkiler modeli tutarlıyken rassal etkiler modelinin tutarlı olup olmadığına ve veri seti rassal olarak oluşturulurken sabit etkiler modelinin tutarlı olup olmadığına karar vermek için kullanılmaktadır (Erlat; 2015: 24). Hausman test sonucuna göre; olasılık değeri kritik değerden küçük çıktığı için sabit etkiler modelinin tercih edilmesi gerekmektedir.

Çalışmada incelenen dönem ve bölgeler incelendiğinde; veri setinin belirli bir gruba ve belirli bir döneme ait olması ve model tahminlemesi sonuçlarına göre en küçük kareler yönteminin sabit etkiler modeli çerçevesinde tahmin edilmesi gerekmektedir. Hata terimi ile ilgili temel varsayımlardan birisi değişen varyans ve diğeri ise otokorelasyondur. Değişen varyans; hata terimlerinin varyanslarının tüm kesitler için farklı olması yani sabit varyans

varsayımının geçerli olmaması anlamına gelmektedir. Otokorelasyon ise; hata teriminin birbirini izleyen değerler arasındaki anlamlı ilişki olarak tanımlanmaktadır. Panel veri analizinde elde edilecek sonuçların sapmasız ve tutarlı olabilmesi için değişen varyans ve otokorelasyon sorununun olmaması gerekmektedir.

Çalışmada; Breusch-Pagan-Godfrey Heteroscedasticity LM testi ile değişen varyans sorununun olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca; otokorelasyon sorununun incelenmesinde ise Baltagi ve Li (1991); Born ve Breitung (2016) ve Bhargava; Franzini ve Narendranathan (1982)'ın Durbin-Watson testleri kullanılmıştır. Tablo 12'de sabit etkiler modeli ile hesaplanan değişen varyans ve otokorelasyon test istatistikleri yer almaktadır. Tablo 12'de yer alan sonuçlara göre; Breusch-Pagan-Godfrey LM olasılık değerinin 0.05 kritik değerinden küçük olması sonucunda sıfır hipotezi reddedilmiş ve panelde değişen varyans sorununun olduğu ortaya çıkmıştır. Otokorelasyon testleri sonuçlarına göre; Baltagi ve Li (1991) LM ile Born ve Breitung LM (2016) test olasılık değerlerinin kritik değerinin altında olması sonucunda sıfır hipotezi reddedilmiştir. Yani; otokorelasyon sorununun olduğu ortaya çıkmıştır. 208 gözlem sayısı için Durbin-Watson d testi tablosunda d istatistiğinin dL (alt) sınır değeri 1.9303 ve dU (üst) sınır değeri 1.9390 olarak tespit edilmiştir (Topaloğlu; 2018: 28-29). Durbin-Watson test istatistik değerinin 1.653001 ve 1.242593 olması ($0 < d < dL$) otokorelasyonun olduğunu göstermektedir.

Tablo 12. Sabit Etkiler Modeli İçin Değişen Varyans ve Otokorelasyon Test Sonuçları

Değişen Varyans			
Breusch-Pagan-Godfrey LMh_fixed		Breusch-Pagan-Godfrey LMh_two way fixed	
85.96514	0.000000	109.6703	0.000000
Otokorelasyon			
Baltagi ve Li (1991) LMp-stat		Baltagi ve Li (1991) LMp-stat	
0.076292	0.782387	9.364975	0.002212
Born ve Breitung (2016) LMp*-stat		Born ve Breitung (2016) LMp*-stat	
6.004347	0.014271	28.5546	0.000000
Durbin-Watson		Durbin-Watson	
1.653001		1.242593	

Son olarak; çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve büyüklüğünü tespit etmek amacıyla değişen varyans ve otokorelasyon sorunlarını çözen Beck ve Katz (1995) tarafından geliştirilen Period SUR (PCSE) yöntemi ile tahmin yapılmış ve tahmin sonuçlarına Tablo 13'de yer verilmiştir.

Tablo 13. Model Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken Sağlık Harcamaları	Tek Yönlü Sabit Etkiler Modeli						İki Yönlü Sabit Etkiler Modeli		
	Kesite Bağlı			Zamana Bağlı			Katsayı	t ist.	Olas.
	Katsayı	t ist.	Olas.	Katsayı	t ist.	Olas.			
Bağımsız Değişkenler									
Nüfus	1.427968	2.6211*	0.009	0.455397	2.5103**	0.012	0.166404	0.2867	0.774
Bebek Ölüm	-0.397165	-4.993*	0.000	0.263019	1.1238	0.262	-0.264110	-3.360*	0.001
Okuryazarlık	-6.209630	-6.394*	0.000	-1.46313	-0.543	0.587	-6.895769	-5.844*	0.000
Enflasyon	0.350410	6.5504*	0.000	0.72597	3.6025*	0.000	0.170323	2.276**	0.024
Vergi	0.372171	5.6540*	0.000	0.43558	5.7274*	0.000	0.007061	0.144	0.885
PM ₁₀	-0.066630	-0.9094	0.364	-0.1982	0.1864	0.289	-0.001466	-0.210	0.833
Elektrik Tüketimi	0.090733	0.89515	0.371	-0.2019*	-1.063*	0.004	-0.088802	-1.010	0.313
R ²	0.982004			0.885385			0.987835		
F- İst.	353.9901			106.4933			431.9983		
F-İst. Olas. D.	0.000000			0.000000			0.000000		
Gözlem	208			208			208		

Not: * ve ** sırasıyla; %1 ve %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tabloda tek yönlü ve kesite bağlı sabit etkiler modeli sonuçlarına göre; modelin bir bütün olarak anlamlılığını ifade eden f istatistik olasılık değerinin %99 güven düzeyinde anlamlı olduğu ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimin %98'ini (R²) açıkladığı belirlenmiştir. Modelde sağlık harcamaları ile nüfus; bebek ölüm; okuryazarlık; enflasyon ve vergi oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Nüfus; enflasyon ve vergi oranındaki %1'lik bir değişim sağlık harcamalarında yaklaşık olarak sırasıyla %1.43; %0.35 ve %0.37'lik bir artışa yol açmaktadır. Nüfus artışı sağlık hizmetlerine olan talebi artırarak sağlık harcamalarını artırmaktadır. Enflasyon artışına bağlı olarak daha ucuz ve daha sağlıklı malların tüketilmesi bireylerin sağlıklarını olumsuz etkilerken bu durumda sağlık harcamalarını artırmaktadır. Vergi oranındaki artış ise; sağlık harcamalarının finansmanının önemli ölçüde vergilerle karşılanmasını beraberinde getirmektedir. Ayrıca bebek ölüm hızı ve okuryazarlık oranındaki %1'lik değişim ise; sağlık harcamalarında yaklaşık olarak sırasıyla %0.40 ve %6.21'lik bir azalışa yol açmaktadır.

Son yıllarda sağlık sektörü alanında yapılan yapısal dönüşümlerle birlikte kamu ve özel hastane hizmetlerinden yararlanan bireylerin sayısı artış göstermektedir. Artan sağlık harcamalarının bireylerin sağlık hizmetlerine ulaşmalarını kolaylaştırması sonucunda bebek ölüm oranı azalmaktadır. Çalışmada elde edilen bu bulgulara karşılık PM₁₀ ve elektrik tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Tek yönlü ve zamana bağlı sabit etkiler modeli sonuçlarına göre R² değeri %88.5 olarak tahmin edilmektedir. Yani bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama gücü yaklaşık olarak %89'dur. F-istatistiği olasılık değeri dikkate alındığında tüm değişkenlerin topluca istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu tahmin sonuçlarına göre sağlık harcamaları ile nüfus; enflasyon

oranı; vergi oranı ve elektrik tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Nüfus; enflasyon ve vergi oranındaki %1'lik bir değişim sağlık harcamalarında yaklaşık olarak sırasıyla %0.46; %0.73 ve %0.44'lük bir artışa yol açmaktadır. Ayrıca elektrik tüketimindeki %1'lik değişim ise; sağlık harcamalarında yaklaşık olarak %1.06'lık bir azalışa yol açmaktadır. Çalışmada elde edilen bu bulgulara karşılık bebek ölüm hızı; okuryazarlık oranı ve PM₁₀ arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır. İki yönlü sabit etkiler modeli sonuçlarına göre R² değeri %98.7 olarak tahmin edilmektedir. Yani bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama gücü yaklaşık olarak %99'dur. F-istatistiği olasılık değeri dikkate alındığında tüm değişkenlerin topluca istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu tahmin sonuçlarına göre sağlık harcamaları ile bebek ölüm hızı; okuryazarlık oranı ve enflasyon oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Enflasyon oranındaki %1'lik bir değişim sağlık harcamalarında yaklaşık olarak %0.17'lik bir artışa yol açmaktadır. Ayrıca bebek ölüm hızı ve okuryazarlık oranındaki %1'lik değişim ise; sağlık harcamalarında sırasıyla yaklaşık olarak %0.26 ve %6.90'lık bir azalışa yol açmaktadır. Nüfus; vergi oranı; PM₁₀ ve elektrik tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

5. SONUÇ

Sağlığın ekonomik büyüme ve kalkınma için önemli olduğuna dair ampirik kanıtlar çok fazladır ve ekonomik büyüme literatürü ekonomik performansı etkilemede sağlığın rolünü açıkça göstermiştir. Bunun sonucunda ülkelerin sağlık harcamaları hızla artmıştır. Sağlık harcamaları; hükümet bütçesi ve harcamalarının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Hükümetler her zaman maliyetlerini azaltmanın yollarını aramaktadır ve sağlık sektörü bir istisna değildir. Ancak; insanların talebine cevap vermek zorunda kaldığı için; maliyetlerini özellikle sağlık sektöründe azaltmaları imkânsızdır. Bu nedenle; bu sorunu çözmek için daha uygun yollar aramaktadırlar. Tüm bu unsurlar araştırmacıları sağlık harcamalarının belirleyicileri üzerinde çalışmaya teşvik etmiştir. GSYH; sağlık harcamalarının belirlenmesinde en etkili faktördür. Çalışmalar kişi başına düşen sağlık harcamaları ile kişi başına düşen GSYH arasında doğrudan bir ilişki olduğunu göstermiştir. İyi ekonomik altyapıya sahip olan ülkeler sağlık hizmetlerinin yararları hakkında daha fazla bilgiye sahiptir ve sonuç olarak sağlık hizmetlerini diğer ülkelere daha fazla kullanmaktadırlar. Sağlık harcamaları gelir dışında demografik büyüme; teknolojik ilerleme; sağlık hizmetlerinin reel fiyatları; hekim başına düşen nüfus sayısı; kurumsal faktörler; kentleşme gibi pek çok faktörden etkilenmektedir.

Türkiye’de Düzey 2 Bölgesi için 2009-2016 döneminde sağlık harcamalarının belirleyicilerinin araştırıldığı bu çalışmada en küçük kareler yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada ilk olarak Spearman korelasyon analizi ile çoklu doğrusal bağlantı sorunu araştırılmıştır. Daha sonra; panel ve değişken bazında yatay kesit bağımlılığı; Pesaran; Ullah ve Yamagata (2008) LMadj testi ile incelenirken; homojenlik ise Pesaran ve Yamagata (2008) delta testleri ile araştırılmıştır. Yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik sonuçlarına göre değişkenlerin durağanlıkları birinci nesil birim kök testlerinden olan LLC (2002) testi ve IPS (2003) testi ile ikinci nesil birim kök testlerinden olan Bai ve Ng (2004) PANIC testi ile incelenmiş ve bu testlerin sonucuna göre değişkenlerin düzey değerlerinde durağan oldukları tespit edilmiştir. Tahmin modelinin seçimi için F testi; Breusch-Pagan LM (1980); Honda (1985) testleri kullanılmıştır. Seriler arasında değişen varyans; Breusch-Pagan-Godfrey Heteroscedasticity LM ile incelenirken otokorelasyon ise Baltagi ve Li (1991); Born ve Breitung (2016) ve Bhargava; Franzini ve Narendranathan (1982)’in Durbin-Watson testleri ile incelenmiştir. Bu varsayımlar altında son olarak en küçük kareler yöntemi olarak otokorelasyon ve değişen varyans sorununu çözen Beck ve Katz (1995) tarafından geliştirilen Period SUR (PSCE) tahmincisi kullanılmıştır. Modelde sağlık harcamaları ile nüfus; enflasyon oranı ve vergi oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilirken; sağlık harcamaları ile bebek ölüm hızı ve okuryazarlık oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir.

İyi sağlığın; eğitim yoluyla edinilen bilginin etkin kullanımını arttırdığı bilinmektedir. Bu nedenle sağlığa yapılacak bu yatırımlar; eğitim ve verimlilik sonuçlarını arttıracak ve ülkenin ekonomik büyümesini ve kalkınmasını teşvik edecektir. Dolayısıyla devletin toplumun sağlık koşullarını arttıracak politikaları hayata geçirmesi ve böylece ekonomik büyüme ve gelişmeyi destekleyecek daha sağlıklı ve üretken bir toplum oluşturması gerekmektedir. Ayrıca; Sağlık Bakanlığı; insanlar arasında sağlık hizmetlerinin eşitsizlik dağılımındaki eksiklikleri en aza indirmelidir. Ayrıca WHO ile uzmanlık ve sağlık hizmetleri alanında bilgi değişimi yapılabilir. Sonuç olarak sağlık harcaması birey ya da ülke için hayati öneme sahiptir; çünkü daha sağlıklı bir toplum olmadan; yüksek bilgi ve yenilik kapasitesine sahip bir toplum yaratmak zor olacaktır. Böyle olunca da ülkenin ekonomik büyümesi ve gelişmesi imkansız olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abbas; F. and U. Hiemenz (2011); “Determinants of Public Health Expenditures in Pakistan”; *ZEF Discussion Papers on Development Policy*; No. 158; Zentrum Für Entwicklungsforschung (ZEF); Bonn.
- Akça; H. (2015); “Beşeri Sermaye Harcamaları: Türkiye’de Yaşanan Gelişmeler ve Sonuçları Üzerine Bir İnceleme”; *Ekonomi Bilimleri Dergisi*; 7(2); 33-57.
- Akdur; R. (2008); “Sağlık Harcamaları”; *Bilim ve Ütopya*; 14(170); 1-8.
- Bai; J. and Ng; S. (2004). “A PANIC Attack on Unit Roots and Cointegration”; *Econometrica*; 72(4); 1127–1177.
- Baltagi; B. H. and F. Moscone (2010); “Health Care Expenditure and Income in the OECD Reconsidered: Evidence from Panel Data”; *IZA DP No. 4851*.
- Baltagi; B. And Q. Li (1991); “A Joint Test for Serial Correlation and Random Individual Effects”; *Statistics and Probability Letters*; 11; 277-280.
- Beck; N. And J. Katz (1995); “What To Do (and Not to Do) with Time-Series Cross-Section Data”; *American Political Science Review*; 89(3); 634-647.
- Bhargava; A.; L. Franzini; and W. Narendranathan (1982); “Serial Correlation and the Fixed Effects Model”; *The Review of Economic Studies*; 49 (4); 533–549.
- Bilgel; F. and C. T. Kien (2013); “The Determinants of Canadian Provincial Health Expenditures: Evidence From A Dynamic Panel”; *Applied Economics*; 45(2); 201-212.
- Born; B. and J. Breitung (2016); “Testing for Serial Correlation in Fixed-Effects Panel Data Models”; *Econometric Reviews*; 35 (7); 1290-1316.
- Breusch; T. and A. Pagan (1980); “The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics”; *Review of Economic Studies*; 47(1); 239-253.
- Chaabouni; S. and C. Abednadh (2014); “The Determinants of Health Expenditures in Tunisia: An ARDL Bounds Testing Approach”; *International Journal of Information Systems in the Service Sector*; 6(4); 60-72.
- Dormont; B.; M. Grignon and H. Huber (2006); “Health Expenditure Growth: Reassessing The Threat Of Ageing”; *Health Economics*; 15; 947–63.
- Ecevit; E. ve M. Çetin (2016); “Ekonomik Büyüme ve Çevre Kirliliğinin Sağlık Üzerindeki Etkisi: Türkiye ile İlgili Ampirik Kanıt”; *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*; 48; 83-98.
- Erden; C. ve F. Turan Koyuncu (2014); “Kalkınma ve Çevresel Sağlık Riskleri: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz”; *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*; 6(2); 9-23.
- Erlat; H. (2015); Panel Data: A Selective Survey; Ankara: Department of Economics Middle East Technical University.
- Fasoranti; M. M. (2015); “An Econometric Analysis of the Determinants of Government Health Expenditures in Nigeria”; *Journal of Empirical Economics*; 4(4); 193-206.
- Folahan; D. Awe and A. A. Awe (2014); “An Assessment of Health Expenditure Determinants in Nigeria”; *IOSR Journal of Economics and Finance*; 3(2); 23-30.
- Furuoka; F. and et. al. (2011); “What Are the Determinants of Health Care Expenditure? Empirical Results From Asian Countries”; *Sunway Academic Journal*; 8; 12-25.
- Honda; Y. (1985); “Testing the Error Components Model with Non-Normal Disturbances”; *Review of Economic Studies*; 52; 681-690.
- Hosoya; K. (2014); “Determinants of Health Expenditures: Stylized Facts and a New Signal”; *Modern Economy*; 5; 1171-1180.
- Im; K.; H. Pesaran and Y. Shin (2003); “Testing For Unit Roots In Heterogeneous Panels”; *Journal of Econometrics*; 115; 53-74.
- Imoughele; L. and I. M. Ehikioya (2013); “Determinants of Public Health Care Expenditure in Nigeria: An Error Correction Mechanism Approach”; *International Journal of Business and Social Science*; 4(13); 220-233.

- Jaunky; V.C.and A. J. Khadaroo (2008); “Health Care Expenditure and GDP: An African Perspective”; Applied Econometrics and International Development; 8-1; 131-146.
- Kea; X.; P. Saksena; and A. Holly (2011); “The Determinants of Health Expenditure: A Country-Level Panel Data Analysis”; The Results for Development Institute Working Paper.
- Kraipornsak; P. (2017); “Factors Determining Health Expenditure in the Asian and the OECD Countries”; Economics World; 5(5); 407-417.
- Levin; A.; C. Lin; C. Chu and J. Shang (2002); “Unit Root Tests In Panel Data: Asymptotic And Finite-Sample Properties”; Journal of Econometrics; 108; 1–24.
- Mullen; P and P. Spurgen (2000); Priority Setting and the Public; Oxon: Radcliffe Medical Press.
- Newhouse; J. P. (1977); “Medical-Care Expenditure: A Cross-National Survey”; The Journal of Human Resources; 12(1);115-125.
- Nghiem; S. H.and L. B. Connelly (2017); "[Convergence And Determinants Of Health Expenditures In OECD Countries](#)"; [Health Economics Review](#); Springer; 7(1); 1-11.
- Öztürk; S. ve O. Uçan (2017); “Türkiye’de Sağlık Harcamalarında Artış Nedenleri: Sağlık Harcamalarında Artış-Büyüme İlişkisi”; Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi; 22(1); 139-152.
- Panda; P. K. and A. D. Panda (2015); “An Analysis of Pattern and Determinants of Public Spending On Health In Odisha”; India Journal of Social and Economic Policy; 12(1); 33-47.
- Pesaran; M. H. and T. Yamagata (2008); “Testing Slope Homogeneity In Large Panels”; Journal of Econometrics; 142; 50–93.
- Pesaran; M. H.; A. Ullah and T. Yamagata (2008); “A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence”; Econometrics Journal; 11; 105–127.
- Pesaran; H. (2004); “General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels”; Cambridge Working Papers in Economics Working Paper; 435.
- Sagarik; D. (2016); “Determinants of Health Expenditures In ASEAN Region: Theory And Evidence”; Millennial Asia; 7(1); 1–19.
- Samadi; A.and E. H. Rad (2013); “ Determinants of Healthcare Expenditure in Economic Cooperation Organization (ECO) Countries: Evidence from Panel Cointegration Tests”; International Journal of Health Policy and Management; 1(1); 63-68.
- Şengül; Ü.; S. Eslemian ve M. Eren (2013); “Türkiye’de İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Düzey 2 Bölgelerinin Ekonomik Etkinliklerinin VZA Yöntemi ile Belirlenmesi ve Tobit Model Uygulaması”; Yönetim Bilimleri Dergisi; 11(21); 75-99.
- Taşkaya; S. ve M. Demirkıran (2016); “Enflasyon; Gelir ve Sağlık Harcaması Arasındaki Nedensellik İlişkisi”; TAF Preventive Medicine Bulletin; 15(2); 127-131.
- Toor; I. A. and M. S. Butt (2005); “Determinants Of Health Care Expenditure in Pakistan”; Pakistan Economic and Social Review; 43(1); 133-150.
- Topaloğlu; E. E. (2018); “Bankalarda Finansal Kırılganlığı Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi İle Belirlenmesi”; Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi; 13(1); 15-38.
- Turgut; M.; İ. Ağırbaş and E. Uğurluoğlu Aldoğan (2017); “Relationship Between Health Expenditure and Inflation in Turkey”; *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*; 5(50); 289-299.
- Yalçın; A. Z. ve F. Çakmak (2016); “Türkiyede Kamu Sağlık Harcamalarının İnsani Gelişim Üzerindeki Etkisi”; *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*; 30(4); 705-723.
- Yereli; A. B.; İ. Kobal ve A. M. Köktaş (2010); “Türkiye’de Sağlık Harcamalarını Artıran Faktörler”; <http://ahmetburcinyereli.com/BEYKON10.pdf>; (Erişim: 15.06.2018).
- Yurdadoğ; V. (2007); “Türkiye’de Sağlık Harcamalarının Finansmanı ve Analizi”; *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*; 16(1); 591-610.

Citation: Yorulmaz M. , Gençtürk M.(2018), Türkiye’de Sağlık Yönetimi Mesleğinin Karşılaştığı Temel Sorunlar: Nitel Bir Çalışma, BMIJ, (2018), 6(4): 1310-1321 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.299>

TÜRKİYE’DE SAĞLIK YÖNETİMİ MESLEĞİNİN KARŞILAŞTIĞI TEMEL SORUNLAR: NİTEL BİR ÇALIŞMA¹

Mehmet YORULMAZ²

Mehmet GENÇTÜRK³

Received Date (Başvuru Tarihi): 11/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 26/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Amaç: Bu çalışma, Türkiye’de Sağlık Yönetimi Mesleğinin Karşılaştığı Temel Sorunların ne olduğunu uzmanlar perspektifinden tespit etmek amacıyla yapılan nitel bir araştırmadır.

Yöntem ve Gereçler: Nitel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada; olgu bilim deseninden faydalanılmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği kullanılan araştırmada, görüşlerine başvurulmuş katılımcıların, sağlık yönetimi ya da sağlık idaresi bölümlerinden mezun olmaları ön şart olarak belirlenmiştir. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için görüşülmesi gereken kişilerin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden “ölçüt örnekleme yöntemi” kullanılmıştır. Araştırma sürecinde, örneklem ölçütlerini sağlayan 15 kişiyle doğrudan iletişime geçilmiş ve randevu talep edilmiştir. Randevu talebini 3 kişi geri çevirmiştir. Bu bağlamda araştırmaya 12 katılımcı dâhil olmuştur. Araştırma katılımcıları, 10 akademisyen(4 profesör, 2 doçent, 4 doktor öğretim üyesi) ve sağlık yönetimi alanıyla ilgili 2 Sivil Toplum Kuruluşu başkanından oluşmaktadır. Elde edilen veriler yüz yüze görüşme tekniğiyle ve ses kayıt cihazı kullanılarak toplanmıştır. Verilerin analizinde nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan “tematik analiz” ve nitel veri analizi programlarından biri olan “Nvivo” programı kullanılmıştır.

Bulgular: Bu araştırmada, “Türkiye’de Sağlık Yönetimi Mesleğinin Karşılaştığı Temel Sorunlar nelerdir?” Neler söyleyebilirsiniz?” sorusuna uzmanlar tarafından verilmiş cevaplar analiz edilmiştir. Bu cevaplar “eğitimle ilgili sorunlar”, “politik sorunlar” ve “mesleğin sahiplenilmemesi sorunu” olmak üzere üç ana tema olarak bulunmuştur.

Sonuç: Analizler neticesinde elde edilen bu üç temadan birisi olan “eğitimle ilgili sorunlar” temasına bakıldığında, mesleğin eğitimle ilgili sorunları “eğitici kaynaklı”, “öğrenci kaynaklı” ve “eğitim süreci kaynaklı” olmak üzere 3 alt tema altında birleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı sorunlar, sağlık yönetimi politikalarına ilişkin problemleri ise “istihdam kaynaklı”, “eğitim politikası kaynaklı” ve “politikaların sürdürülebilirliği kaynaklı sorunlar” olmak üzere üç alt tema olarak bulunmuştur. Üçüncü olarak ise, Türkiye’de sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı temel sorunlara ilişkin problemlerin ana temalarından biri olan mesleğin sahiplenilmemesine ilişkin sorunların nedenleri arasında; “zayıf lobcilik”, “mesleki örgütlerin yetersizliği”, “kamu kurumlarının sahiplenilmemesi” ve “akademisyenlerin sahiplenilmemesi” nedenlerinin olduğu araştırma sonucunda elde edilmiş önemli sonuçlardır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Yönetimi; Nitel Araştırma; Sağlık Profesyoneli

¹ Bu çalışma ilk yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

² Dr.Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, myorulmaz@hotmail.com

³ Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, mehmetgencturk@sdu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-6670-165X>

<https://orcid.org/0000-0002-2608-7664>

FUNDAMENTAL PROBLEMS ENCOUNTERED BY THE HEALTH MANAGEMENT OCCUPATION IN TURKEY: A QUALITATIVE INVESTIGATION

ABSTRACT

Objective: This is a qualitative research whose aim is to determine the fundamental problems faced by the health management profession in Turkey from expertness perspective.

Methods and Materials: This study conducted by a qualitative research method was imposed upon science-fact design. In the research, face to face interview technique was conducted, for the participants whose opinions were consulted. Being a graduate from health management or health administration departments was a prerequisite for the participants. 'The criterion sampling method', one of the sampling methods, was used in order to determine the participants who needed to discuss while performing the purpose of the research. In the process of research, 15 people who obtained the sampling criteria were directly contacted and were requested to make an appointment. Appointment request was rejected by 3 people. In this context, 12 participants included in the research. The participants of research consisted of 10 academicians (four professors, two associate professors, four assistant professors) and 2 chairmen in non-governmental organizations in the field of health management. The obtained data were collected using the face-to-face interview technique and voice recorder. In the analysis of the data, Nvivo program, a thematic and qualitative data analysis method, was used.

Results: In this study, the answers given by the experts to the questions: "What is the fundamental problems faced by Health Management Occupation in Turkey? What is your opinion?" were analyzed. These answers fell under three main themes; issues with education, political issues and the lack of job involvement.

Conclusion: As a result of the analyzes, considering the theme of issues related to training, which are one of the three themes obtained, the problems related to the education of the occupation were entitled under three sub-themes; educative based, student-based and education process based. As a result of the research, health management policies which are the second theme of the main problems faced by the health management profession was identified as three sub-themes related to employment-sourced, educational policy-sourced and sustainability of policies-sourced problems. Thirdly, among the reasons of the problems concerning the lack of job involvement one of the principal themes of the problems related to key problems faced by the health management profession in Turkey, were found to be weak lobbying, lack of occupational organizations lack of job involvement in non-ownership of public institutions; lack of job involvement among academicians.

Keywords: Health Management; Qualitative Research; Health Care Professionals

1. GİRİŞ

Ülkemizdeki sağlık göstergelerinin iyi olmamasında ve sağlık sektörünün içinde bulunduğu çıkmazların temelinde kaynak yetersizliği, sağlık insan gücü yetersizliği ve araç gereç yetersizliğinden daha çok "kötü yönetimin" hatta yönetimsizliğin rol oynadığı görülmektedir. 19. Yüzyıl Fransa'sından kalma Bonapartist kamu yönetimi anlayışına uygun olarak kamu sektöründe egemen kılınan katı bürokratik kurallar ve merkeziyetçiliğin yanı sıra, yöneticilerin seçim ve atanmalarında "işin uzmanı" olmak yerine "birilerinin adamı" olmak kriterinin bu durumda önemli bir payı olduğu söylenebilir. Dünyanın gelişmiş hemen her ülkesinde kurum ve kuruluşların yönetilmesi işi, alanında uzman yöneticiler tarafından yapılmaktadır. Günümüz, pek çok sosyal bilimci tarafından yönetim devriminin yaşandığı bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Bilgi üretiminin hızlandığı ve bilgiye ulaşmanın kolaylaştığı bu dönemde, üretim ve hizmet sektörlerinde başarıyı yakalamanın tek yolu, iyi yönetimden geçmektedir (Hayran, 1998: 175). Günümüzde sağlık yöneticileri, kıt kaynaklar ile çok hızlı ilerleyen teknoloji ve tüketici hareketlerinin baskısı altında çok büyük bir bütçenin sorumluluğunu taşımakta ve

çok değişik alanlardan profesyonel, yarı profesyonel ve yardımcı hizmet sınıfı personelin uyumunu sağlamak üzere son derece karmaşık bir kurumu işletmek durumunda kalmaktadır. Bundan dolayı ülkemizde her düzeyde işletmecilik ve yöneticilik bilgileriyle donatılmış, farklı hizmet pozisyonlarında görev yapabilecek profesyonel yöneticilere olan ihtiyaç artarak devam etmektedir (Tengilimoğlu, vd., 2014: 552). Bu amaçla çeşitli üniversitelerin bünyesinde sağlık yönetimi bölümleri açılmış ve son yıllarda bu bölümlerin sayısı giderek artış göstermiştir. Önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim veren bu bölümler sağlık kurumlarına profesyonel yöneticiler yetiştirmektedir. Bununla birlikte gerek siyasi gerekse politik nedenlerden dolayı, Türkiye’deki kamu sağlık kurumlarında sağlık yönetimi konusunda profesyonel eğitim almış yöneticilerin istihdam edilmesine ilişkin olarak büyük eksiklikler görülmektedir. Bir tarafta arz diğer tarafta da ihtiyaç bulunmasına rağmen profesyonel sağlık yöneticisi istihdamı gerçekleşmemektedir. Bu durum sağlık kurumları için önemli bir kayıp olmakla birlikte mezunlar için de iş bulma kaygısını ortaya çıkarmaktadır.

Bu araştırma, Türkiye’deki sağlık yönetimi mesleğinin mevcut durumunun ve geleceğinin uzmanların görüşleri doğrultusunda irdelenmesi amacıyla yapılmıştır. Konuyla ilgili daha önce herhangi bir araştırma yapılmamış olup bu araştırma ile literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca araştırmanın, sağlık yönetim bölümlerinin öğrencileri, mezunları ve akademisyenleri, sağlık politikası belirleyicileri ve ilgili sivil toplum kuruluşları için önem arz ettiği düşünülmektedir.

2. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesi sürecinde nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu araştırma sürecinde nitel araştırma desenlerinden olgubilim deseni kullanılmıştır. Bu yöntem, katılımcıların belirli bir olgu hakkındaki algılarına ilişkin olarak ayrıntılı bilgi elde etmek amacıyla kullanılan nitel bir araştırma desendir (Lester, 1999: 1). Olgubilim araştırmalarında veri kaynakları, araştırmanın odaklandığı olguyu yaşayan ve bu olguyu yansıtabilecek kişiler ya da gruplardan oluşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 74). Araştırmada odaklanılan olgu, “**Türkiye’de Sağlık Yönetimi Mesleğinin Karşılaştığı Temel Sorunlar**” olduğundan bu olguyu en iyi ifade edebilecek kişilerin, alandaki akademisyenler ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri olduğu düşünülmüştür. Araştırmanın verilerinin analizinde nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan “tematik analiz” ve nitel veri analizi programlarından biri olan “Nvivo” programı kullanılmıştır. Tematik analiz yönteminde araştırmacı elde ettiği veriler arasında ortak kodlar ve temalar aramaya odaklanmaktadır (Gibbs, 2007: 48). Oluşturulan temalar alanında uzman akademisyenlerinde görüşleri alınarak geliştirilmiştir. Araştırma sürecinde, “sağlık yönetimi bölümü mezunu olup bir kamu üniversitesinde sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevini yürütmek ya da Sağlık yönetimi bölümü mezunu olup, alanında bir sivil toplum kuruluşunun başkanlığını yürütmek” ölçütleri karşılayan 15 kişiyle doğrudan bağlantı kurulmuş ve randevu talep edilmiştir. Randevu talebini zaman kısıtlılığı nedeniyle 3 kişi geri çevirmiştir. Araştırmaya dâhil olan 12 katılımcıya ait bilgiler Tablo 1’de sunulmuş olup katılımcıların her birine kod isim verilmiştir. Bu çalışmada verilen kod isimlerin kısaltmaları kullanılmıştır.

Tablo 1.Katılımcıların Kısa Özgeçmiş Bilgileri

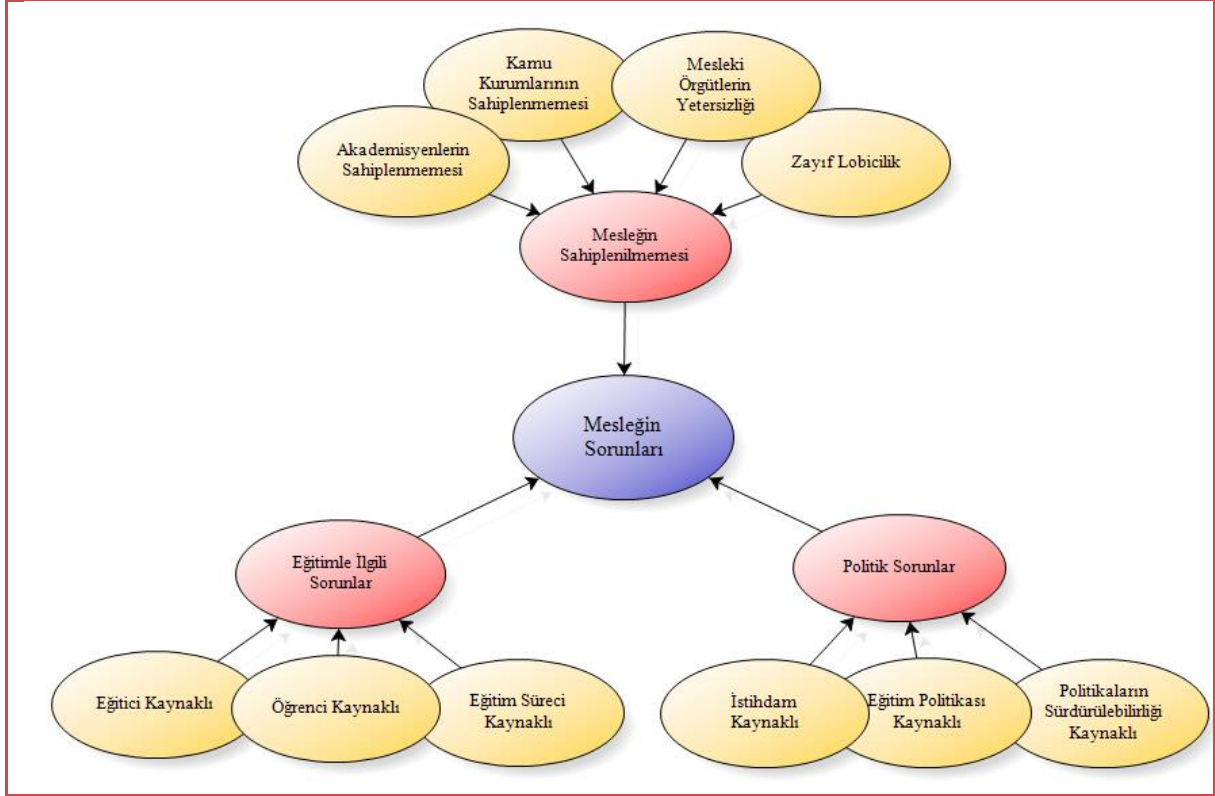
Y.H.	Dr.Öğr. Üyesi, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır
Ö.H.	Dr.Öğr. Üyesi, 4 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
M.H.-1	Dr.Öğr. Üyesi, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
E.H.-1	Profesör, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
E.H.-2	Dr.Öğr. Üyesi, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
Z.H.	Profesör, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
E.H.-3	Profesör, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
E.B.	STK Başkanı, 10 yıldır bu görevi yürütmektedir.
M.B.	STK Başkanı, 5 yıldır bu görevi yürütmektedir.
K.H.	Doçent, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
M.H.-2	Profesör, 3 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.
İ.H.	Doçent, 2 yıldır sağlık yönetimi bölüm başkanlığı görevinde bulunmaktadır.

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulan veriler yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Görüşme tekniği yöntemi, nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama araçlarından biridir. Bu yöntemin etkili ve verimli şekilde veri toplama yöntemi olarak kullanılabilmesi için yöntemin temel özelliklerini, güçlü ve zayıf yönlerini iyi bilmek gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 119). Görüşmeler ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmiştir. Tüm katılımcılar, görüşmelerin ses kayıt cihazına kaydedilmesine izin vermişlerdir. Ses kayıt cihazı kullanımı, yapılan görüşmelerin tamamının kayıt altına alınmasına ve kişilerin görüşmeye odaklanmasına imkân vermesi gibi avantajlarından dolayı tercih edilmiştir (Glesne, 2012: 156).

3. BULGULAR

Araştırmanın bu aşamasında “Ülkemizde sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı temel sorunlara ilişkin neler söyleyebilirsiniz?” sorusuna uzmanlar tarafından verilmiş olan cevaplardan üç ana temaya ulaşılmıştır. Bu temalar “eğitimle ilgili sorunlar”, “politik sorunlar” ve “mesleğin sahiplenilmemesi sorunu” olarak tespit edilmiştir.

Bu araştırmada bulunan sonuçlardan önemine binaen sadece “**Eğitimle İlgili Sorunlar**” ana temasına ait bulgular verilmiştir. (Şekil 1). Türkiye’de 1963 yılında sağlık yöneticisi yetiştirmek amacıyla Sağlık Bakanlığı’na bağlı Sağlık İdaresi Yüksek Okulu ile başlayan sağlık yönetimi eğitimi alanı hızlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir. Sağlık yönetimi eğitimi, bu bölümde okuyan öğrencilere hem sağlık terminolojisini hem de sosyal bilimin en önemli konularından biri olan yönetime dair önemli edinimler kazandırmaktadır. Dünyada popüler bir alan olan sağlık yönetimi alanı bu popülerliğin farkında olan bireyler tarafından tercih edilmektedir. Fakat her alanda olduğu gibi bu alanda da birtakım sorunlar mevcuttur. Aşağıda Şekil-1’de bu sorunlar verilerek “**Eğitimle İlgili Sorunlar**” açıklanmıştır.



Şekil 1: Sağlık Yönetimi Mesleğinin Temel Sorunları

Şekil 1’de görüldüğü üzere, “Ülkemizde sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı temel sorunlara ilişkin uzman görüşleri Nvivo programı kullanılarak kodlanmıştır. Bunlar; “Bu temalar “eğitimle ilgili sorunlar”, “politik sorunlar” ve “mesleğin sahiplenilmemesi sorunu” olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada üç ana temadan “eğitimle ilgili sorunlar” teması ve alt başlıklar aşağıda açıklanmıştır.

Eğitimle İlgili Sorunlar

Bu aşamada mesleğin eğitimle ilgili sorunları “**eğitici kaynaklı**”, “**öğrenci kaynaklı**” ve “**eğitim süreci kaynaklı**” olmak üzere 3 alt tema altında birleştirilmiştir.

Eğitici Kaynaklı Sorunlar: Bu alt tema, “alan dışı akademisyenler” ve “alandaki akademisyen eksikliği” şeklinde iki kod altında toplanmıştır.

➤ Alan Dışı Akademisyenler

Bu bölümde, sağlık yönetimi bölümlerinden mezun olmamış farklı lisans programlarından gelen akademisyenlerin sağlık yönetimi bölümlerinde istihdam edilmeleri üzerine oluşan problemlere yer verilecektir. Uzmanlarının görüşleri aşağıda verilmiştir.

“Bu bölümlerin öğretim elemanı kadrosuna baktığımızda hiçbir şekilde sağlık yönetimi eğitimi almamış hocaların eğitim verdiğini görüyoruz. Ayrıca çok sayıda tezsiz yüksek lisans programı var. Burada da genellikle işletme kökenli hocalar derslere giriyor.”(İ.H.).

“Diyetisyen kökenli arkadaşlarla bölümlerin bölüm başkanlığı faaliyetlerinin ya da eğitim öğretim faaliyetlerinin yürütüldüğünü maalesef görüyoruz. Bölüm başkanlarının ya da akademik kadronun alanla ilgili olmamasının nedeni, maalesef bu alanda yeterli sayıda akademik havuz oluşturulmamış olmasındandır. Bu alanda akademisyenlerin yetersiz olması başka alanlardan kişilerce bu işin yürütülmesini neden oluyor” (K.H.).

➤ Akademisyen Eksikliği

Alan dışından gelen akademisyenlerin bu alana girmelerinin en temel nedeni sağlık yönetimi alanında yetişmiş çok sayıda akademisyenin olmayışıdır. Doçent Dr. K.H. akademisyen eksikliği konusu ile ilgili aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

Alana bakıyoruz toplam yirmi beş tane sağlık kurumları yöneticiliği ya da bu alanla ilgili dirsek çürütmüş kafa patlatmış yirmi beş tane profesörümüz var. Elli tane bölüm var, yirmi beş tane profesör var. Doçent elli tane yok benim bildiğim (K.H.). K.H.’nin de ifade ettiği gibi alanda akademisyen eksikliği çok fazla ve bu alanda yetişmiş akademisyen denilince ilk akla gelen bölüm, Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi bölümüdür. 2005’li yıllara kadar Hacettepe Sağlık İdaresi Bölümü ve birkaç bölüm, toplamda bir elin parmakları sayısını geçmeyecek kadar bölüm eğitim vermekteydi. Fakat 2010’lu yıllara doğru bölüm sayısında hızlı ve kontrolsüz bir artış meydana gelmiştir. Bu durum, zaten az olan sağlık yönetimi bölümü akademisyen ihtiyacını çok fazla artırmış oldu. Bu durumun çözümü ise, farklı alanlardan akademisyen ataması yapılarak ihtiyaç karşılanmaya sağlandı. Konuyla alakalı örnek katılımcı görüşleri aşağıdaki gibi verilmiştir: Alanda yeterli eleman yetişmedi, şimdi de akademisyen yetiştirmesinde sorunlar ortaya çıkmaya başladı. Diyelim ki şimdi ihtiyaç anlaşılınca çok fazla sayıda bölüm açıldı ama bu bölümleri yeterince takviye edebilecek akademisyen yetiştirilmemiş ama bu bizim doğru geleneğinin bir alışkanlığıdır. “Kervan yolda düzülür” (Y.H.).

Bu alanda yetişmiş ve yetkin akademik personel sayısı çok az. Dolayısıyla temel sorunların başlangıcını ben bunun oluşturduğunu düşünüyorum. Geçmişten gelen birtakım birikmiş problemler var. Dolayısıyla bunu ortaya koymak gerekiyor. Sağlık yönetimi alanında akademik personel sayısı çok az (M.H.-1).

Öğrenci Kaynaklı Sorunlar: Bu alt temada yer alan; “öğrenci kalitesi düşüklüğü” ve “nitelikli personel eksikliği” kodlamalarına uzmanlar tarafından verilen cevapların örnek alıntıları aşağıda analiz edilmiştir.

➤ **Öğrenci Kalitesi Düşüklüğü**

Eğitimin bir süreç olduğunu düşünülürse, bu sürecin başında bir girdinin olması gereklidir. Bu girdi ise süreç içerisinde işlenecek olan öğrencidir. İşte bu girdi başlangıçta ne kadar kaliteli olursa süreç sonunda ortaya çıkacak olan çıktı da o denli kaliteli olacaktır. Aşağıda konu ile ilgili uzmanların örnek ifadelerine yer verilmiştir: “Bize gelen öğrencilerin profiliyle tabi çok alakalı. Şimdi biz hocalar olarak mükemmel hocalar da olsak bize gelen öğrenci profili, kalitesi bizim istediğimiz düzeyde olmadığı sürece maalesef istediğimiz kalitede öğrenci yetiştiremeyiz. Bizim elimiz kolumuz o anlamda bağlı oluyor. Daha yüksek puanlı, daha kaliteli öğrencilerin gelmesi durumunda ancak biz de kendimizi iyileştirdiğimiz takdirde daha iyi bir sağlık yönetimi eğitimi oluşturabiliriz diye düşünüyorum.” (Z.H.).

➤ **Nitelikli Personel Eksikliği**

Aşağıda ifadelerine yer verilen katılımcılar sağlık yönetimi mesleğinin önündeki engellerden birisi olarak sahada bu mesleği temsil edecek nitelikli ve donanımlı personelin eksikliğinden bahsetmektedirler.

“Bizim görebildiğimiz, incelediğimiz kadarıyla şuanda alanda birincisi niteliksel olarak yetişmiş insan gücü açısından açığımız var.” (Ö. H.).

“Özel sektördeki sağlık CEO’larıyla konuştuğunuzda ya da kamudaki yöneticilerle konuştuğunuzda en büyük sıkıntının işi bilen kalifiyeli eleman sıkıntısı olduğu söyleniyor” (Emir Bey).

Mezun olan yönetici adaylarımız talep tarafından yani özel hastaneler, Sağlık Bakanlığı, SGK gibi talep edici kurumlar tarafından kabul görmüyorlar. Yani üründen memnun olmuyorlar ya da istedikleri nitelikleri karşılamadıklarını söylüyorlar. Verdiğiniz mezunlar en basit şunu bile yapamıyorlar, çözemiyorlar diye serzenişte bulunuyorlar.” (KH.).

Eğitim Süreci Kaynaklı Sorunlar: Bu alt temada sağlık yönetimi bölümlerindeki eğitim sürecinden kaynaklı problemler irdelenecektir. Bu problemler dört kod olarak ele alınmıştır. Bunlar, “kalite düşüklüğü”, “standardizasyon eksikliği”, “uygulama eksikliği” ve “branşlaşma eksikliği” dir.

➤ **Eğitimde Kalite Düşüklüğü**

Bu tema, yapılan görüşmeler neticesinde katılımcıların alanda çok fazla sağlık yönetimi bölümünün olması, bunların kontrolsüz biçimde çoğalmaları ve neticede bu okullarda ders verecek alanda yetişmiş akademisyenlerin olmayışı konuları üzerine yoğunlaşmıştır. Katılımcıların bazılarının ifadeleri şöyledir:

“Son yıllardaki gelişen üniversiteler, sağlık yönetimi alanında açılan okullar ciddi bir ivme kazandırdı ancak tabi ki öğretim üyesi açığından dolayı okullardaki eğitimin kalitesini biraz sorgulamak gerekir” (Ö.H.).

“Şu an çok sayıda bölümde sağlık kurumları yönetimi eğitimi veriliyor. Ancak son yıllarda açılmış çok sayıda sağlık yönetimi bölümünde verilen eğitimin de hem ulusal hem de uluslararası standartların altında olduğunu görmekteyiz” (İ.H.).

Eğitim sürecindeki en büyük problemler arasında alanın dışından olan akademisyenlerin süreç içerisinde yer alması ve sağlık yönetimi alanını bilmiyor olmasıdır. Tabii ki bu durumu tetikleyen sebep alanda çok fazla yetişmiş akademisyenin olmamasıdır. Bu durumu bölüm başkanı M.H.-1 aşağıdaki gibi ifade etmektedir: “Dolayısıyla hiç alandan olmayan akademisyenlerin sağlık yönetimi alanında mezun veremeye başladığı bir döneme girmiş bulunmaktayız. Buda tehlikeli bir durum. Dolayısıyla sağlık yönetimi alanındaki eğitim kalitesini düşürücü bir sonuç ortaya çıktığını söyleyebiliriz” (M.H.-1).

Aynı zamanda uzmanlar öz değerlendirme yaparak üniversitelerdeki akademisyen durumu, eğitim müfredatı, eğitim şekli gibi faktörler üzerinde çalışılması gerektiği görüşünü savunmaktadırlar. Bu görüşler ise şöyledir: “Bir diğer problem eğitim çeşitleri bizim eğitimlerimizi biraz değiştirmemiz gerekiyor. Özellikle uzaktan eğitim modelleriyle zenginleştirmemiz, üniversiteler arasında hocaların belki fiziksel olarak derse gidip gelmeleri zorlaşacaktır.” (E.H.-2).

“Demek ki eğitimimizde bir sorun var ki yetiştirdiğimiz yöneticiler henüz sektörde, kamuoyunda hak ettiği yeri alamamış.” (E.H.-3).

Diğer bir katılımcı Profesör Z.H. ise; “Eğitimimizin açıkçası ben kendi adıma sadece konuşuyorum tabii. Hazırladığımız müfredatların hem müfredatlara hem bizler olarak içeriğini doldurma bağlamında, sunma bağlamında çok iyi miyiz? Cevabı çok net değiliz” şeklindeki açıklaması ile kalitenin müfredat ve akademisyen kaynaklı olarak ta düşük olabileceği vurgusunu yapmıştır. Yukarıda uzmanlar tarafından aktarılan eğitimde kalitenin düşük olmasının sebepleri örnek alıntılarla açıklanmaya çalışılmıştır.

➤ Eğitimde Standardizasyon Eksikliği

“Standart” kelimesi Türk Dilim Kurumu tarafından yapılan tanıma göre; “*Örnek veya temel olarak alınabilen, tek biçim*” şeklinde tanımlanmıştır. Aşağıda sağlık yönetimi eğitiminde standart olmayışından kaynaklı sorunlara ilişkin uzman akademisyenlerin bazı söylemlerine yer verilmiştir:

Profesör E.H.-3’e göre: “Dolayısıyla çok ciddi hem akademik anlamda, akademik personel yetersizliği anlamında hem müfredatlarımızın içeriklerinin birbirini tutmaması ve bir standardın olmayışı bakımında ciddi olarak eğitim politikamızda eğitimle ilgili ciddi sorunlarımız olduğunu düşünüyorum” şeklindeki açıklaması ile hem standart eksikliği hem de bunu uygulamaya aktaracak akademisyen yetersizliği üzerinde durmuştur. Yine görüşülen uzmanlardan diğeri E.H.-2 ise, standardın lisans eğitiminde sağlanmasının mümkün olduğu ancak lisansüstü eğitimde kontrolsüz bir şekilde sürdürüldüğünü şu sözleriyle aktarmıştır: “Lisans eğitimlerinde kısmen bir standardizasyon sağlamak mümkün. Şu ana kadar da üç aşağı beş yukarı bunlar oluşturulmaya çalışıldı. Ancak yüksek lisanslar tamamen kontrolsüz”.

➤ **Eğitimde Uygulama Yetersizliği**

Sağlık yönetimi eğitiminde uygulama eksikliği, bu konu ile ilgili katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

“Ben de tabi ki sağlık idaresi mezunu olarak, bizim de uygulamada en büyük sıkıntılarımızdan bir tanesi gittiğimiz ve uygulama aldığımız bölümlerdeki temel problem geçici bir personel olduğumuz için yani sonuçta bir aylık, iki aylık personel gözüyle bakıldığı için hatta bir haftalık personel çünkü rotasyondan dolayı en fazla bir hafta iki hafta bir birimde durabiliyorsunuz ve sürekli değişiyor rotasyonla. Haliyle ilgili alandaki kişiler bilgi aktarmanın çok gereksiz olduğunu düşünüyorlar ve kendilerine iş yükü olarak görüyorlar. Öğrencilerle ilgilenmiyorlar.” (E.B.).

“Hastane yok yani hastanesiz sağlık yönetimi bölümü düşünülemez. Çünkü burada anlatılan şeyler hep kitabi hem sağlık idarecisi hoca yok hem de hastane yok. Sen işletmecilikle ilgili anlattığın konuları getiriyorsun çocuklara sağlık yönetimi diye anlatıyorsun, diplomaları sağlık yönetimi ama çocukların ne pratik bilgisi var ne sağlık yönetimine özgü bilgileri var.” (M.H.-2).

Yukarıda ifadelerine yer verilen uzmanların ortak görüşü sağlık yönetimi eğitiminin mutlaka iyi bir uygulama ile desteklenmesi gerektiği yönündedir.

➤ **Branşlaşma Eksikliği**

Sağlık Yönetimi mesleği denince içerisinde birçok farklı disiplini (Sağlık Finansmanı, Sağlık Ekonomisi, Sağlık Hukuku, Sağlık Turizmi, Sağlık Pazarlaması, Sağlıkta Kalite Yönetimi v.b.) barındıran geniş bir alan akla gelmektedir. İşte bu kadar geniş bir alanın hepsine hâkim olmaktansa belli bir alan üzerinde uzmanlaşmalı görüşü E. B.'in ifadesi aşağıdaki gibidir:

“Mezunlarımız mülakatlara ya da iş başvurularına gittiğinde beklenti özel bir alanda bir yeteneğe sahip öğrenci olmasıdır. Daha doğrusu personeldir öyle diyelim. Finans konusunda iyi bir alana gelmişse eğer o alanda kendisini yetiştirdiyse ben iyi bir finansçıyım diyebilmeli. Ben sağlık idaresi mezunuyum ama ilgi alanım finans diyebilmeli. Bunu da transkript olarak gösterebilmeli. İşte finans alanında yüz saat uygulama aldım, üç yüz saat uygulama aldım diyebilmeli ya da ben sağlık turizmi alanına ilgi duyuyorum ve sağlık turizmi alanında şu birimlerde uygulamaya katıldım ve yüz saat uygulama aldım deyip o alanda fikir beyan edebilecek noktaya gelmiş bir mezun profili çizmemiz gerekiyor. Yoksa bizim sıradan iktisat, işletme ya da bir başka alandaki mezundan çok farkımız kalmaz” (E.B.).

4. SONUÇ

Araştırmanın bu aşamasında “Ülkemizde sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı temel sorunlara ilişkin neler söyleyebilirsiniz?” sorusuna uzmanlar tarafından verilmiş olan cevaplar analiz edilmiştir. Bu cevaplar sağlık yönetimi eğitimi ile ilgili sorunlar, sağlık yönetimi politikalarına ilişkin problemler ve mesleğin sahiplenilmemesine ilişkin problemler olmak üzere üç ana temada irdelenmiştir.

Sağlık yönetimi eğitimi ile ilgili sorunlar arasında; sağlık yönetimi bölümlerindeki eğitici kaynaklı sorunlar, öğrencilerden kaynaklı sorunlar ve eğitim süreci kaynaklı sorunlar yer almaktadır. Katılımcılar, bölümlerde eğitimcilerden kaynaklı bazı sorunlara değinmişlerdir. Bunlardan biri alan dışı akademisyenlerle ilgilidir. Bazı katılımcılar, bölümlerdeki öğretim elemanlarının bir kısmının herhangi bir sağlık yönetimi eğitimi almadıklarını ve genellikle işletme kökenli hocaların bölümlerde görev yaptıklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar bu durumun nedeni olarak fazla sayıda bölüm açılmasını ve alanda yetişmiş akademisyen sayısının bölümlerin ihtiyacını karşılayamamasını göstermişlerdir. Sağlık yönetimi bölümlerindeki akademisyen boşluğunun başka alandan gelen hocalar tarafından doldurulması, sağlık yönetimi mesleğinin içinde bulunduğu sıkıntıyı derinleştiren bir durum olarak katılımcılar tarafından ortaya konulan bir durumdur. Uzmanlara göre herhangi bir alt yapı olmadan, herhangi bir planlama yapılmadan açılan bölümler mesleğin gelecekteki karşılaşacağı en büyük sorun olarak değerlendirilmektedir. Bu araştırmada görüşmeciler akademisyen eksikliğinden kaynaklı problemlerin yanında öğrenci kaynaklı problemlere de değinmişlerdir. Öğrenci kalitesinin düşük olması ve niteliksel eksikler, uzmanlar tarafından bu konuda dile getirilen sorunlardır. Katılımcılara göre; bölüme gelen öğrenci profili ve öğrenci kalitesi istenilen düzeyde değildir. Katılımcıların belirtmiş oldukları bir diğer engel ise sağlık yönetimi bölümlerine, çok düşük puanlarla öğrencilerin alınmasıdır. Genellikle LYS sınavında ilk 80 bin ile 200 bin arasındaki sıralamada yer alan öğrenciler bu bölümlere yerleşmektedirler. Öğrencilerde gelecek kaygısının diğer bölüm öğrencilerine göre daha fazla olduğu, özellikle son sınıf öğrencilerinde motivasyon düşüklüğü olduğu, derslere karşı ilgisiz öğrenci grubu ile karşı karşıya kalındığı katılımcı görüşlerinden ortaya çıkan sonuçlardandır. Yine sağlık yönetimi mesleğinin önündeki engellerden biriside sahada bu mesleği temsil ve icra edebilecek nitelikli ve donanımlı mezunların eksik olmasıdır. Niteliksel olarak yetişmiş insan gücü açığının olduğu vurgusu yapılmıştır. Sağlık yönetimi bölümlerinde eğitim süreçlerinden kaynaklı problemlerin de olduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir. İhtiyaç planlaması yapılmadan, eğitim müfredatları belirlenmeden, alanla uzaktan yakından alakası olmayan diğer meslek gruplarının sağlık yönetimi alanında faaliyet yürütmeleri araştırma sonucunda bu konuda ortaya çıkan diğer bir bulgudur. Aynı zamanda uzmanlar, öz değerlendirme yapılarak akademisyen, müfredat, eğitim şekli üzerinde çalışılması gerektiği görüşünü de savunmaktadırlar. Örneğin eğitim şeklinde, uzaktan eğitim modelleriyle üniversiteler arasında, hocaların online olarak ders anlatmalarının sağlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Eğitimde standardizasyonun sağlanması katılımcıların önemle üzerinde durduğu bir diğer konudur. Türkiye'nin farklı illerinde bulunan sağlık yönetimi bölümlerinin müfredatlarının aynı olması gerektiği katılımcılar tarafından vurgulanmaktadır. Araştırma sonucunda sağlık yönetimi eğitiminin mutlaka kaliteli bir uygulama süreci ile desteklenmesi gerektiği yönünde bulgulara da ulaşılmıştır. Katılımcılara göre sağlık yönetimi eğitiminde uygulama yetersizliği vardır. Uygulama yapacak hastaneleri olmayan yerlerde dahi sağlık yönetimi bölümleri açılmıştır. Sağlık yönetimi mesleği içerisinde birçok farklı disiplini (sağlık finansmanı, sağlık ekonomisi, sağlık hukuku, sağlık turizmi, sağlık pazarlaması, sağlıkta kalite yönetimi vb.) barındıran geniş ve çok kapsamlı bir alandır. Bu

bağlamda, yukarıda sayılan her bir alanda kaliteli insan ihtiyacını karşılamak ve yetişmiş insan kaynağı problemini çözmek için sağlık yönetimi mesleğinde branşlaşmanın gerekli olduğu ve hali hazırda böyle bir durumun olmadığı katılımcıların görüşleri neticesinde ulaşılan bir diğer önemli sonuçtur. Sağlık yönetimi politikalarına ilişkin sorunlar arasında; istihdam kaynaklı sorunlar, eğitim politikası kaynaklı sorunlar ve politikaların sürdürülebilirliği kaynaklı sorunlar bulunmaktadır. Sağlık yönetimi bölümü mezunlarının kamuda istihdamının olmayışı, sağlık yönetimi eğitimi almış kişilerin olması gereken statülerde tıbbi eğitim almış kişilerin olması, siyasi kayırmacılık neticesinde, sağlık yönetimi eğitimi almamış liyakatsiz yöneticilerin istihdam edilmesi ve sağlık yöneticisi ihtiyacının göz ardı edilmesi bu mesleğin önündeki istihdam kaynaklı sorunlar olarak tespit edilmiştir. 2012 yılında Sağlıkta Dönüşüm Programı kapsamında hayata geçirilen Kamu Hastaneler Birliği uygulaması incelendiğinde, yönetim kadrosunun büyük oranda tabiplerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların, hekim odaklı yönetimin sağlık yönetimi mezunlarının önündeki en büyük engellerden biri olduğu görüşünü desteklemektedir. Görüşülen bazı katılımcılar, eğitim politikasından kaynaklı problemlere ilişkin olarak, öğrenci alımlarında farklı puan türü uygulanması, sağlık yönetimi bölümlerinin kontrolsüz büyümesi ve bölümlerin isim çeşitliliği konularında görüş beyan etmişlerdir. Farklı puan türünde öğrenci alımı, öğrenci kalitesi açısından farklılıklar doğurmaktadır. Bazı bölümler ÖSYM tarafından yapılan birinci sınavla öğrenci alırken bazı bölümler ise daha kapsamlı olan ikinci sınavla öğrenci almaktadır. Bölümlerin isim çeşitliliği konusunda katılımcılar, aynı amaca hizmet eden farklı isimler altında birçok bölümün varlığının toplum nezdinde kafa karışıklığına yol açtığına değinmişlerdir. Ülkemizde sağlık yönetimi mesleğinin karşılaştığı temel sorunlara ilişkin ana temalarından biri de mesleğin paydaşlar tarafından sahiplenilmemesidir. Katılımcılara göre bu durumun nedenleri arasında; meslek mensuplarının zayıf lobicilik yapması, mesleki örgütlerin nicelik ve nitelik açısından yetersizliği, akademisyenlerin mesleği sahiplenmemeleri bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Cresswell, J.W. (2013). Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları (S.B. Demir, Çev. Ed.). Ankara: Eğiten Kitabevi.
- Gibbs, G.R. (2007). Analysing Qualitative Data. London: SAGE Publications.
- Glesne, C. (2012). Nitel Araştırmaya Giriş (A. Ersoy ve P. Yalçinoğlu, Çev. Edt.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Hayran, O., Sur, H. (Eds.) (1998). Sağlık Hizmetleri El Kitabı. İstanbul: Yüce Yayınevi.
- Kavuncubaşı, Ş. (2000). Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Lester, S. (1999). An Introduction to Phenomenological Research. Taunton: StanLesterDevelopments, <http://www.sld.demon.co.uk/resmethy.pdf>
- Tengillimoğlu, D., Işık, O., Akbolat, M. (2014). Sağlık İşletmeleri Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Türk Dilim Kurumu (TDK).

Citation: Kılıç Akıncı S. (2018), Investigating The Role Of Job Satisfaction: Does It Act As A Moderator Or Mediator Between Organizational Identification And Work Engagement?, BMIJ, (2018), 6(4): 1322-1335 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.353>

INVESTIGATING THE ROLE OF JOB SATISFACTION: DOES IT ACT AS A MODERATOR OR MEDIATOR BETWEEN ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND WORK ENGAGEMENT?

Sevcan KILIÇ AKINCI¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 16/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 17/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

This study extends Social Identity Theory by examining the link between organizational identification (OI) and work engagement (WE) through enhanced job satisfaction (JS) and testing it in a non-US environment, which makes contribution to the literature. The study was conducted on a large sample (527) of Turkish blue and white-collar employees from business units of 15 independent companies from 10 different industry types and data was analyzed with Structural Equation Modelling. The results showed that organizational identification is positively related with work engagement. Job satisfaction did not moderate the relationship between OI and WE, but it mediated 54 % of the effect of OI and thus, confirmed the applicability of Social Identity Theory in a Turkish context. Results revealed that a sense of identification may be a precondition for work engagement; but it is the mediating effect of job satisfaction, which enhances this relationship.

Keywords: Work Engagement, Job Satisfaction, Organizational Identification, Social Identity Theory, Turkey

JEL Codes : M10, J28, J24

İŞ TATMİNİ ÖRGÜTSEL KİMLİK VE İŞE TUTKUNLUK ARASINDA ARACI DEĞİŞKEN OLARAK MI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN OLARAK MI ROL ALMAKTADIR?

ÖZ

Bu çalışma, artan iş doyumunun örgütsel kimlik ve işe tutkunluk arasındaki ilişkiye etkisini Sosyal Kimlik Teorisi bağlamında incelemekte ve bu ilişkiyi ABD dışında bir çevrede test ederek literatüre katkı sunmaktadır. Çalışma 10 farklı endüstride faaliyet gösteren 15 işletmeden beyaz ve mavi yakalı toplam 527 çalışana kapsayan geniş bir örneklem üzerinde test edilmiş ve veriler Yapısal Eşitlik Modellemesi ile analiz edilmiştir. Bulgular, örgütsel kimliğin işe adanma ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. İş doyumunu örgütsel kimlik ile işe adanma arasındaki ilişkiyi düzenleyici değişken olarak yer almamış, aracı değişken olarak ilişkinin %54'ünü açıklamış ve böylece Sosyal Kimlik Teorisinin Türkiye'deki bir örneklem üzerinde geçerli olduğunu ispatlamıştır. Sonuçlar, kimlik hissinin işe adanma konusunda bir ön koşul olduğunu fakat bunu güçlendiren değişkenin iş doyumunu olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İşe Tutkunluk, İş Tatmini, Örgütsel Kimlik, Sosyal Kimlik Teorisi, Türkiye

JEL Kodları: M10, J28, J24

¹ Dr. Öğrt. Üyesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, sevcan.akinci@erzurum.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3315-6346>

1. INTRODUCTION

In today's highly competitive work environment, firms strive for achieving several ways of gaining competitive advantages over rivals through work engagement (WE). Empirical research shows that there is a positive relationship between WE and job satisfaction (JS) in different professions. Our study contributes to the on-going debate on the relationship between JS and WE in organizations, through examination of Organizational Identification (OI)'s effect on the mentioned relationship, in Turkish context. This paper makes two specific contributions. Firstly, this is the first study that examines the effect of OI on WE, through enhanced JS in Turkish context. Secondly, whether JS acts as a mediator or moderator on the relationship between OI and WE is tested and thus, Social Identity Theory (SIT) is extended. As methodological advantage of the paper, to evaluate internal validity, it is preferred to use McDonald's Omega coefficient besides Cronbach alpha. Omega is selected deliberately because it is specifically developed for evaluating internal consistency in exploratory and confirmatory factor analysis, and in Structural Equation Models where latent variables exist. Since exploratory and confirmatory factor analysis are applied in variable selection and Structural Equation Modelling, where latent variables exist for mediator and moderator analysis, McDonald's Omega is preferred to be used.

1.1. Work Engagement

Engagement at work was conceptualized by Kahn (1990), as the 'harnessing of organizational members' selves to their work roles'. Similarly, according to Van Bogaert et.al (2013), work engagement is a combination of the capability to work (energy, vigour) and the willingness to work (involvement, dedication). In academic literature, work engagement is often characterized with the amount of discretionary effort exhibited by employees in their jobs (Frank et al., 2004) or emotional and intellectual commitment to the organization (Baumruk, 2004; Richman, 2006; Shaw, 2005). A highly engaged employee will consistently deliver beyond expectations (Wright & Cropanzano, 2000). Although generally "employee engagement" and "work engagement" are used interchangeably, as Schaufeli and Bakker (2010) states the former is more general and has connections with the organization itself. Work engagement refers to the relationship of the employee with his or her work, whereas employee engagement may also include the relationship with the organization.

1.2. Job Satisfaction

Job satisfaction is one of the most researched concepts in academic literature, since it has practical positive work-related outcomes for businesses besides its strong theoretical base. The three most common definitions of JS describe it as: “the pleasurable emotional state resulting from the appraisal of one’s job as achieving or facilitating the achievement of one’s job values (Locke, 1976), “the extent to which people like (satisfaction) or dislike (dissatisfaction) their jobs” (Spector, 2006) and “all the feelings that an individual has about his/her job” (Spector, 1997). It is ‘a positive (or negative) evaluative judgment that is made by one, about one’s job or job situation’ (Weiss, 2002). In other words, job satisfaction has emotional, cognitive, and behavioral components (Bernstein & Nash, 2008; Rich et al., 2010). Academic literature, which focuses on behavioral aspect of JS, reports that high JS is associated with higher levels of job performance, organizational citizenship behavior, lower levels of turnover (Hulin & Judge, 2003), loyalty and counterproductive behavior (Gottfredson & Holland, 1990). In this research, researchers will use the concept of JS developed by Spector (1997).

1.3. Association of Job Satisfaction and Work Engagement

The relationship between JS and WE has been widely researched. However, the direction of the relationship between JS and WE remains unclear in the literature (Mauno, Kinnunen & Ruokolainen, 2006; Bakker & Schaufeli, 2008; Schaufeli & Bakker, 2010). Overwhelming of studies argue that JS is a predictor of work engagement (Avery, Kay & Wilson, 2007; Simpson, 2009; Salanova, Llorens & Schaufeli, 2011; Yalabik et al., 2013; Harter, Schmidt & Hayes, 2002). Abraham (2012) links WE with JS and defines it as the degree to which workers feel JS and an emotional connection to the success of their business, resulting in improved productivity, innovation and retention, which is the basic proposition of our study. Maylett & Riboldi (2008) states that JS is a component of making an employee feel engaged. Similarly, Tiwari (2011) in a study has cited JS as an antecedent to WE; Robinson, Perryman & Hayday (2004) and Penna (2005) all use a model of engagement which incorporates JS, as one of key influences on staff engagement and overall satisfaction at work. Also, the results of 2012 Employee Engagement published by SHRM reveals that the conditions of WE are related to the factors influencing JS in an organization (Abraham, 2012). In the light of previous research, we expect that the employees who are satisfied with their jobs, become engaged and produce positive outcomes for both the work and organization.

1.4. Organizational Identification and Social Identity Theory (SIT)

Organizational identification (OI) is defined as “a psychological linkage between the individual and the organization whereby the individual feels a deep, self-defining affective and cognitive bond with the organization as a social entity” (Edwards & Peccei, 2007).

The dominant theory that most of the OI studies are based, is Social Identity Theory (SIT), which states that OI is commonly believed to develop as a result of the group to which the individual belongs; thus, the individual-group relationship should be analyzed in this framework (Tajfel, 1982). SIT proposes that individuals seek to join and sustain membership in groups that reinforce their self concepts (Tajfel & Turner, 2004).

We see the first detailed model of OI was proposed by March and Simon (1958). Since then compared with other psychological variables, which are relevant to work behavior, such as job satisfaction and work motivation; organizational identification (OI) has received little attention until recently. Firms seek to achieve identification since as the result of identification, positive outcomes such as greater job satisfaction, lower rate of absenteeism, greater cooperative behavior and lower turnover are achieved (Riketta, 2005; Van Dick et al., 2004). A sense of identification may be a precondition for job satisfaction and it may prevent employees from being alienated (Dutton et al., 1994). It induces individuals to engage in the work and derive satisfaction from activities that fit to the identity (Ashforth & Mael, 1989).

1.5. Previous Research

In academic literature, vast majority of the researchers found evidence that employees' levels of engagement predict positive outcomes for organization (Salanova, Agut & Peiro, 2005; Schaufeli et.al., 2002) and engaged employees are more likely to exhibit discretionary efforts and improve individual performance (Van Bogaert et.al., 2013).

Although a high level of organizational identification can yield desirable results for both organizations and individuals (Boroş, 2008), research on its relationship with work-related attitudes, such as job satisfaction and on the mechanisms governing this relationship, is in the very early stages of development (Karanika-Murray et.al., 2015).

In academic literature, research on direct link between work engagement and organizational identification is scarce. Cartwright & Holmes (2006) recommends further research on engagement and identification; Karanika-Murray et.al. (2015) published a recent research on the link between the two.

For Turkish setting, to the best knowledge of researchers there is only one study. Ötken & Erben (2010) also studied OI and WE relationship on 212 employees working in private sector in Turkey. They reported that employees who identify with their organization have high levels of work engagement. Support, received from supervisor, is found to have a moderating role in this relationship. Gümüüş et.al. (2012), reported that both occupational and organizational identification had reverse effect on intention to early retirement and both categories had positive effect on job satisfaction.

In light of the above suggestions, the aim of the present study is to investigate the effect of organizational identification (being a member of the organization) on work-related outcomes, namely work engagement through enhanced satisfaction of the personnel.

2. MATERIALS AND METHOD

Although a lot of studies on the sources and consequences of work engagement have been already carried out, there is still space for exploration of its relationship with different antecedents. In this study, drawing from SIT, we develop and test a model whereby OI is linked to WE through enhanced JS and thus we test whether JS acts as mediator or moderator over WE or not.

Several facts have been taken into account when developing the study. First, overall job satisfaction has been included as a potential predictor of work engagement and moderation and mediation effects of it over WE, are researched. Second, the suggested theoretical approach grounded in work engagement construct, has been utilized. Third, OI, as a congruent measure of work engagement, has been used. Fourth, a large sample from various work settings has been included. A large sample (527) of Turkish blue and white-collar employees from business units of 15 independent companies from 10 different industry types have been taken as population of the study.

2.1. Model and Hypothesis

In the light of literature review, our paper proposes that OI determines individual's attitudes toward his or her job and determines specifically his or her engagement through enhanced job satisfaction. Therefore, following hypothesis were tested.

***Hypothesis 1:** Organizational Identification (OI) is (positively) related to WE*

***Hypothesis 2:** Organizational Identification (OI) determines an individual's attitudes toward his job, and specifically work engagement, which is moderated by job satisfaction.*

Hypothesis 3: *Job Satisfaction (JS) mediates the positive relationship between Organizational Identification (OI) and Work Engagement (WE), such that OI is positively related to JS which is, in turn, positively related to WE.*

527 questionnaires were filled in by respondents and were ready to be analyzed. Mean age of the sample was 31, 318 men and 209 women. This is due to the fact that female employees are still rare in the industry. Mean tenure of the sample was 6,98 years. In terms of educational background, 29 % had high school degree, 47 % of the sample had undergraduate degree; 20 % had associate degree, and 3 % had graduate degrees.

WE was measured with The Utrecht Work Engagement Scale developed by Dr. Wilmar B. Schaufeli et.al. (2002). Participants responded using a 7-point Likert scale with anchors (0) never to (6) always. The reliability and the factorial validity of the UWES have been supported by Schaufeli et al. (2002). For OI, the measure developed by Mael & Asforth (1992) was used. Cronbach alpha coefficient of the measure was stated by Mael & Ashforth (1992) as ,07. Back to back translation of both measures were done. After a pilot test on 32 academicians, the measures were used in this study.

2.2. Data Analysis and Findings

To analyze the data, R-Project program (R Core Team, 2018), Psych package (Revelle, 2018) and SmartPLS 3.0 (Ringle, Wende, & Will, 2015) was used.

Firstly, an iterative “item trimming” procedure was performed for the original scale items and following that Cronbach Alpha was calculated as 0,95 and total Omega was calculated as 0,97. When deciding if the data set was suitable for PCA, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy Index was calculated. KMO index was found as 0,94, which proved marvelous for PCA as Kaiser (1974) recommended.

Then mediator and moderator analysis was performed by using SmartPLS program. Firstly, direct effect of OI over WE was tested. For OI.5VIF values was found to be 5,014 (>5), it was discarded from model and analysis continued.

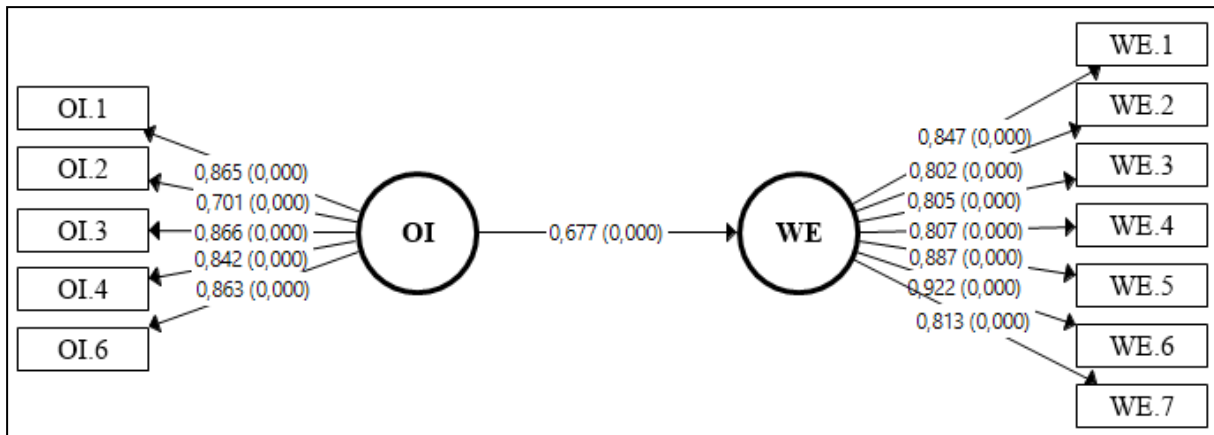


Figure 1: OI’s direct effect on WE

For model fit, SRMR value was calculated as 0,052 which is smaller than the critical values of 0,08 and NFI value was calculated to be as 0,90, which was equal to the critical value. These values showed that model was acceptable.

OI’s direct effect over WE was calculated as 0,677 (p value:0,000) which showed that it was significant. The bootstrapping value of effect size of f^2 was calculated as 0,872 (p value:0,000) large (0,35+). Thus, our first hypothesis was found acceptable.

To test mediation effect, JS was added to the model as mediator.

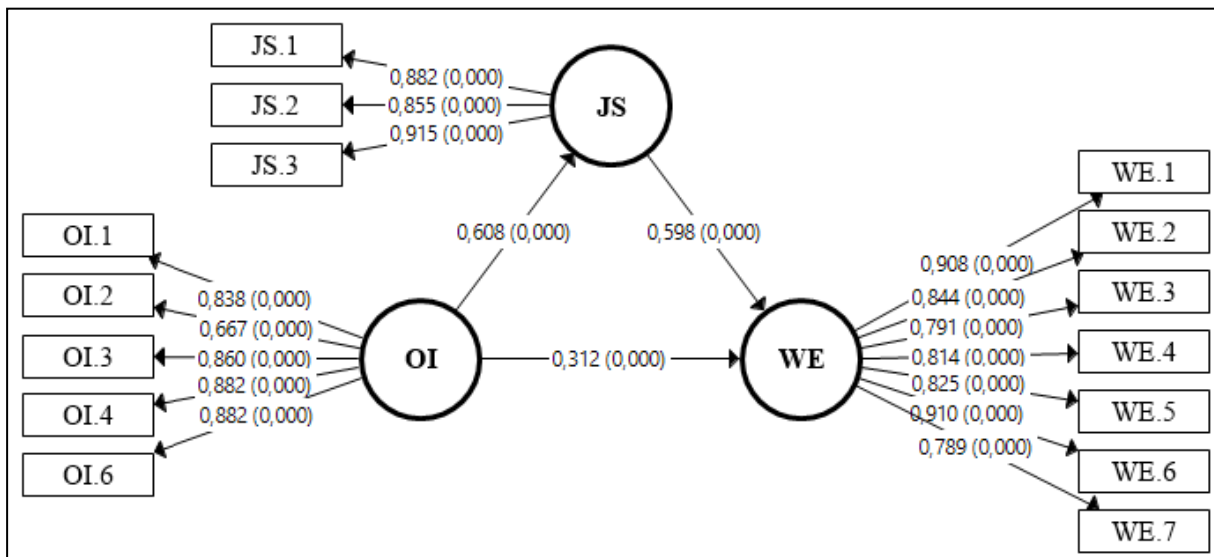


Figure2: JS’s Mediation Effect On The Relationship Of OI And WE

To research the mediation effect of JS, firstly SRMR and NFI values were analyzed for model fit. For model fit SRMR value 0,047, which was smaller than critical value of 0,08 and NFI value was calculated as 0,880, which was nearly equal to 0,90. In other words, when JS was added to the model as mediator, the model was found to be acceptable.

Path coefficient of JS's direct effect over WE was found to be significant 0,598 (p value: 0,000). The path coefficient of OI's direct effect over JS was found to be significant 0,608 with p value: 0,000.

When JS was added to the model as mediator, the path coefficient of OI's direct relationship over WE decreased from 0,677 (p value:0,000) to 0,312 (p value: 0,001). The rest of the effect, has shifted to OI's indirect effect over JS, which was found to be significant (0,364; p value: 0,000). As a result, it is evident that, when JS was added to the model, it mediated 54 % of the effect of OI's. Thus our third hypothesis is accepted.

Bootstrapping results of effect size (f^2) is presented in the table below:

Table1: Bootstrapping Results Of Effect Size (f^2) Of Mediation Model

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
OI -> WE	0,192	0,200	0,063	3,062	0,002
JS -> WE	0,707	0,724	0,148	4,768	0,000
OI -> JS	0,587	0,597	0,120	4,884	0,000

The effect size of OI over WE was calculated as 0,200 (p value: 0,002), which was “moderate” according to Cohen's (1988) f^2 . Besides this, JS's effect size over WE was found to be 0,724 (p value: 0,000), which was “large”.

As a result, the OI's effect size over WE was large and significant (0,872 with p value: 0,000). But when JS was added to the model as mediator, effect size decreased to 0,200 (p value:0,002) which made it weak.

Consequently, we can say that JS acts as a mediator between OI and WE.

To test moderation effect, JS was added to the model as moderator.

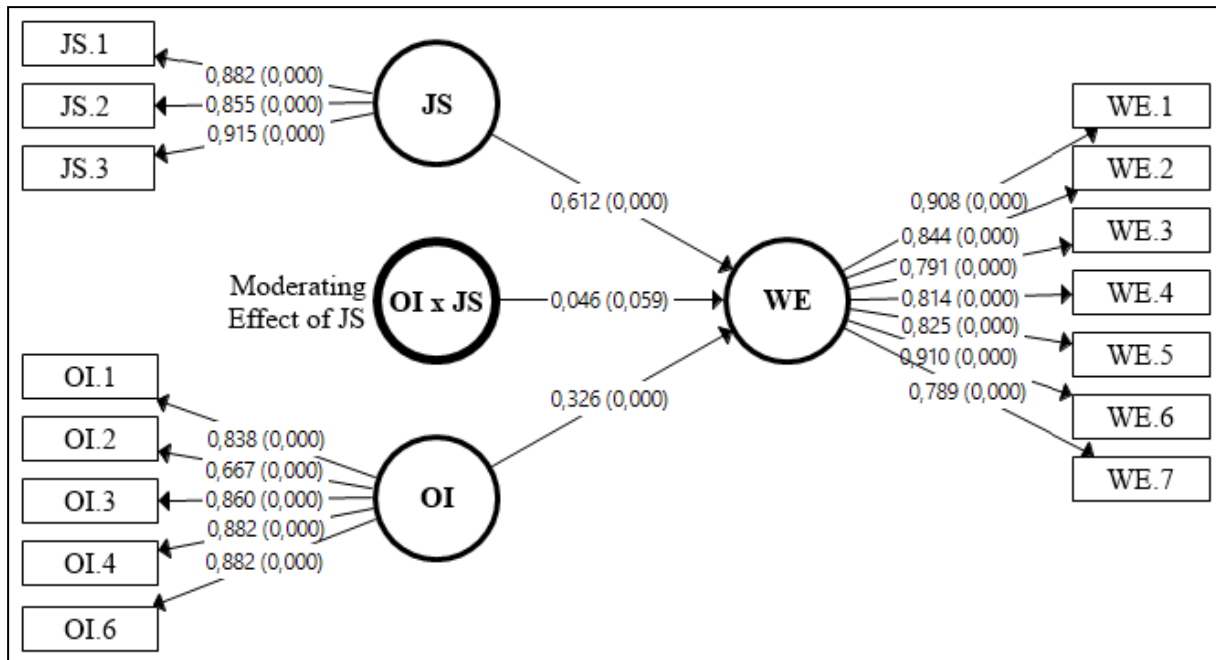


Figure3: JS’s moderation effect on the relationship of OI and WE

To research the moderation effect of JS, firstly SRMR and NFI values are searched for model fit. For model fit SRMR value 0,047, which was smaller than critical value of 0,08 and NFI value was calculated as 0,887 which was nearly equal to 0,90. In other words, when JS was added to the model as moderator, the model was found to be acceptable.

Path coefficient of JS’s direct effect over WE was found to be significant 0,612 (p value:0,000). The path coefficient of OI’s direct effect over JS was found to be significant 0,608 with p value: 0,000. Path coefficient regarding moderating effect was found to be 0,046 (p value:0,058), which was insignificant. Thus our second hypothesis is rejected.

Bootstrapping results of effect size (f^2) is presented in the table below:

Table2: JS’s Moderation Effect On The Relationship Of OI And WE

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	TStatistics	P Values
OI -> WE	0,204	0,211	0,064	3,164	0,002
JS -> WE	0,718	0,740	0,160	4,482	0,000
Moderating Effect -> WE	0,010	0,012	0,011	0,887	0,375

OI’s effect size over WE was 0,211 (p value:0,002) and large. JS’s effect over WE was 0,740 (p value:0,000) and was large also.

It is evident that OI's effect size over WE was "large" and significant as of 0,872 (p value:0,000). But when JS was added to the model as a moderator, the effect size of OI over WE decreased to 0,211 (p value:0,002), which was "moderate" according to Cohen's (1988) classification; however, it is worth to note that the decrease from 0,872 to 0.211 made the effect size weaker. Moreover, moderating effect's effect size was calculated as 0,012, which denoted "no effect" and p value was 0,375, which showed insignificance. As a result, it is evident that JS did not act as a moderator between the relationship of OI and WE.

3. DISCUSSION

Grounded on SIT, this study endeavored to investigate the association between OI and WE and thus, it contributes to limited research in collectivist societies pertaining to the effect of OI on WE. It is documented in academic literature that, individuals who have strong organizational identification with their organizations are more likely to be actively involved in achieving organization's goals and activities.

However, the effect of job satisfaction in engagement process is important and tested in this research. A sense of identification may be a precondition for work engagement; but results revealed that it is the mediating effect of job satisfaction, which enhances this relationship.

Results of the study revealed that JS does not act as a moderator but it acts as a mediator between the OI and WE for paid jobs. The findings of this research revealed and supported the previous findings about job satisfaction's positive effect on WE.

In reality, satisfaction is barely minimum. Job satisfaction keeps employees around but it doesn't really inspire them to do more than to fulfill the fundamental job requirements and their role. A satisfied but unengaged employee generally enjoys what he does for a living, but for the most part, his job is a means for a paycheck. As he probably isn't complaining about it too much, and he/she completes his/her tasks as assigned and is likely willing to work more hours as necessary, he's still productive and valuable members of the workforce. But to go beyond the basic responsibilities outlined in his job description or pitching ideas to upper management about ways to improve the organization, the personnel should be engaged to his/her work. One way to ensure this, organizational identification. Organizations need to ensure that their employees identify themselves with the organization. Having satisfied employees who perform better and who identify themselves with their work, helps to foster engagement.

REFERENCES

- Abraham, S. (2012). Job Satisfaction as an Antecedent to Employee Engagement. *SIES Journal of Management*, 8(2), 27–36.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4278999>
- Avery, D. R., McKay, P. F., & Wilson, D. C. (2007). Engaging the Aging Workforce: The Relationship Between Perceived Age Similarity, Satisfaction With Coworkers, and Employee Engagement. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1542–1556. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1542>
- Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2008). Positive Organizational Behavior: Engaged Employees in Flourishing Organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 147–154. <https://doi.org/doi:10.1002/job.515>
- Baumruk, R. (2004). The Missing Link : The Role of Employee Engagement in Business Success. *Workspan; ABI/INFORM*, 47, 48–52. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Bernstein, D. A., & Nash, P. W. (2008). *Essentials of Psychology*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Boroş, S. (2008). Organizational Identification: Theoretical and Empirical Analyses of Competing Conceptualizations. *Cognitie, Creier, Comportament / Cognition, Brain, Behavior*, 12(1), 1–27.
- Cartwright, S., & Holmes, N. (2006). The Meaning of Work: The Challenge of Regaining Employee Engagement and Reducing Cynicism. *Human Resource Management Review*, 16(2), 199–208. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2006.03.012>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, N.J., US: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Edwards, M. R., & Peccei, R. (2007). Organizational Identification: Development and Testing of a Conceptually Grounded Measure. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(1), 25–57. <https://doi.org/10.1080/13594320601088195>
- Frank, F., Finnegan, R., & Taylor, C. (2004). The Race for Talent: Retaining and Engaging Workers in the 21st Century. *Human Resource Planning*, 27(3), 12–25.
- Gottfredson, G. D., & Holland, J. L. (1990). A Longitudinal Test of the Influence of Congruence: Job Satisfaction, Competency Utilization, and Counterproductive Behavior. *Journal of Counseling Psychology*, 37(4), 389–398. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.37.4.389>
- Gümüş, M., Hamarat, B., Çolak, E., & Duran, E. (2012). Organizational and Occupational Identification: Relations to Teacher Satisfaction and Intention to Early Retirement. *Career Development International*, 17(4), 300–313. <https://doi.org/10.1108/13620431211255806>
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-Unit-Level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268–279. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.2.268>
- Hulin, C. L., & Judge, T. A. (2003). Job Attitudes. In W. C. Borman, D. R. Ilgen, & R. Klimoski (Eds.), *Handbook of Psychology, Volume 12: Industrial and Organizational Psychology* (pp. 255–276). New Jersey, US: John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/doi:10.1002/0471264385.wei1211>
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of*

- Management Journal*, 33(4), 692–724. <https://doi.org/10.2307/256287>
- Kaiser, H. F. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Karanika-Murray, M., Duncan, N., Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2015). Organizational Identification, Work engagement, and Job Satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 30(8), 1019–1033. <https://doi.org/10.1108/JMP-11-2013-0359>
- Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1297–1350). Chicago, US: Rand McNally College Pub. Co.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and Their Alma Mater: a Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). *Organizations*. New York, US: Wiley.
- Mauno, S., Kinnunen, U., & Ruokolainen, M. (2006). Exploring Work- and Organization-Based Resources as Moderators Between Work–Family Conflict, Well-Being, and Job Attitudes. *Work & Stress*, 20(3), 210–233. <https://doi.org/10.1080/02678370600999969>
- Maylett, T. M., & Riboldi, J. M. (2008). *The Three Essential Components of Employee Engagement* (Whitepaper). Retrieved from <https://tr.scribd.com/document/66411061/Decision-Wise-Whitepaper-3-Essential-Components-of-Employee-Engagemen>
- Ötken, A. B., & Erben, G. S. (2010). Investigating the Relationship Between Organizational Identification and Work Engagement and the Role of Supervisor Support. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 93–118.
- Penna. (2005). *Meaning at Work (Research Report - Coord. Trevor Lambert)*. London, UK. Retrieved from https://www.ciodevelopment.com/wp-content/uploads/2011/10/2006-10-08-08-36-31_Penna-Meaning-at-Work-Report.pdf
- R Core Team. (2018). R: A Language and Environment for Statistical Computing. *R Foundation for Statistical Computing*. Vienna, Austria. Retrieved from <http://www.r-project.org/>
- Revelle, W. (2018). psych: Procedures for Psychological, Psychometric, and Personality Research. *Northwestern University*. Evanston, Illinois, US. Retrieved from <https://cran.r-project.org/package=psych>
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617–635. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.51468988>
- Richman, A. (2006). Everyone Wants an Engaged Workforce How Can You Create It. *Workspan*, 49(1), 36–39.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384. <https://doi.org/10.1016/J.JVB.2004.05.005>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Will, A. (2015). Smart PLS. *SmartPLS GmbH*. Bönningstedt, DE. Retrieved from <http://www.smartpls.de>
- Robinson, D., Perryman, S. P., & Hayday, S. (2004). *IES Report 408: The Drivers of Employee Engagement*. . *Institute for Employment Studies Report*. Brighton, UK : Institute for Employment Studies. Retrieved from <https://www.employment-studies.co.uk/system/files/resources/files/408.pdf>
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking Organizational Resources and Work Engagement to

- Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate. *Journal of Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1217>
- Salanova, M., Llorens, S., & Schaufeli, W. B. (2011). “Yes, I Can, I Feel Good, and I Just Do It!” On Gain Cycles and Spirals of Efficacy Beliefs, Affect, and Engagement. *Applied Psychology*, 60(2), 255–285. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2010.00435.x>
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2010). Defining and Measuring Work Engagement: Bringing Clarity to the Concept. In A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds.), *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (pp. 10–24). New York, NY, US: Psychology Press, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203853047>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 3(1), 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Shaw, K. (2005). An Engagement Strategy Process for Communicators. *Strategic Communication Management*, 9(3), 26–29.
- Simpson, M. R. (2009). Predictors of Work Engagement Among Medical-Surgical Registered Nurses. *Western Journal of Nursing Research*, 31(1), 44–65. <https://doi.org/10.1177/0193945908319993>
- Spector, P. E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. California, US: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452231549>
- Spector, P. E. (2006). Method Variance in Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 9(2), 221–232. <https://doi.org/10.1177/1094428105284955>
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1–39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In J. T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Political Psychology (In Series of Key Readings in Social Psychology)* (pp. 276–293). New York, NY, US: Psychology Press.
- Tiwari, S. (2011). Employee Engagement - The Key to Organizational Success. In *10th International Conference on Operations and Quantitative Management* (pp. 311–328). Nashik, India.
- Van Bogaert, P., Clarke, S., Willems, R., & Mondelaers, M. (2013). Staff Engagement as a Target for Managing Work Environments in Psychiatric Hospitals: Implications for Workforce Stability and Quality of Care. *Journal of Clinical Nursing*, 22(11–12), 1717–1728. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2012.04341.x>
- Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., ... Tissington, P. A. (2004). Should I Stay or Should I Go? Explaining Turnover Intentions with Organizational Identification and Job Satisfaction. *British Journal of Management*, 15(4), 351–360. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x>
- Weiss, H. M. (2002). Deconstructing Job Satisfaction: Separating Evaluations, Beliefs and Affective Experiences. *Human Resource Management Review*, 12(2), 173–194. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(02\)00045-1](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(02)00045-1)
- Wright, T. A., & Cropanzano, R. (2000). Psychological Well-Being and Job Satisfaction as Predictors of Job Performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 84–94. <https://doi.org/10.1037/1076->

8998.5.1.84

Yalabik, Z. Y., Popaitoon, P., Chowne, J. A., & Rayton, B. A. (2013). Work Engagement as a Mediator Between Employee Attitudes and Outcomes. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(14), 2799–2823. <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.763844>

Citation: Bakır M. & Alptekin N. (2018), Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yeni Bir Yaklaşım: CODAS Yöntemi İle Havayolu İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, BMIJ, (2018), 6(4): 1336-1353 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.409>

HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YENİ BİR YAKLAŞIM: CODAS YÖNTEMİ İLE HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mahmut BAKIR¹

Nesrin ALPTEKİN²

Received Date (Başvuru Tarihi): 18/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 25/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Havayolu taşımacılığı sektörünün büyük bir gelişim yaşadığı son 40 yıllık süreçte, havayolu işletmeleri rekabetçi üstünlük sağlamak amacıyla hizmet performanslarını geliştirmeye odaklanmışlardır. Bu doğrultuda, sunulan hizmetlere yönelik kalite algısının ölçülmesi amacıyla farklı yaklaşımlar kullanılırken, son yıllarda Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinin kullanımı öne çıkmaktadır. Bu çalışmada da, havayolu taşımacılığı sektörüne odaklanılarak hizmet kalitesi ölçümüne yeni bir yaklaşımın getirilmesi amaçlanmıştır. Güncel yöntemlerden biri olan CODAS yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, 11 havayolu işletmesinin 7 değerlendirme kriterine göre hizmet kalitesi performansları bakımından ele alındığı veri seti analiz edilmiştir. Ayrıca uygulama sonrasında sonuçların tutarlılığının ölçümü için duyarlılık analizi gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Havayolu, Hizmet Kalitesi, ÇKKV Yöntemleri, CODAS Yöntemi

JEL Kodları: L93, C44, C63

A NEW APPROACH IN SERVICE QUALITY ASSESSMENT: AN APPLICATION ON AIRLINES THROUGH CODAS METHOD

ABSTRACT

In the last four decades in which the air transport sector has entered into a major development process, airlines have focused on improving their service performance in order to gain a competitive advantage. While different approaches are being used to measure the quality perception for the services, the use of Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods has become prominent in recent years. In this study, it is aimed to bring a new approach to the evaluation of service quality in firms by focusing on the air transport sector. In this study, one of the current methods, the CODAS method is used. The data set of 11 airlines, which are evaluated in terms of service quality performances according to 7 criteria, are analyzed. Sensitivity analysis is also performed to measure the stability of the results after the application.

Keywords: Airline Companies; Service Quality; MCDM Methods; CODAS Method

JEL Codes: L93, C44, C63

¹ Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, mahmutbakir@anadolu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3898-4987>

² Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, nesrinesen@anadolu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8967-8955>

1. GİRİŞ

Havayolu taşımacılığı sektörü, 1978 yılında ABD’ de gerçekleşen deregülasyon (Airline Deregulation Act) sonrasında daha liberal bir yapıya kavuşarak büyük bir gelişim sürecine girmiştir (Doganis, 2006:2). Bu süreçte pazarlara giriş ve erişimde devlet müdahaleleri ortadan kalkarken, havayolu işletmeleri bilet fiyatı, kapasite ve frekans belirleme noktasında tam serbestilik kazanmışlardır. Yaşanan gelişmeler, diğer yandan havayolu işletmesi ve havaaracı sayısını da artırmış ve rekabetin yoğunlaşmasına neden olmuştur. Dolayısıyla işletmeler hayatta kalabilmek için çeşitli stratejiler uygulayarak rekabetten kaçınmaya çalışmaktadırlar (Orhan ve Gere, 2013:38).

Havayolu taşımacılığı sektöründe öne çıkan ilk rekabet aracı fiyattır (Chen vd., 2011:2854). Buna karşın fiyat aracı yani en düşük maliyet stratejisi oldukça dikkat edilmesi gereken bir stratejidir. Nitekim Odabaşı ve Barış (2007:70)’ ın da belirttiği gibi, artan rekabet ve teknolojik yenilikler neticesinde maliyetler sürekli düştüğü için fiyatın sürdürülebilir olmadığı açıktır. Dolayısıyla fiyatın uzun dönemli bir rekabet aracı olmayacağına inanılmasıyla hizmet kalitesi, işletmeler açısından deyim yerindeyse bir can simidi olarak görülmeye başlanmıştır (Tsafarakis vd., 2018:1).

Hizmet kalitesi çok sayıda araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Grönroos (1984:37), hizmet kalitesini tüketicilerin hizmete ilişkin beklentileri ve edindikleri hizmet performansının karşılaştırılmasına dayanan bir değerlendirme olarak tanımlarken, Parasuraman ve diğerleri (1988:15) bu ifadenin ötesine geçerek “müşterilerin bir firmanın performansını o sektördeki firmaların performansının nasıl olması gerektiğine dair genel beklentileri ile karşılaştırmasına dayanarak ulaştıkları değerlendirme” olarak tanımlamışlardır. Özetle, hizmet kalitesi hususunda temel alınan nokta tüketicilerin neyi, nasıl algıladıklarıdır.

Yüksek hizmet kalitesinin işletmelere pazar payında artış, yatırım getiri oranında artış, verimlilikte artış ve operasyonel maliyetlerde düşüş gibi birtakım avantajlar sağlayacağı bilinmektedir (Chen, 2016:8; Tsafarakis vd., 2018:2). Havayolu taşımacılığı bağlamında ele alındığında ise, hizmet kalitesi havayolu işletmelerinin rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olurken sürdürülebilir büyüme, operasyonel performans artışı, karlılık ve havayolu etkinliğini artırarak pazar payının artışına katkı sağlamaktadır (Ghorabae vd., 2017b:45). Diğer yandan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, müşteri bağlılığı, havayolu seçimi ve olumlu ağızdan ağıza iletişim üzerinden de etkili olduğu bilinmektedir (Park vd., 2006:162; Waguespack ve Rhoades, 2014:34). Dolayısıyla havayolu işletmeleri, daha fazla yolcuyla kendilerine

ekebilmek ve mevcut müşterilerin bağlılığını artırabilmek için yolcuların beklentilerini karşılayabilecek bir hizmet deneyimi sunmalıdır (Li vd., 2017:50).

Havayolu işletmeleri tüketicilere çok sayıda hizmet sunmaktadır. Sunulan bu hizmetler yer hizmetleri ve uçak-içi (kabin içi) hizmetler olarak temelde iki aşamaya ayrılmaktadır (Chen ve Chang, 2005:79; Li vd., 2017:50). Uçak içi hizmetler uçak konforu, uçak içi eğlene olanakları, yemek ve içecek servisi, kabin temizliği, kabin ekibinin yolculara gösterdiği ilgi gibi boyutları kapsarken yer hizmetleri ise havalimanı terminalinde sunulan tüm hizmetleri ifade etmektedir. Bu noktada, yolcuların hizmet kalitesine ilişkin algıları ise her iki aşamayı da kapsamaktadır. Diğer bir sınıflamaya göre havayolu işletmelerinin sunduğu hizmetler uçuş öncesi, uçuş esnası ve uçuş sonrası hizmetler olarak sınıflandırılabilir (Haghighat, 2017:32). Sınıflandırma nasıl olursa olsun, nihai gerçek tüketicilerin bu süreçte birçok hizmet aldığı ve yaşanan etkileşimlerin arzulanırlığı doğrultusunda hizmete ilişkin kalite algısının oluturulduğudur.

Bu çalışmada, havayolu işletmelerinde hizmet kalitesine odaklanılarak ÇKKV yöntemlerine alternatif olarak geliştirilmiş güncel bir yöntem olan CODAS (Combinative Distance-Based Assessment / Birletirilebilir Mesafe Bazlı Değerlendirme) yöntemi kullanılmıştır. Literatürde sıklıkla ele alınan başlıklardan biri olan hizmet kalitesinin farklı yöntemlerle ele alındığı (Mardani vd., 2015:1035), fakat güncel yöntemlerin bu alana uyarlanması noktasında eksiklikler olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada hizmet kalitesi lmnde CODAS yönteminin ilk defa kullanılacak olmasının literatüre katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmada, ilk olarak literatür incelemesine yer verilecek, sonrasında metodoloji bölümünde CODAS yöntemine ilişkin teori ve uygulama adımları tanıtılacaktır. Uygulama kısmında ise havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi örnek uygulaması CODAS yöntemiyle gerçekleştirilecek ve son olarak ise elde edilen bulgular değerlendirilerek gelecek çalışmalara yönelik önerilerde bulunulacaktır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatürde sıkça çalışılan hizmet kalitesi, işletmeler tarafından sunulan hizmetlere ilişkin tüketiciler izlenimleri olarak tanımlanmasına karşın (Chen ve Chang, 2005:80), kalitenin hangi boyutlar üzerinden tanımlanabileceğine dair ortak bir kabul yoktur. Dolayısıyla, hizmet kalitesi ölçümü itibariyle zor bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürsoy vd., 2005:58). Hizmet kalitesi ölçümünün temel amacı ise hizmet performansının llmesi, hizmet problemlerinin tanımlanması ve giderilmesi, hizmet sunumunun yönetilmesi ve kaynaklar

dahilinde sunulabilecek optimal kalitede hizmetlerin tüketicilere sunulabilmesidir (Mardani vd., 2015:1035).

Hizmet kalitesi çok boyutlu bir yapı olmakla birlikte (Haghighat, 2017:32), literatürdeki çalışmalarda farklı boyutlar kullanılmaktadır. Aynı şekilde ölçüm amacıyla da farklı yöntemlerin tercih edildiği görülmektedir. Bu kapsamda, hizmet kalitesi ölçümünde en fazla benimsenen yaklaşım SERVQUAL modelinin farklı sektörlerde olduğu gibi havayolu sektöründe de uygulanmasıdır (Chen, 2016; Wang vd., 2011). SERVQUAL modeli, Parasuraman ve diğerleri (1988) tarafından önerilmiş ve bugüne kadar sağlık, ulaşım, konaklama, bankacılık ve iletişim hizmetleri gibi geniş bir yelpazede sunulan hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesinde kullanılmıştır (Li vd., 2017:50). SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi fiziksel unsurlar, güvenilirlik, duyarlılık, güvence ve empati boyutları ile ölçülürken tüketicilerin algıları ve beklentileri karşılaştırılarak hizmet kalitesi performansına ilişkin ipuçları aranmaktadır. SERVQUAL modelinin havayolu taşımacılığı sektörüne uyarlanmış boyutları Tablo 1’ de verilmiştir.

Tablo 1. SERVQUAL Modelinin Havayolu Taşımacılığı Sektörüne Uyarlanması

SERVQUAL	Havayolu hizmetleri
Fiziksel unsurlar	Koltuk konforu ve temizliği, yemek ve içecek, uçak içi eğlence, uçuş kabini ve ekibin dış görünüşü
Güvenilirlik	Dakiklik, emniyet ve kabin ekibinin kabiliyeti
Duyarlılık	Kabin ekibinin nezaketi ve hızlı çözüm bulma becerisi
Güvence	Vaat edilen hizmetlerin mevcudiyeti, uçuş saatlerinin uygunluğu, personelin yeterli dil becerisi
Empati	Uygun biletleme süreci, müşteri şikâyetlerinin anlaşılması ve giderilmesi, kişiselleştirilmiş seyahat deneyimi

Kaynak: (Bogicevic vd., 2017:512)

Havayolu hizmetleri bağlamında SERVQUAL modeli dışında farklı yapılar da önerilmiştir. Örneğin, Gourdin (1988) fiyat, emniyet ve dakiklik boyutlarından oluşan üç boyutlu bir model önerirken, Elliott ve Roach (1993) dakiklik, bagajların idaresi, yemek ve içecek kalitesi, koltuk konforu, check-in süreci ve uçak içi hizmetlerin havayolu işletmelerinde hizmet algısı üzerinde kritik olduğunu savunmuştur. Diğer bir çalışmada ise, Ostrowski ve diğerleri (1993) havayolu hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için dakiklik, yemek ve içecek kalitesi ve koltuk konforu kriterlerinin önemine değinmiştir (Chen, 2016). Sonraki süreçte Gilbert ve Wong (2003), SERVQUAL’i temel alarak hizmet personeli, olanaklar (uçak içi eğlence, lounge’lar vb.), güvenilirlik, uçuş bağlantıları, kişiselleştirme, duyarlılık, emniyet boyutlarından oluşan bir hizmet kalitesi modeli önermiştir. Pakdil ve Aydın (2007) ise çalışmalarında Gilbert ve Wong’ un modeli ile SERVQUAL modelini birleştirerek bulunabilirlik ve imaj boyutlarını da içeren bir ölçüm modeli önermişlerdir.

SERVQUAL modeli dışında, hizmet kalitesi ölçümünde regresyon analizi ve hipotez testleri gibi istatistiksel yöntemler yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca günümüzde gelişen internet teknolojisiyle birlikte havayolu hizmet kalitesi ölçümünde ikincil verilerin kullanımı da giderek yaygınlaşmaktadır (Waguespack ve Rhoades, 2014:34). Ölçümde kullanılan ikincil veriler ise Skytrax vb. gibi kullanıcı kaynaklı içerik (user-generated content) sunan platformlardan temin edilmektedir. Son olarak, bir diğer yaklaşım ise hizmet kalitesi ölçümünde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinin kullanımına dayanmaktadır (Bogicevic vd., 2017:511; Haghghat, 2017:43; Mardani vd., 2015:1035; Tsafarakis vd., 2018:2).

Çok kriterli karar verme yöntemleri, birbiriyle çatışan kriterlerin mevcudiyeti halinde karar vericilerin tercihleri doğrultusunda optimal çözüme olanak tanıyan sayısal yöntemlerdir. Gerçek hayatta maksimum veya minimum olması istenen kriterlerin yer aldığı karar problemlerinde bu sayede oldukça esnek ve başarılı sonuçlar alınabilmektedir (Milosavljević vd., 2018:6). Literatürde çok sayıda ÇKKV yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemler literatürde temel yöntemler, tek sentezleme kriteri yöntemleri, sıralama yöntemleri ve etkileşimli yöntemler olarak sınıflandırılmaktadır (Tunca vd., 2016:3). ÇKKV yöntemleri çok amaçlı karar verme yöntemleri (ÇAKV) ve çok nitelikli karar verme yöntemleri (ÇNKV) olarak iki başlık altında ele alınmasına karşın her iki terimde çok kriterli yöntemleri ifade etmek için sıklıkla kullanılmaktadır (Triantaphyllou vd., 1998:1).

Günümüzde karar problemlerinin çözümünde kullanılmak üzere geliştirilmiş çok sayıda ÇKKV yöntemi bulunmaktadır (Milosavljević vd., 2018:6). TOPSIS, SAW, AHP, COPRAS ve VIKOR yöntemleri bunlardan bazıları iken günümüzde WASPAS, EDAS, CODAS ve MABAC gibi güncel yöntemlerde birçok farklı alanda karar problemlerinin çözümünde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu noktada kullanım alanlarından biri de hizmet kalitesi ölçümüdür. Nitekim yapılmış çalışmalarda hizmet kalitesi ölçümünde ÇKKV yöntemlerinin sıklıkla kullanıldığı, en sık kullanıldığı alanların başında ise havayolu taşımacılığının geldiği görülmektedir³ (Mardani vd., 2015:1059). Tablo 2’de havayolu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin ÇKKV yöntemleri ile ele alındığı çalışmaların özeti listelenmiştir.

³ 2001-2015 yıllarını kapsayan literatür incelemesine dayanan çalışmada, 51 akademik dergide yer alan çalışmalar içerisinde havayolu hizmet kalitesinin payının %22,78 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Alanında Yapılmış Çalışmalar

Yazar(lar)	Yöntem
(Toosi ve Kohanali, 2011; Tsaur vd., 2002)	Bulanık AHP ve Bulanık TOPSIS
(Liou ve Tzeng, 2007)	Bulanık AHP, Gri İlişkisel Analiz, SAW
(Önüt vd., 2008)	AHP
(Kazançoğlu ve Kazançoğlu, 2013; Nejati ve Shafaei, 2009)	Bulanık TOPSIS
(Kuo ve Liang, 2011)	VIKOR ve Gri İlişkisel Analiz
(Liou vd, 2011a)	TOPSIS ve Gri İlişkisel Analiz
(Demir, 2011)	TOPSIS
(Wang vd., 2011)	Bulanık DEMATEL
(Kuo, 2011)	Aralık değerli bulanık VIKOR ve Gri İlişkisel Analiz
(Liou vd., 2011b)	VIKOR
(Wang, 2014)	DEMATEL
(Chen, 2016)	DEMATEL ve ANP
(Ghorabae vd., 2017b)	Monte Carlo simülasyonu, PERT Metodu, TOPSIS, WASPAS, EDAS, COPRAS
(Li vd., 2017)	İkili sözel bulanık ve Bulanık AHP
(Perçin, 2018)	Bulanık DEMATEL, Bulanık ANP ve Bulanık VIKOR
(Bakır ve Atalık, 2018)	Entropi ve ARAS
(Gupta, 2018)	Best Worst Method (BWM) ve VIKOR

3. CODAS YÖNTEMİ

CODAS (**C**ombinative **D**istance-based **A**SSessment) yöntemi, Ghorabae ve diğerleri (2016) tarafından ÇKKV problemlerinin çözümünde kullanılmak üzere önerilen güncel bir yöntemdir. CODAS yönteminde karar problemini oluşturan alternatiflerin performansları negatif-ideal çözüme uzaklıkları baz alınarak belirlenmektedir (Dahooei vd., 2018:176). Negatif-ideal çözüme (*NIS*) uzaklıklarda ise Öklidyen (Euclidean) ve Manhattan (Taxicab) uzaklığı yaklaşımları kullanılmaktadır (Badi vd., 2018a:4).

CODAS yönteminde Öklidyen uzaklık birincil ölçüt olarak kullanılırken karşılaştırılan alternatiflerin Öklidyen uzaklıkları birbirine eşit ise ikincil ölçüt olan Taxicab uzaklık yaklaşımı kullanılır (Ghorabae vd., 2016:29; Mathew ve Sahu, 2018:140). CODAS yönteminde Öklidyen ve Taxicab uzaklığı değerleri, sırasıyla l^2 -norm ve l^1 -norm kayıtsızlık alanları için sırasıyla ölçülmektedir. Diğer bir anlatımla, CODAS yönteminde öncelikle l^2 -norm kayıtsızlık alanındaki alternatifler değerlendirilir (Öklidyen uzaklık yaklaşımı). Şayet bu alanda alternatifler karşılaştırılamıyorsa, l^1 -norm alanı dikkate alınır (Taxicab uzaklığı yaklaşımı). Bu süreçte her alternatif çiftinin ikili olarak karşılaştırılması gerekmektedir (Peng ve Garg, 2018:13).

Literatür incelendiğinde, CODAS yönteminin çok sayıda karar probleminin çözümünde kullanıldığı görülmektedir. Bu kapsamda, yöntem ilk olarak Ghorabae ve diğerleri (2016) tarafından endüstriyel robot seçimi ve ofis mikro ikliminin değerlendirilmesi örnek

çalışmalarında kullanılmıştır. Yöntemin geçerliliğini test etmek amacıyla ise WASPAS, COPRAS, TOPSIS, VIKOR ve EDAS gibi geçerliliği kanıtlanmış yöntemler kullanılarak duyarlılık analizine tabi tutulmuş ve ardından korelasyon analizi ile sıralamalar arasındaki ilişki test edilmiştir. Analize sonucunda CODAS yönteminin başarılı sonuçlar verdiği belirlenmiştir.

CODAS yönteminin kullanıldığı diğer çalışmalar genel olarak ele alındığında, Mathew ve Sahu (2018), malzeme taşıma ekipmanı seçimi çalışmasında CODAS, EDAS, WASPAS ve MOORA yöntemlerini kullanarak en uygun ekipmanı seçmeye çalışmışlardır. Badi ve diğerleri (2018a), Libya’ da çelik üreticisi bir işletme için tedarikçi seçimi çalışmasında CODAS yöntemini başarıyla uygulamışlardır. Bu çalışmalar dışında, Ghorabae ve diğerleri (2017a) CODAS yöntemini bulanık mantık metodolojisi ile genişleterek pazar bölümü değerlendirmesinde bulunmuşlardır. Panchal ve diğerleri (2017), gübre üretimi sektöründe bir bakım probleminin çözümü için bulanık AHP ve bulanık CODAS yöntemlerine dayalı bir metodoloji uygulamışlardır. Boltürk (2018), bir imalat işletmesi için tedarikçi seçimini ele aldığı çalışmada CODAS yöntemini Pisagor bulanık kümeler teorisi ile bütünleşik bir şekilde kullanmıştır. Dahooei ve diğerleri (2018), işletmeler için farklı iş zekâsı sistemlerinin değerlendirilmesinde aralık değerleri sezgisel bulanık (IVIF) CODAS yöntemini kullanmışlardır. Boltürk ve diğerleri (2018), yenilenebilir enerji kaynağı seçiminde aralık değerli nütrosifik CODAS yöntemini kullanmışlardır. Pamučar ve diğerleri (2018), Nütrosifik bulanık kümeler teorisi ve CODAS yöntemini bütünleşik bir şekilde Libya’ da güç üretim teknolojisi seçimi probleminde kullanmışlardır.

CODAS yönteminin uygulama adımları aşağıdaki gibidir (Ghorabae vd., 2016:29-30; Mathew ve Sahu, 2018:140-141; Badi vd., 2018:616-617):

Adım 1. Karar matrisinin (X) oluşturulması:

X matrisi, karar verici tarafından oluşturulan karar matrisidir. Çözüme giden ilk adımda n tane alternatif ve m tane kriterden oluşan karar matrisi oluşturulur.

$$X = [x_{ij}]_{n \times m} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2m} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nm} \end{bmatrix}$$

Yukarıdaki karar matrisinde i . alternatifin j . kriter üzerinde gösterdiği performans değerleri yer alırken bu adımda $x_{ij} \geq 0$ eşitliğinin sağlanması gerekmektedir.

Adım 2. *Normalize edilmiş karar matrisinin hesaplanması:*

Uygulamanın ikinci adımında, X matrisinden yararlanılarak normalizasyon işlemi gerçekleştirilir. Doğrusal normalizasyon yönteminin uygulandığı bu adımda Eşitlik (1) kullanılmaktadır.

$$n_{ij} = \begin{cases} \frac{x_{ij}}{\max_i x_{ij}} & j \in N_b \text{ ise,} \\ \frac{\min_i x_{ij}}{x_{ij}} & j \in N_c \text{ ise,} \end{cases} \quad (1)$$

Eşitlik 1' de yer alan N_b ve N_c değerleri, sırasıyla fayda ve maliyet kriterlerine ait normalizasyon işlemlerini ifade etmektedir.

Adım 3. *Ağırlıklı normalize karar matrisinin hesaplanması:*

Değerlendirme kriterlerine ilişkin ağırlık katsayılarının (w_j) belirlenmesinin ardından matrisin ağırlıklandırılması işlemi gerçekleştirilir. Normalize edilmiş karar matrisine ait sütun elemanlarının ilgili ağırlık katsayıları (w_j) ile çarpılmasına dayanan bu işlem Eşitlik (2) yardımıyla gerçekleştirilir.

$$r_{ij} = w_j n_{ij} \quad (2)$$

Adım 4. *Negatif-ideal çözüm noktasının (NIS) belirlenmesi:*

CODAS yönteminden çözümün elde edilmesi için negatif-ideal çözüm noktası belirlenmelidir. Bu doğrultuda, ağırlıklı matristeki sütun değerlerinin en küçükleri (minimumları) seçilir. Negatif-ideal çözüm noktasının belirlenmesinde Eşitlik (3) kullanılmıştır.

$$ns = [ns_j]_{1 \times m} \quad ns_j = \min_i r_{ij} \quad (3)$$

Bu adımda tüm kriterlere göre negatif-ideal çözüme en uzak mesafede bulunan alternatif optimal alternatif durumundadır (Dahooei vd., 2018:176).

Adım 5. *Öklidyen ve Taxicab uzaklıklarının hesaplanması:*

CODAS yönteminde, alternatiflere ilişkin kriter değerlerinin negatif-ideal çözüm noktasından uzaklıklarının belirlenmesinde Öklidyen ve Taxicab uzaklığı yaklaşımları kullanılmaktadır. Her bir alternatif için Öklidyen uzaklık (E_i) ve Taxicab uzaklığı (T_i) değerlerinin hesaplanması sırasıyla Eşitlik (4) ve Eşitlik (5)' da gösterilmiştir.

$$E_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m (r_{ij} - ns_j)^2} \quad (4)$$

$$T_i = \sum_{j=1}^m |r_{ij} - ns_j| \quad (5)$$

Adım 6. *Karşılaştırmalı değerlendirme matrisinin oluşturulması:*

Bu adımda her bir alternatif, diğer alternatiflere olan Öklidyen ve Taxicab uzaklığı bağlamında karşılaştırılır. Karşılaştırmalı değerlendirme matrisinin oluşturulması Eşitlik (6)' da gösterilmiştir.

$$R_a = [h_{ik}]_{n \times n}$$
$$h_{ik} = (E_i - E_k) + (\psi(E_i - E_k) \times (T_i - T_k)) \quad (6)$$

Yukarıdaki fonksiyonda, ψ değeri E_i uzaklıklarının eşitliğini gösteren bir eşik değeri konumundadır. Bu değerın hesaplanmasında Eşitlik (7) kullanılmaktadır.

$$\psi(x) = \begin{cases} 1 & |x| \geq \tau \text{ ise,} \\ 0 & |x| < \tau \text{ ise,} \end{cases} \quad (7)$$

Eşitlik (7)' de yer alan τ değeri karar verici tarafından belirlenen bir parametredir. Bu parametrenin 0,01 ve 0,05 arasında bir değer seçilmesi önerilmektedir (Ghorabae vd., 2016:30). Buna göre, karşılaştırılan iki alternatifin Öklidyen uzaklıkları arasındaki farkın τ ' den küçük olması durumunda ilgili alternatifler Taxicab uzaklıklarına göre karşılaştırılmaktadır.

Adım 7. *Değerlendirme skorlarının hesaplanması:*

CODAS yönteminin son adımında her bir alternatifin değerlendirme skoru Eşitlik (8) yardımıyla hesaplanır.

$$H_{ik} = \sum_{k=1}^n h_{ik} \quad (8)$$

Alternatiflere ait H skorlarının büyükten küçüğe doğru sıralanması ile alternatifler en iyiden en kötüye doğru sıralanmış olur.

4. UYGULAMA

Bu bölümde havayolu taşımacılığı sektöründe sunulan hizmetlerde kalite ölçümüne örnek bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Bakır ve Atalık (2018) tarafından Entropi ve ARAS yöntemleri kullanılarak ele alınan havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi karar

problemi CODAS yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Uygulamanın gerçekleştirilmesinde Microsoft Excel hesap tablosu kullanılmıştır.

Çalışmada analize tabi tutulan veri seti incelendiğinde, örnekleme oluşturan havayolu alternatiflerinin 2016 yılı IATA verilerine göre dünya genelinde en fazla yolcu taşıyan 20 havayolu işletmesi içerisinde yer aldığı görülmektedir (IATA, 2017). Havacılık alanında faaliyetleri bulunan Skytrax kuruluşunun sağladığı ikincil veriler kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada 7 değerlendirme kriteri kullanılmıştır. Bu kriterler havalimanı hizmetleri (C1), lounge hizmetleri-fiziksel unsurlar (C2), lounge hizmetleri-hizmet personeli (C3), uçak içi konfor (C4), uçak içi ikramlar (C5), uçak içi eğlence (C6) ve kabin ekibine ilişkin unsurlar (C7) şeklindedir. Bu doğrultuda, 11 alternatif havayolu işletmesinin 7 değerlendirme kriterine göre gösterdikleri performans skorları Tablo 3’ de listelenmiştir.

Tablo 3. Başlangıç Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
A1	3,100	2,714	2,750	3,500	3,167	2,700	3,219
A2	3,750	3,929	4,000	3,938	3,667	3,750	3,563
A3	4,750	4,125	4,000	4,800	4,500	4,625	4,800
A4	3,500	3,250	3,750	3,300	3,000	3,375	4,200
A5	3,900	4,071	4,125	4,000	3,667	3,000	3,907
A6	3,500	4,071	3,750	3,688	3,667	4,417	3,625
A7	4,250	3,571	3,875	4,875	4,500	3,875	4,187
A8	2,800	3,000	3,000	3,250	2,667	3,500	3,000
A9	3,750	4,143	3,375	4,000	3,667	3,800	3,687
A10	3,900	4,214	4,000	4,125	4,000	4,125	3,969
A11	3,500	4,429	3,750	3,875	4,000	4,100	3,844

Tablo 3’ de yer alan karar matrisinde satırlar havayolu alternatiflerini gösterirken sütunlar ise değerlendirme kriteri skorlarını göstermektedir. Uygulamada yer alan kriterlerin tamamı fayda özelliği göstermektedir. Diğer yandan Bakır ve Atalık (2018) tarafından gerçekleştirilen uygulamada Entropi yöntemi ile belirlenen kriter ağırlıkları, CODAS uygulamasında da aynı şekilde kullanılmıştır. Kriterlere ilişkin ağırlık katsayıları ve diğer gösterge değerleri Tablo 4’ de verilmiştir.

Tablo 4. Kriterlere Ait Ağırlık Göstergeleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
$\sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln P_{ij}]$	-2,3887	-2,3875	-2,3909	-2,3898	-2,3866	-2,3887	-2,3903
Entropi (E_j)	0,9962	0,9957	0,9971	0,9966	0,9953	0,9962	0,9969
Farklılaşma derecesi (div_j)	0,0038	0,0043	0,0029	0,0034	0,0047	0,0038	0,0031
Ağırlık (w_j)	0,1468	0,1661	0,1116	0,1287	0,1799	0,1466	0,1203

Karar matrisinin oluşturulmasının ardından ikinci adımda verilerin normalizasyonu sürecine geçilmiştir. Çalışmada kullanılan karar matrisinin normalizasyonu işlemi Eşitlik (1) yardımıyla gerçekleştirilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
A1	0,653	0,613	0,667	0,718	0,704	0,584	0,671
A2	0,789	0,887	0,970	0,808	0,815	0,811	0,742
A3	1,000	0,931	0,970	0,985	1,000	1,000	1,000
A4	0,737	0,734	0,909	0,677	0,667	0,730	0,875
A5	0,821	0,919	1,000	0,821	0,815	0,757	0,814
A6	0,737	0,919	0,909	0,757	0,815	0,955	0,755
A7	0,895	0,806	0,939	1,000	1,000	0,838	0,872
A8	0,589	0,677	0,727	0,667	0,593	0,757	0,625
A9	0,789	0,935	0,818	0,821	0,815	0,822	0,768
A10	0,821	0,951	0,970	0,846	0,889	0,892	0,827
A11	0,737	1,000	0,909	0,795	0,889	0,886	0,801

Uygulamanın üçüncü aşamasında ise kriter ağırlıkları hesaplamaya dahil edilmiştir. Bu kapsamda, Entropi yöntemiyle elde edilen kriter ağırlıkları kullanılarak Eşitlik (2)' de gösterilen ağırlıklandırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan, bir sonraki adımda Eşitlik (3) yardımıyla kriterler için negatif-ideal çözüm noktaları belirlenmiştir. Diğer bir anlatımla, her bir kriter için o sütunun ağırlıklı normalize matris değerlerinin en küçüğü belirlenmiştir. Son olarak alternatiflerin negatif-ideal çözüme uzaklıklarının bir ölçüsü olan Öklidyen ve Taxicab uzaklığı değerleri hesaplanmıştır. Optimal kriterin negatif-ideal çözüme en uzak mesafede olduğu varsayımına dayanan bu işlemin gerçekleştirilmesinde Eşitlik (4-5) kullanılmıştır. Elde edilen ağırlıklı normalize karar matrisi, negatif-ideal çözümler ve kriterlere ait Öklidyen (E_i) ve Taxicab uzaklığı (T_i) değerleri Tablo 6' da verilmiştir.

Tablo 6. Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi ve Negatif-ideal Çözüm Uzaklıklar

Alternatif	Kriterler							Uzaklıklar	
	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	E_i	T_i
A1	0,096	0,102	0,074	0,092	0,127	0,086	0,081	0,0236	0,0414
A2	0,116	0,147	0,108	0,104	0,147	0,119	0,089	0,0855	0,2143
A3	0,147	0,155	0,108	0,127	0,180	0,147	0,120	0,1428	0,3673
A4	0,108	0,122	0,101	0,087	0,120	0,107	0,105	0,0561	0,1349
A5	0,121	0,153	0,112	0,106	0,147	0,111	0,098	0,0910	0,2300
A6	0,108	0,153	0,101	0,097	0,147	0,140	0,091	0,0934	0,2212
A7	0,131	0,134	0,105	0,129	0,180	0,123	0,105	0,1160	0,2906
A8	0,087	0,112	0,081	0,086	0,107	0,111	0,075	0,0283	0,0428
A9	0,116	0,155	0,091	0,106	0,147	0,120	0,092	0,0867	0,2117
A10	0,121	0,158	0,108	0,109	0,160	0,131	0,100	0,1071	0,2699
A11	0,108	0,166	0,101	0,102	0,160	0,130	0,096	0,1042	0,2483
NIS	0,087	0,102	0,074	0,086	0,107	0,086	0,075		

(E_i) ve (T_i) değerlerinin hesaplanmasının ardından kriter çiftlerinin karşılaştırmalı değerlendirilmesi adımına geçilmiştir. Bu işlemde yalnızca kriterlere ait uzaklık değerleri kullanılırken, bir kare matris olan karşılaştırmalı değerlendirme matrisinin oluşturulmasında Eşitlik (6)' dan yararlanılmıştır. Ayrıca Öklidyen uzaklığın yakınlık derecesi olarak bir eşik değeri (ψ) kullanılmıştır. Ayrıca bu eşik değeri de karar verici tarafından belirlenen τ parametresine göre şekillenmektedir. Literatürde yer alan çalışmalarda τ parametresi genellikle 0,02 olarak alındığı için bu çalışmada da aynı değer baz alınmıştır (Ghorabae vd., 2016; Badi vd., 2018b). Eşitlik (7) kullanılarak gerçekleştirilen bu işlem sonucu oluşturulan karşılaştırmalı değerlendirme matrisi Tablo 7' de verilmiştir.

Tablo 7. Karşılaştırmalı Değerlendirme Matrisi

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	H
A1	0,000	-0,235	-0,445	-0,126	-0,237	-0,250	-0,342	-0,005	-0,233	-0,312	-0,288	-2,4717
A2	0,235	0,000	-0,210	0,109	-0,002	-0,008	-0,107	0,229	-0,001	-0,077	-0,019	0,1479
A3	0,445	0,210	0,000	0,319	0,208	0,195	0,104	0,439	0,212	0,133	0,158	2,4227
A4	0,126	-0,109	-0,319	0,000	-0,111	-0,124	-0,216	0,120	-0,107	-0,186	-0,162	-1,0873
A5	0,237	0,002	-0,208	0,111	0,000	-0,006	-0,105	0,231	0,001	-0,019	-0,016	0,2287
A6	0,250	0,008	-0,195	0,124	0,006	0,000	-0,092	0,243	0,007	-0,014	-0,011	0,3250
A7	0,342	0,107	-0,104	0,216	0,105	0,092	0,000	0,335	0,108	0,009	0,012	1,2208
A8	0,005	-0,229	-0,439	-0,120	-0,231	-0,243	-0,335	0,000	-0,227	-0,306	-0,281	-2,4066
A9	0,233	0,001	-0,212	0,107	-0,001	-0,007	-0,108	0,227	0,000	-0,079	-0,018	0,1457
A10	0,312	0,077	-0,133	0,186	0,019	0,014	-0,009	0,306	0,079	0,000	0,003	0,8532
A11	0,288	0,019	-0,158	0,162	0,016	0,011	-0,012	0,281	0,018	-0,003	0,000	0,6216

Uygulamanın son adımında ise alternatiflerin değerlendirme skorları (H_i) elde edilmiştir. Her bir alternatif için satırlarda yer alan kriter değerlerinin toplamını temsil eden H_i değerleri Eşitlik (8) yardımıyla hesaplanmıştır. Uygulamada en yüksek H_i değerine sahip alternatif ise optimal alternatif olarak kabul edilmektedir.

Tablo 7’ de yer alan skorların hesaplamasını örneklemek gerekirse;

A3-A2 alternatif çiftinin değerlendirme skoru için iki alternatifin (E_i) ve (T_i) değerleri kullanılarak,

$$\psi(x) = \begin{cases} 1 & |x| \geq \tau \text{ ise,} \\ 0 & |x| < \tau \text{ ise,} \end{cases} \text{ için } (E_i - E_k) = (x) = |0,1428 - 0,0855| = 0,0573 > 0,02$$

$$h_{ik} = (E_i - E_k) + (\psi(E_i - E_k) \times (T_i - T_k)) = (0,1428 - 0,0855) + (1|x|(0,3673 - 0,2143)) = (0,0573) + (0,1530) = 0,210 \text{ olarak bulunur.}$$

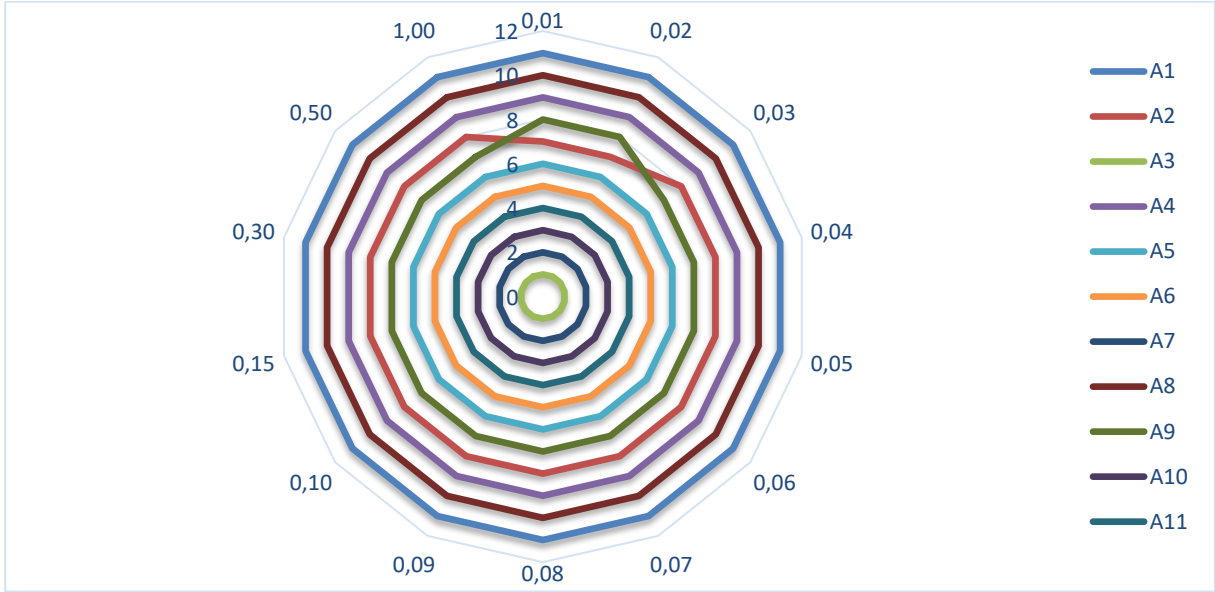
Çalışmada elde edilen bulgular en iyi hizmet kalitesi performansına sahip havayolunun A3 havayolu olduğunu göstermektedir. A3 havayolunun diğer alternatiflere göre kayda değer bir performans gösterdiği görülürken en kötü performansa sahip havayolu ise A11 olarak belirlenmiştir. Performans ölçümünün ardından ise uygulama tutarlılığının test edilmesi amacıyla duyarlılık analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, τ parametresindeki değişiminin sıralamaya etkisinin araştırılması amacıyla 0,01 ve 1,00 arasında yer alan 14 farklı τ değeri kullanılarak uygulama yinelenmiş ve farklı τ değerleri ile elde edilen performans sıralamaları Tablo 8’ de verilmiştir.

Tablo 8. Farklı τ Parametrelerine Göre Performans Sıralaması

	τ													
	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09	0,10	0,15	0,30	0,50	1,00
A1	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
A2	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
A3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A4	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
A5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
A6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
A7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
A8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
A9	8	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
A10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
A11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Tablo 8’ de görüldüğü gibi, değişik τ parametrelerinde havayolu performans sıralaması genel olarak değişmemiştir. Bununla birlikte, gerçekleştirilen duyarlılık analizi sonuçları, daha anlaşılır olması bakımından Şekil 1’ de görselleştirilmiştir. Şekilde de görüleceği üzere, A3 havayolu τ değişimine bağlı olmaksızın en iyi havayolu olarak belirlenmiştir. Ayrıca, analizde

kullanılan τ parametresinde gerçekleşen değişimin genel sıralamada kayda değer bir farklılık yaratmadığı belirlenmiştir.



Şekil 1. τ Değişiminin Sıralamaya Etkisi

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İşletmeler yegâne amaçları olan faaliyetlerin uzun süreli sürdürülebilirliği için performans ölçümüne özen göstermeli ve gerekli geliştirmeleri yapmalıdırlar. Bu noktada izlenen performans göstergelerinin en önemlilerinden biri de hizmet kalitesi performansıdır. Ürün odaklı yaklaşımın terkedilip müşteri odaklı yaklaşımın öne çıkmasıyla birlikte (Pirtini, 2010:61) giderek önemli hale gelen hizmet kalitesi işletmeler için dikkat edilmesi gereken bir unsur olmakla birlikte farklı şekillerde ölçülebilmektedir. Bu kapsamda benimsenen yaklaşımlardan biri de ÇKKV yöntemlerinin kullanımınıdır. Çok boyutlu doğası nedeniyle hizmet kalitesi, ÇKKV yöntemi uygulamalarına oldukça elverişli durumda olmakla birlikte bu amaçla çok sayıda yöntem kullanılmaktadır.

Bu çalışmada, havayolu işletmelerinde hizmet kalitesinin ÇKKV yöntemleriyle ölçümüne odaklanılırken metodolojik bakımdan alternatif yaratmak amacıyla CODAS (Combinative Distance-Based Assessment-Birleştirilebilir Mesafe Bazlı Değerlendirme) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanım amacı yerli literatürde daha önce kullanılmamış olması ve dolayısıyla literatürdeki bir boşluğun doldurulması gayesidir. Aynı zamanda hizmet kalitesi ölçümüne güncel bir alternatif sunan bu çalışmanın hizmet kalitesi literatürünün zenginleşmesine de katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmada hizmetlerin en yoğun kullanıldığı sektörlerden biri olan havayolu taşımacılığı sektörü ele alınmış, Bakır ve Atalık

(2018) tarafından yapılan çalışmanın verileri CODAS yöntemi kullanılarak yeniden değerlendirilmiştir. Bu kapsamda havayolu işletmelerinin sunduğu hem yer hizmetleri ve hem uçak içi hizmetleri içeren karar problemi 11 havayolu alternatifi üzerinden değerlendirilmiştir.

Uygulama aşamasında ağırlıklandırma aşaması orijinal çalışmada olduğu gibi alındığı için yalnızca CODAS yöntemiyle performans analizi gerçekleştirilen çalışmada son olarak tutarlılık analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda en iyi performansa sahip havayolunun A3 olduğu görülürken, ikinci sırada A7 ve üçüncü sırada ise A10 havayolu yer almıştır. En kötü performansa sahip havayolunun ise A1 havayolu olduğu görülmüştür. Şekil 1' de verilen duyarlılık analizi sonuçları incelendiğinde sıralamada yalnızca $0,02 < \tau < 0,03$ aralığında bir değişiklik olduğu, genel olarak ise sıralamanın aynı kaldığı görülmüştür. Çalışma bulguları aynı zamanda verilerin alındığı çalışmanın bulgularını destekler niteliktedir. Dolayısıyla CODAS yönteminin farklı karar verme problemlerinde başarıyla uygulanabileceği görülmektedir.

Çalışma neticesinde yerli literatüre yeni bir yaklaşım olarak sunulan CODAS yöntemi, işlem kolaylığı ve paket program gerektirmemesi nedeniyle karar problemlerinde rahatlıkla uygulanabilir. Bu sayede ilgili literatüründe gelişeceği beklenmektedir. Gelecek çalışmalarda CODAS yöntemi diğer ÇKKV yöntemleri ile birleştirilerek daha güçlü yapılar ortaya konulabileceği gibi, karar problemlerinin birtakım belirsizlikler içermesi nedeniyle yöntem Bulanık kümelere entegre edilerek de kullanılabilir ve genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- Badi, İ. A., Abdulshahed, A. M., & Shetwan, A. G. (2018a). A case study of supplier selection for a steelmaking company in Libya by using the Combinative Distance-Based Assessment (CODAS) Model. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 1(1), 1-12.
- Badi, I., Ballem, M. A., & Shetwan, A. G. (2018b). Site selection of desalination plant in Libya by using Combinative Distance-based Assessment (CODAS) Method. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 609-624.
- Bakır, M., & Atalık, Ö. (2018). Entropi ve Aras Yöntemleriyle Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 617-638.
- Bogicevic, V., Yang, W., Bujisic, M., & Bilgihan, A. (2017). Visual Data Mining: Analysis of Airline Service Quality Attributes. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 509-530.
- Boltürk, E. (2018). Pythagorean fuzzy CODAS and its application to supplier selection in a manufacturing firm. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(4), 550-564.
- Boltürk, E., & Karaşan, A. (2018). Interval valued neutrosophic CODAS method for renewable energy selection. J. Liu, J. Lu, Y. Xu, L. Martinez , & E. Kerre içinde, *Data Science and Knowledge Engineering for Sensing Decision Support* (s. 1026-1033). London: World Scientific Publishers.
- Chen, F. Y., & Chang, Y. H. (2005). Examining airline service quality from a process perspective. *Journal of Air Transport Management*, 11(2), 79-87.
- Chen, I. S. (2016). A combined MCDM model based on DEMATEL and ANP for the selection of airline service quality improvement criteria: A study based on the Taiwanese airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 57, 7-18.
- Chen, Y. H., Tseng, M. L., & Lin, R. J. (2011). Evaluating the customer perceptions on in-flight service quality. *African Journal of Business Management*, 5(7), 2854-2864.
- Dahooei, J. H., Zavadskas, E. K., Vanaki, A. S., Firoozfar, H. R., & Ghorabae, M. K. (2018). An Evaluation Model of Business Intelligence for Enterprise Systems with New Extension of CODAD (CODAS-IVIF). *Economics and Management*, 21(3), 171-187.
- Demir, H. H. (2011). Evaluation of service quality of airway companies giving domestic services in Turkey with fuzzy set approach. *International Journal of Electronics, Mechanical and Mechatronics Engineering*, 2(3), 233-239.
- Doganis, R. (2006). *The Airline Business* (2. b.). New York: Routledge.
- Elliott, K. M., & Roach, D. W. (1993). Service quality in the airline industry: Are carriers getting an unbiased evaluation from consumers? *Journal of Professional Services Marketing*, 9(2), 71-82.
- Ghorabae, M. K., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Antucheviciene, J. (2016). A New Combinative Distance-Based Assessment (CODAS) Method For Multi-Criteria Decision Making. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 3(50), 25-44.
- Ghorabae, M. K., Amiri, M., Zavadskas, E. K., Hooshmand, R., & Antucheviciene, J. (2017a). Fuzzy Extension of The CODAS Method For Multi-Criteria Market Segment Evaluation. *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), 1-19.
- Ghorabae, M. K., Amiri, M., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Antucheviciene, J. (2017b). A new hybrid simulation-based assignment approach for evaluating airlines with multiple service quality criteria. *Journal of Air Transport Management*, 63, 45-60.
- Gilbert , D., & Wong, R. (2003). Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong Based Study. *Tourism Management*, 24(5), 519-532.
- Gourdin, K. (1988). Bringing quality back to commercial air travel. *Transportation Journal*, 27(3), 23-29.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, 68, 35-47.

- Gürsoy, D., Chen, M. H., & Kim, H. J. (2005). The US airlines relative positioning based on attributes of service quality. *Tourism Management*, 26(1), 57-67.
- Haghighat, N. (2017). Airline service quality evaluation: A review on concepts and models. *Economics, Management and Sustainability*, 2(2), 31-47.
- IATA. (2017). *World Air Transport Statistics*. IATA.
- Kazançoğlu, Y., & Kazançoğlu, İ. (2013). Benchmarking service quality performance of airlines in Turkey. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1), 59-91.
- Kuo, M. S. (2011). A novel interval-valued fuzzy MCDM method for improving airlines' service quality in Chinese cross-strait airlines. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(6), 1177-1193.
- Kuo, M. S., & Liang, G. S. (2011). Combining VIKOR with GRA techniques to evaluate service quality of airports under fuzzy environment. *Expert Systems with Applications*, 38(3), 1304-1312.
- Li, W., Yu, S., Pei, H., Zhao, C., & Tian, B. (2017). A hybrid approach based on fuzzy AHP and 2-tuple fuzzy linguistic method for evaluation in-flight service quality. *Journal of Air Transport Management*, 60, 49-64.
- Liou, J. J., & Tzeng, G. H. (2007). A non-additive model for evaluating airline service quality. *Journal of Air Transport Management*, 13(3), 131-138.
- Liou, J. J., Hsu, C. C., Yeh, W. C., & Lin, R. H. (2011a). Using a modified grey relation method for improving airline service quality. *Tourism Management*, 32(6), 1381-1388.
- Liou, J. J., Tsai, C. Y., Lin, R. H., & Tzeng, G. H. (2011b). A modified VIKOR multiple-criteria decision method for improving domestic airlines service quality. *Journal of Air Transport Management*, 17(2), 57-61.
- Mardani, A., Jusoh, A., Zavadskas, E. K., Khalifah, Z., & Nor, K. M. (2015). Application of multiple-criteria decision-making techniques and approaches to evaluating of service quality: a systematic review of the literature. *Journal of Business Economics and Management*, 16(5), 1034-1068.
- Mathew, M., & Sahu, S. (2018). Comparison of new multi-criteria decision making methods for material handling equipment selection. *Management Science Letters*, 8(3), 139-150.
- Milosavljević, M., Bursaća, M., & Tričković, G. (2018). Selection of the railroad container terminal in Serbia based on multi criteria decision-making methods. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 1(2), 1-15.
- Nejati, M., & Shafaei, A. (2009). Ranking airlines' service quality factors using a fuzzy approach: study of the Iranian society. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 26(3), 247-260.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2007). *Tüketici Davranışı* (7. b.). İstanbul: Medicat Kitapları.
- Orhan, G., & Gerece, E. (2013). A Study of the Strategic Responses of Turkish Airline Companies to the Deregulation in Turkey. *Journal of Management Research*, 5(4), 34-63.
- Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., & Gordon, G. L. (1993). Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry. *Journal of Travel Research*, 32(3), 16-24.
- Önüt, S., Akbaş, S., & Yılmaz, G. (2008). The Comparison of Service Quality of Domestic Airlines in Turkey. *Sigma*, 25(4), 349-358.
- Pakdil, F., & Aydın, Ö. (2007). Expectations and perceptions in airline services: An analysis using weighted SERVQUAL scores. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 229-237.
- Pamučar, D., Badi, I., Sanja, K., & Obradović, R. (2018). A Novel Approach for the Selection of Power-Generation Technology Using a Linguistic Neutrosophic CODAS Method: A Case Study in Libya. *Energies*, 11(9), 1-25.
- Panchal, D., Chatterjee, P., Shukla, R. K., Choudhury, T., & Tamosaitiene, J. (2017). Integrated fuzzy AHP-CODAS framework for maintenance decision in urea fertilizer industry. *Economic computation and economic cybernetics studies and research*, 51, 179-196.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2006). The effects of individual dimensions of airline service quality: Findings from Australian domestic air passengers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(2), 161-176.
- Peng, X., & Garg, H. (2018). Algorithms for interval-valued fuzzy soft sets in emergency decision making based on WDBA and CODAS with new information measure. *Computers & Industrial Engineering*, 119, 439-452.
- Perçin, S. (2018). Evaluating airline service quality using a combined fuzzy decision-making approach. *Journal of Air Transport Management*, 68, 48-60.
- Pirtini, S. (2010). Değer Pazarlaması. İ. Varinli, & K. Çatı içinde, *Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler* (s. 57-74). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Toosi, N. M., & Kohanali, R. A. (2011). The study of airline service quality in the Qeshm free zone by fuzzy logic. *Journal of Mathematics and Computer Science*, 2(1), 171-185.
- Triantaphyllou, E., Shu, B., Sanches, S. N., & Ray, T. (1998). Multi-Criteria Decision Making: An Operations Research Approach. J. G. Webster içinde, *Encyclopedia of Electrical and Electronics Engineering* (s. 175-186). New York: John Wiley & Sons.
- Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*(68), 61-75.
- Tsaur, S. H., Chang, T. Y., & Yen, C. H. (2002). The evaluation of airline service quality by fuzzy MCDM. *Tourism Management*, 23(2), 107-115.
- Tunca, M. Z., Ömürbek, N., Cömert, H. G., & Aksoy, E. (2016). OPEC Ülkelerinin Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden Entropi ve MAUT ile Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*(7), 1-12.
- Waguespack, B. P., & Rhoades, D. L. (2014). Twenty five years of measuring airline service quality or why is airline service quality only good when times are bad? *Research in Transportation Business and Management*, 10, 33-39.
- Wang, R. (2014). Beyond the Quality of Service: Exploring the Evaluation Criteria of Airlines. *Industrial Engineering and Management Systems*, 13(2), 221-230.
- Wang, R., Lin, Y. H., & Tseng, M. L. (2011). Evaluation of customer perceptions on airline service quality in uncertainty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 25, 419-437.

Citation: Papatya N. & Papatya G. & Hamşioğlu A.B. (2018), Dinamik Kaynak Tabanlı Yeteneklerin Sürdürülebilir İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Ankara İli İmalat İşletmelerinde Bir Uygulama, BMIJ (2018), 6(4): 1354-1378 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.286>

DİNAMİK KAYNAK TABANLI YETENEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ANKARA İLİ İMALAT İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA¹

Nurhan PAPTAYA²

Gürcan PAPTAYA³

A.Buğra HAMŞIOĞLU⁴

Received Date (Başvuru Tarihi): 10/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 19/11/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Dinamik pazar ortamında işletmelerin zayıf performansının nedeni olarak pazar koşullarındaki ani değişimler ve/veya beklenmedik olaylar gösterilir. Böylesi bir durum yöneticilerinin kendi kontrolü dışındaki koşullara ve faaliyetlere karşı bir tepkisidir. Ancak asıl neden işletmenin iç özelliklerine en iyi şekilde uyum sağlayacak stratejinin seçiminde, işletmenin sahip olduğu dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin geliştirilememesidir. Çünkü işletmelerin sahip olduğu yetenekleri geliştirerek etkinleştirmeleri uzun vadede elde edebilecekleri temel yeteneklerin bir sonucu olarak üstün performansa bağlı rekabetçi üstünlüğü sürdürülebilir olanağı sunar. Bu çalışma, Ankara ili imalat işletmelerinde dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin (örgütsel kaynaklar, örgütsel yetenekler, ilişkisel yetenekler) sürdürülebilir işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik görgül bir değerlendirmeyi kapsamaktadır. Bu kapsam doğrultusunda 400 işletme yöneticisinden anket yardımı ile veriler toplanmıştır; kısmi en küçük kareler (PLS) tekniği kullanılarak oluşturulan yapısal modelin geçerliliği test edilmiştir. Sonuçta, dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin sürdürülebilir işletme performansı üzerinde doğrudan ve pozitif etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kaynak Tabanlı Kuram, Dinamik Kaynak Tabanlı Görüş, Sürdürülebilir İşletme Performansı

Jel Kodları: L1, M31

THE EFFECTS OF DYNAMIC RESOURCE-BASED CAPABILITIES ON SUSTAINABLE FIRM PERFORMANCE: A CASE STUDY AT MANUFACTURING FIRMS IN ANKARA CITY

ABSTRACT

The sudden changes in market conditions and/or unexpected events are shown as reasons for the poor performance of the businesses in the dynamic market environment. In fact, such an explanation is a response of managers to conditions and activities beyond their control. However, the real reason is the lack of development of resource-based dynamic capabilities in choosing the strategy that best suits the internal characteristics of the firm. The reason lies in the fact that developing and activating the capabilities firms have offers the flexibility to maintain superior performance-based competitive advantage as a result of the basic abilities they can achieve in the long-term. This study covers an experimental analysis to determine the effects of dynamic resources based capabilities (organizational resources, organizational capabilities, and relational capabilities) of manufacturing firms located in Ankara City on sustainable firm performance. In this context, data was collected via questionnaire technic through interviews with 400 firm managers and validity of the model was tested using partial least square method.. As a result, it was observed that dynamic resource-based capabilities had a direct and positive effect on sustainable firm performance.

Keywords: Resource-Based Theory, Dynamic Resource-Based View, Sustainable Firm Performance

Jel Codes: L1, M31

¹Bu makale, 5-7 Ekim 2017 tarihleri arasında 2. Uluslararası İktisadi ve İdari Perspektifler Kongresi: Sürdürülebilir Küresel Rekabet Kongresi'nde kabul edilen ve sunulan "Özet Bildiri"nin düzenlenmiş, geliştirilmiş ve yayınlanmamış tam metnidir.

² Prof. Dr., Isparta Süleyman Demirel Ün., nurhanpapatya@sdu.edu.tr.

<https://orcid.org/0000-0001-8942-8094>

³ Doç.Dr., Isparta Süleyman Demirel Ün., gurcanpapatya@sdu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9647-5662>

⁴ Dr. Öğretim Üyesi Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, abhamsioglu@mehmetakif.edu.tr.

<https://orcid.org/0000-0002-4973-8773>

1. GİRİŞ

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik değişim ve çalkantılı, öngörülemeyen belirsizlikler ile beraber yaşanan hiper-küresel rekabet, işletmeler için zor, ancak yüksek hareketli bir pazar ortamı ve gelişmiş eşsiz fırsat/lar kompozisyonu yaratmaktadır (Doyle, 2002; Eisenhard, 1989; Bettis ve Hitt, 1995; D’Aveni, 1994; Sherehiy vd., 2007). Diğer bir deyişle yaşanan teknolojik gelişmeler paralelinde oluşan yeni pazar fırsatlarından yararlanmak isteyen işletmeler, yeteneklerini geliştirme ve farklı biçimlerde işbirliği yapma pozisyonunu destekleyecek ortamlar içinde yer almaktadır (Danneels, 2008). Ne var ki, işletmelerin pazar ortamı değişikliklerine karşı uyum gösterme konusunda yaşanan yavaşlık ve/veya başarısızlık, işletme hayatını ve rekabet düzeyini olumsuz etkilemektedir (Tushman vd., 2006). Bu nedenle işletmelerin pazar ortamı değişikliklerine tepki verecek yeteneklere sahip olması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkar. Bu zorunluluğu niteleyen yetenekler ise “*kaynak tabanlı kuram*” kapsamında ele alınır (Papatya, 2007; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984).

Kaynak tabanlı kuram, önemli ve dayanıklı yollarla kaynaklarını ve yeteneklerini farklılaştıran, yakın rakiplerin öncüllüğüne dayalı “*rekabetçi heterojenliğe*” bir açıklama sağlar. Özellikle sürdürülebilir rekabette bu heterojenlik, endüstrilerin bir şeyi en iyi yapma konusunda neden bir araya gelmediğine ilişkin açıklama getirir ve stratejik değere sahiptir (Helfat ve Peteraf, 2003; Bowman ve Ambrosini, 2003).

İşletme rekabet avantajı için kaynakların ve yeteneklerin tümünün stratejik önemi aynı değildir. Kaynakların stratejik değeri, değerli, nadir, taklit edilemez ve yerine konulamaz olması ile ölçülür (Amit ve Schoemaker, 1993; Hunt ve Morgan, 1995; Peteraf, 1993; Barney, 1991). Bu açıdan stratejik kaynaklar *sürdürülebilir işletme performansının* kilit konusudur ve işletmenin pazar konumunu koruma ve sürdürme avantajını sağlayan dinamik yeteneklere bağlı gelişir (Papatya, 2007). Dinamik kaynak tabanlı yetenekler, diğer işletme kaynaklarını ve yeteneklerini yapılandırarak ya da kaynaştırarak yeniden inşa eder, değişime ve uyuma yol açabilecek ayırt edici üstünlük sağlar. Ayırt edici üstünlük ise, “*değer yaratma*” stratejisine bağlı ifade edilir (Barney, 1991; Dierickx ve Cool, 1989; Hunt ve Morgan, 1995).

Buradan hareketle araştırma konusu, dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin (örgütsel kaynaklar, örgütsel yetenekler, ilişkisel yetenekler) sürdürülebilir işletme performansı üzerinde ne kadar etkisi olup olmadığını belirlemeye yönelik, Ankara ili imalat işletmelerinde görgül bir değerlendirmeyi kapsamaktadır. Çalışma iki bölümlü düzenlenmiştir: (a) Öncelikle

kavramlar arasındaki ilişki kuramsal olarak incelenmiş ve deliller aranmış, (b) daha sonra konu Ankara ili imalat işletmelerinde araştırmış ve elde edilen bulgular sunulmuştur.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dinamik Kaynak Tabanlı Yetenekler

Dinamik kaynak tabanlı yetenekler, temel yetenek kavramı içinde yer alan ve işletmenin sahip olduğu tüm yetenekleri zamana uyarlama yeteneğidir. Teece ve arkadaşları (1997) dinamik kaynak tabanlı yetenekleri, hızla değişen ortama yönelik olarak iç ve dış yetenekleri oluşturma ve yapılandırma konusunda *genişletilmiş işletme yeteneği* olarak ifade eder. Ancak dinamik kaynak tabanlı yetenekler, işletme varlığının sağladığı olanaklardan farklı, yeni ve alternatif stratejik yollar ile rekabetçi üstünlük sağlama yeteneğini niteler (Teece vd., 1997).

Dinamik kaynak tabanlı yetenekler işletmelerin sürdürülebilir rekabetçi üstünlük elde etmelerinde etki ajanı ve diğer kaynakları ve yetenekleri yeniden yapılandırma ve kaynaştırma için, değişime ve uyuma yönelik bütünsel çalışmaları önceler (Kay, 2010; Makadok, 2001). Bir bakıma dinamik kaynak tabanlı yetenekler, sürdürülebilir rekabette üstün performansı niteler. Bu sonuç, örgütsel kaynakların ve yeteneklerin işlevsel gelişimi ile ilintili açıklanır. Özellikle kaynak tabanlı kuram yeteneklerin tanımlanmasını ve zaman içindeki gelişimini anlamak için bir çerçeve verir ve böylece *yetenek yaşam döngüsünü* dinamik hale getirmeye yardımcı olur. Temel yetenekler konusunda yapılan son araştırmalar, dinamik kaynak tabanlı kuramın sürdürülebilir işletme performansı üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Bu yüzden akademik yazında dinamik kaynak tabanlı yetenekler kavramı, artan bir ilgiye sahiptir (*bkz.* Helfat ve Peteraf, 2003; Macher ve Mowery, 2009). Dinamik kaynak tabanlı yetenekler örgütsel kaynaklar, örgütsel yetenekler ve ilişkiyet yetenekler olarak üç kategoride değerlendirilir:

2.1.1. Örgütsel Kaynaklar

Amit ve Schoemaker (1993) örgütsel kaynakları işletmenin sahip olduğu ya da kontrolü altındaki stoklar olarak niteler (Amit ve Schoemaker, 1993). Porter (1980), örgütsel kaynakları işletmenin stratejilerini geliştirmek ve uygulamak için kullandığı güçlü ve sağlam kaynaklar olarak tanımlar (Porter, 1980). Ancak en geniş tanımı Hill ve Jones (2008) verir: Örgütsel kaynaklar bireysel, örgütsel ve sosyal olayları etkileyen ve yönlendiren geniş bir olgudur (Hill ve Jones, 2008).

Örgütsel kaynaklar, işletmenin uygulamaya yönelik stratejilerde kullanabileceği fiziksel ve fiziksel olmayan örgütsel varlıklardır (Barney ve Arıkan, 2001). Fiziksel örgüt varlıkları, araziler, binalar, donanım, demirbaş ve para gibi kaynaklardır. Fiziksel olmayan örgüt varlıkları ise, fiziksel olmayan kaynaklar sözcüğü, marka isimleri, örgüt itibarı, çalışan deneyimleri, mülkiyet hakları, patent gibi yöneticiler ve çalışanlar tarafından oluşturulan kaynaklardır (Hill ve Jones, 2008). Bu noktada şu konunun da altı çizilmelidir: Örgütsel kaynaklar tek başına bir rekabet avantajı yaratmaz; avantaj olabilmesi için özellikle nadir bulunan kaynakların bir araya getirilerek özgün bir kombinasyonunun yapılması gerekir (Hitt vd., 2007). Tablo 1’de örgütsel kaynaklar ile ilgili işletme/cilik yazını özetlenmiştir.

Tablo 1: Örgütsel Kaynaklar

Kaynaklar	Açıklama	Yararlanılan Literatür
İtibar	Pazarlama ve yönetim akademisyenleri işletmelerin rekabet avantajında örgütsel itibarın önemini kabul eder. Son yıllarda itibar ile ilgili işletme/cilik yazınında çalışmaların artması bu öneme ilişkindir. Ancak konu kapsamında farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Bütünleştirici bir tanım yerine, kurumsal kimlik, kurumsal imaj ve kurumsal itibar kavramı ayrıştırılır. Ayrıca yazında, ürün/hizmet, ortamlar, bilgiler ve davranıştan oluşan çok boyutlu nitelik görülür. Genel olarak itibar, işyeri çevresi, duygusal çekicilik, işletme performansı, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk, ürün ve hizmetler açısından değerlendirilir. Bazı araştırmacılar da itibarı finansal performans, vizyon ve liderlik, finansal açıklama ve kurumsal yönetimi içerdiğini ifade eder. Kimi yazarlar da örgütsel itibarı, bir işletmenin stratejik bir varlığı olduğunu ve işletmelerin rekabet avantajı ve üstün performansını etkilediğini ifade eder.	Barnett vd., 2006; Carmeli ve Tishler, 2005; Cartel ve Ruefli, 2006; Fombrun ve Van Riel, 1997; Gotsi ve Wilson, 2001; Fombrun ve Van Riel, 1997; Watrick, 2002; Olins, 1990 Bronn ve Bronn, 2005; Gabbioneta vd., 2007. Barney, 1991; Dierickx ve Cool,1989; Dowling, 2006; Roberts ve Dowling, 2000; Low ve Kalafut, 2002.
Finansal Kaynaklar	Finansal kaynaklar, işletmenin finansal performansına katkıda bulunan önemli örgütsel bir kaynaktır. Finansal kaynaklar kapsamında stoklar, krediler, tahvil ve diğer finanslar araçlar aracılığı ile kullanılan nakit vb. gibi enstrümanlar kullanılır. İç ve dış fon kaynaklarının değişimi, araştırma projeleri ve programlarına yatırımlar sağlar. Yapılan yatırımlar gelecekteki ortakları ve müşterileri çekmekte işletmeye destek olur. Ancak her zaman finansal kaynaklar, örgütsel büyüme için önemli bir kaynak olarak kabul edilir. Finansal kaynaklar, gerekli kaynakları ve yetenekleri geliştirmek ve dağıtmak için işletme yeteneği olarak kabul edilir. Yine de bu tür kaynaklar, nadir, eşsiz ve değerlidir ve pazarda alınıp satılabilen finansal kaynaklar sadece rekabet avantajı yaratmak için kullanılır.	Hunt ve Morgan, 1995 Das ve Teng, 2000; Hofer ve Schendel, 1978; Hooley vd., 1998; Gratchev ve Bobina, 2001; Hunt ve Morgan, 1995; Lee vd., 2001.
Marka İtibarı	Bilgiye dayalı dönemde müşteri ilişkilerinin önemi vurgulanır ve pazar/müşteri yönlü davranışlar teşvik edilir. Özellikle pazarda işletme performansı üzerindeki finansal değeri ve marka itibarının artan önemi vurgulanır. Markalar, tüketici bilincini oluşturmak için temel bir araçtır. Ama daha önemlisi işletme içinde benzer ürünlerden ayıran güçlü ve önemli bir anlama sahiptir. Markalar, işletmeler ve müşteriler arasında devam eden bir etkileşimin göstergesidir. Markalar, eğretileme (metafor) ya da tüketici algısındaki tercihleri ve ürün ve hizmetlerde tüketiciler için ne anlam ifade ettiğini açıklayan “mantıksal yapılar” olarak da kabul edilir. Marka itibarının pazarlamacılar açısından amacı, kendi ürünlerine yönelik olumlu bir tüketici algısı yaratarak, ürünün tüketici tarafından satın alınmasını sağlamaktır. Bu itibarla marka itibarı işletme performansı üzerinde yüksek etkisi vardır. Çünkü güçlü bir marka ürünün ötesine geçer ve ürünün kendisini niteleyerek farklılaşma yaratır. Ancak marka itibarı soyut bir kavramdır ve finansal açıdan değerlendirmek oldukça güçtür. Güçlü bir marka işletmenin tüketiciler arasındaki ilişkiyi geliştirir ve örgütsel itibarın gelişmesinde önemli etkisi söz konusudur. Karmaşık doğası gereği marka itibarı rakip tarafından taklit edilmeyi önler, diğer yandan işletmenin rutinlerini, sistemlerini ve kültürüne bağlılık yaratır.	Abimbola ve Vallaster, 2007; Kay, 2006; Leitch ve Richardson, 2003; De Chernatony, 1999; Raggio ve Leone, 2007; Kay, 2006; Urde, 1999; Dickinson ve Barker, 2007; Low ve Lamb, 2000; Park vd., 1996; Leuthesser vd., 2003; Argo ve Lusch, 2004; Wang vd., 2006; Park ve Srinivasan, 1994; Capron ve Hulland, 19
İnsan Kaynakları	Rekabetçi pazarlarda insan kaynağı bilgi tabanlı bir kaynak olarak değerlendirilir. Yazında bilgi, örtülü ve açık olmak üzere ikiye ayrılır. Açık bilgi, daha somut ve gözlenebilir, örtülü bilgi yazılı olarak kodlanması zor veya olanaksız, ama sözlü olarak aktarılabilir. Örtülü bilgi, bireysel yetenek ve ortak çalışma ilişkilerinde gömülü olarak bulunur. Bu bağlamda insan kaynakları, işletmenin rekabet avantajına katkıda bulunan değerli, nadir, taklit edilemez ve yeri doldurulamaz kaynaklar olarak tanımlanır. Bu durum insan kaynaklarını geliştirmeye ve etkisini artırmaya yönelik eğitim çalışmalarının önemini artırmaktadır.	Saa-Parez ve Garcia-Falcon, 2002; Grant, 1996; Pringle ve Kroll, 1997; Kogut ve Zander, 1992; Nelson ve Winter, 1982; Reed ve De Filippi, 1990; Hitt vd., 2001; Youndt vd., 1996; Barney, 1991; Wright vd., 2001.

2.1.2. İlişkisel Yetenekler

İşletme/cilik yazınında uzun vadeli iş ilişkileri geliştirmenin rekabet avantajı yaratmak için önemli bir kaynak olduğu kabul edilir (Crosby vd., 1990; Palmatier vd., 2006, 2007). Hatta ilişkisel ve ilişkisel değişim kavramlarının ötesinde işletmelerin üstün performans elde etmesi, geliştirmesi ve ortaklık ilişkilerini nasıl ve ne şekilde yönetmesi gerektiği de ele alınır (Rokkan ve Haugland, 2002).

İş ilişkilerinde *kaliteli sosyal ilişki* kurmak/yönetmek, “sosyal sermaye” ve/veya “ilişkisel sermaye” olarak ifade edilir (Ahuja, 2000; Griifh ve Harvey, 2004). Bu nedenle öncel araştırmalarda ilişkisel yeteneklerin, işletme performansı ile ilişki nitelendirilmesi (Gulati, 1995; Kale vd., 2000; Thuy ve Quang, 2005); ardıl araştırmalarda ise ilişkisel yeteneklerin boyutlandırılması tercih edildiği izlenir: Bunlar; güven, bağlılık ve çatışma yönetimidir (Cullen vd, 2000; Kale vd., 2000; Styles ve Herch, 2005). Bu boyutlar Tablo 2’de açıklanmaktadır.

Tablo 2: İlişkisel Yetenekler

Yetenekler	Açıklama	Yararlanılan Literatür
Güven	Güveni oluşturmak iyi niyetli çabalar gerektirir. İş dünyasında güven kişinin kurduğu ortaklıklarda temeldir. Ayrıca güven, bir iş ilişkisinde olan tarafların eylemlerini tahmin etme olanağı sağlar. Ancak güven çok boyutlu bir terimdir. Temelde iki boyut içerir: Bunlar; karşılıklı ilişkileri içeren yapısal boyut ve davranışsal boyut.	Hosmer, 1995; Kale vd., 2000; Hempel vd., 2009; Nooteborm, 1996; Anderson ve Narus, 1990; Das ve Teng, 2001; 2004; Madhok, 1995.
Bağlılık	Bağlılık ilişkiyi devam ettirmek ve çalışmak arzusu olarak tanımlanır ve sürekliliği sağlamak amaçlar. Bir ilişkiyi sürdürmek için sabırlı ve ısrarlı olmak gerekir. Bir işletme için uzun vadeli ilişkileri korumak ve sürdürmek için kısa vadeli fedakârlıkların yapılması gerekebilir. Müşteri memnuniyeti ve işletme performansı açısından bağlılık, motivasyon ve katılım ve etkin işbirliği ile ilişkilidir. Bağlılıkta birkaç kritik unsur vardır: İlk olarak bağlılık karşılıklı ilişkilerin temelidir ve karşılıklı alışverişi güçlendirir. İkincisi bağlılık, sosyal normların yönetimi için bir temel sağlar. Üçüncü olarak, güvenli bir bilgi alışverişine yardımcı olur ve işbirliği ile performansın artmasına yardımcı olur.	Wilson, 1995; Mohr ve Sporkman, 1994; Morgan ve Hunt, 1994; Anderson ve Weitz, 1992; Morgan ve Hunt, 1994; White ve Siu-Yun Li, 2005; Wu ve Cavusgil, 2006; Mohr ve Sporkman, 1994; Morgan ve Hunt, 1994; Ring ve Van de Ven, 1992; Cullen vd., 2000; Mavondo ve Rodrigo, 2001; Liu vd., 2009.
Çatışma Yönetimi	Çatışma insanların farklı niyet, amaç ve güdülerine bağlı kaçınılmaz nitelik taşır. Çünkü insanların fikirleri, görüşleri, yaklaşımları ve ihtiyaçları birbirinden farklıdır. Ancak çatışmalar, güveni ve ortaklıklarda memnuniyeti aşındırır. Üç büyük çatışma yöntemi yaklaşımı vardır. Bunlar; işbirliğine dayalı, rekabetçi ve kaçınma yaklaşımlarıdır. İnsanlar kendi ortak hedeflerini tanımak ve ortak işlerde karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri aradıkları zaman, iş birliğine dayalı yaklaşımı kullanma eğilimindedir. İşbirliğine dayalı, yönetimin başarılı olması için bilgi ve kaynaklar arası alışverişin sıklığı ve etkinliği için güçlü çift yönlü bir etkileşime gerek vardır.	Shetach, 2009; Hempel vd, 2009; Chen vd., 2005; Song vd.,2006; Chen vd., 2005; Song vd., 2006; Kale vd., 2000; Hempel vd., 2009.

2.1.3. Örgütsel Yetenekler

Örgütsel yetenekler, kaynakların eşgüdümlemesine ve onların verimli kullanılmasına dönüktür ve işletmeye özgü ve işletme kaynakları arasında karmaşık etkileşimler yolu ile zaman içinde gelişen fiziksel olmayan süreçleri ve rutinleri kapsar (Dosi vd., 2008). Temel özelliği, işletmede gömülü olarak bulunması ve rakipler tarafından taklit edilmesinin zorluğudur (Grant, 1991; Amit ve Schoemaker, 1993).

Tablo 3: Örgütsel Yetenekler

Yetenekler	Açıklama	Yararlanılan Literatür
Üretim Yetenekleri	İşlemsel yönetim olarak, stratejik üretim kapasitesi doğrudan bir işletmenin başarısını etkiler. Çünkü bir işletmenin potansiyel davranış şekli işletmenin stratejisini şekillendirir. Üretim yeteneği ya da işlemsel yetenek çok yönlü karmaşık bir kavramdır. Yazında farklı özellikleri ele alınmış olsa da, dört boyut üretim strateji yeteneği rekabetçi önceliğe sahiptir. Bu boyutlar; kalite, teslimat, maliyet ve esnekliktir. Kalite yeteneği, ürün ve süreç özellikleri ve üretim sürecinin uygunluğu yanısıra ürün performans uygunluğu ile ilgilidir. Teslimat yeteneği, hızlı ve güvenilir bir şekilde görevini yerine getirme yeteneği anlamına gelir. Maliyet yeteneği, işletmenin rakipler karşısında daha etkili bir şekilde fiyatlandırma yeteneğine işaret eder. Esneklik ise, müşteri siparişlerinin olası karşımı ve hacmi konusunda yüksek esneklik sunma yeteneğidir. Üretim yetenekleri seçiminde, üretim stratejisi ve dış pazar uygulama uygunluğu belirleyici olur.	Gröbler ve Grübner, 2006; Sarmiento vd., 2010; DaSilveira, 2006; Li, 2000; Rosenzweig ve Roth, 2004; Corbett ve Claridge, 2002; Cua vd., 2001; Li, 2000.
Yönetimsel Yetenekler	İşletmelerin büyümesinin stratejik olarak planlanması gerekir. Bunun için yöneticilerin stratejik kaynakları etkili kullanması temeldir. Yenilik ve yeniliğin değişimi nedeniyle işletmenin pazarlama etkinliğini, toplam verimliliği ve finansal performansı artırmak, yönetimsel yeteneklerin daha yaratıcı olmasına bağlı gelişir. Bu bağlamda yazında işletme performansı üzerinde yönetimsel yeteneklerin önemini vurgulayan araştırmalara da rastlandığı görülmüştür.	Kor ve Mahoney, 2005; Helfat ve diğ., 2007; Sirmon ve diğ., 2007; Simmon ve Hitt, 2009; Kor ve Leblebici, 2005; Ray vd., 2004; Rosenbloom, 2000.
Pazarlama Yetenekleri	Pazarlama yetenekleri, işletmenin rekabet avantajını ve üstün performansını artırıcı önemli bir unsur olarak görülür. Pazarlama yeteneği, pazarlama bağlamında basit işletme yeteneği olarak tanımlanır. Pazarlama yeteneği, müşteriler ve işletme için değer yaratılmasına katkı sağlayan sekiz ayrı pazarlama yeteneği belirlenmiştir. Müşteri ihtiyaçlarını ve işletme hedeflerini karşılamak ve rakiplerin ürünlerinden daha iyi performanslı ürünler tasarlamak için işletmenin sahip olduğu ürün geliştirme yeteneği. İşletmenin ürün/hizmetler ve rakiplerin fiyatlandırma ve müşteri değişikliklerine hızlıca yanıt vermeye yardımcı fiyatlandırma yeteneği. Müşterilere son kullanıcı değeri sunmak için etkin ve verimli dağıtım kanalı kurmak ve sürdürmek için dağıtım yönetimi yeteneği. Müşteri değeri yaratmak ve pazarlama iletişimini kullanmak için işletmenin sahip olduğu pazarlama iletişim yeteneğidir. Müşterinin siparişini almak için satış yeteneğidir. Bu yetenek tanıtım faaliyetleri ve satıcının kalitesi gibi iki unsura bağlı ele alınır. İşletmelerin pazar bilgisinin kullanılma sürecini ifade eder. Dış pazar bilgisi müşteri ihtiyaçlarını karşılamada ve pazarlama planlarının gelişimine yardımcı olur. İşletmenin hedeflerine en uygun ulaşmasını sağlayacak şekilde pazarlama kaynak ve yetenekleri ile eşleşen pazarlama planlama yeteneğidir. Pazarlama stratejisi olarak düşünülmüş süreçlerin amaca yönelik olup olmadığını veya amaçlarla eşleşen tutarlı eylemlere dönüşüp dönüşmediğini kontrol eden pazarlama uygulama yeteneğidir. Ayrıca pazarlama uygulama yeteneği, kaynak tabanlı kurama göre sürdürülebilir rekabet avantajının bir kaynağı olarak görülür.	Day, 1994; Dutta vd., 1999; Moorman ve Rust, 1999; Moore ve Fairhurst, 2003; Vorhies ve Morgan, 2005; Li ve Calantone, 1998; Vorhies ve Harker, 2000; Zou vd., 2003; Wietz ve Jap, 1994; Weerawardena, 2003; Day, 1994; Morgan vd., 2003; Hunt ve Morgan, 1995; Moorman ve Slotegraaf, 1999; Noble ve Mokwa, 1999.
Teknolojik Yetenekler	Teknolojik yetenekler bilgi temelinde ele alınır. Örgütsel sistem içine gömülü bilgileri kapsar. Ürün tasarımı, süreç ve bilişim teknolojileri ile ilgili heterojen varlıklardır. Özellikle ticari sırlar, know-how, deneyimler, fiziksel aygıtlar ve ekipmanlar ve diğer teknolojilere ilişkin özgü fikri mülkiyet hakları ile ilgilidir. İşletmenin yeni ürün ve süreçleri üretmede ve maliyetleri düşürmede itici bir güç oluşturur.	Mursitama, 2006; Cohen ve Levinthal, 1990; Garcia-Muina ve Navas-Lopez, 2000; De Carolis, 2003; Wang vd., 2004; Lee vd., 2001; Barney, 1991; Coombs ve Bierly, 2006; Tsai ve Hsieh, 2009.
Öğrenme Yetenekleri	Öğrenme, işletmelerin sürekli bilgilerini güncelleme yeteneğidir. Buna yönelik örgütsel öğrenme sürecini canlı tutmak gerekir. Sürecin çıktısı öğrenen organizasyonlardır. Örgütsel öğrenme, bilgi edinme ve işletmenin davranışlarını etkileyebilecek yeni bilgi ve anlayışların gelişmesine bağlı gelişir. İşletmenin yenilikler yolu ile müşteri değerini artırır ve üretim ve kaynak maliyetlerini düşürür. Örgütsel öğrenme çevresel koşullara uygun ve stratejik esnekliği dönüştürme ve geliştirme potansiyeli yaratır. Dinamik ortamlarda örgütsel öğrenme kaynakları zamanla değerini ve özgünlüğünü devam ettirir. Kapsamlı araştırmalarda örgütsel öğrenmenin rekabet avantajı ve üstün örgütsel performans yaratma konusunda önemli olduğu görülmüştür.	Fong vd., 2007; Zollo ve Winter, 2002; Sinkula vd., 1997; Easterby-Smith, 1997; Kropp vd., 2006; Olavarrieta ve Fridmann, 1999; Dierickz ve Cool, 1989; Levinthal ve March, 1993; Cohen ve Levinthal, 1990; Nasution ve Mavondo, 2008; Hult vd., 2004; Prieto ve Revilla 2006a; Jones ve diğ., 2003; Zahra ve George, 2002; Jones ve diğ., 2003; Zollo ve Singh, 1998; Bhatnagar, 2006; Bontis vd., 2002; De Carolis ve Deeds, 1999.

Örgütü birbirine bağlayan örgütsel yetenekler, fiziksel ve fiziksel olmayan kaynaklar ya da iki kaynak arasındaki karmaşık etkileşime ve bilgi ve bilişimdeki değişmeye, gelişmeye ve ilerlemeye göre yavaş yavaş oluşur/ortaya çıkar. Diğer bir deyişle işletmenin örgütsel yetenekleri, işletmenin yapısında gömülü olarak bulunan *örtülü bilgi* ile ilgidir ve bu bilgi yeni rekabetçi alanlarda önemli bir üstünlük kaynağı olur (Papatya, 2007). Örgütsel yetenekler Tablo 3’de açıklanmaktadır.

2.2. Sürdürülebilir İşletme Performansı

Sürdürülebilir işletme performansı, işletmenin stratejik amaçlarına ne kadar ulaşmış olduğunu araştıran bir kontrol sistemidir (Lamberti ve Noci, 2010; Teece, 2007). Ancak sürdürülebilir işletme performansının nasıl ölçüleceği konusunda yazınında bir fikir birliği yoktur. Şu kadarı söylenebilir, yazında performans ölçümü zamana, işletme kültürüne ve sektör düzeyine bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Hunt ve Morgan, 1995).

Mavonda ve arkadaşları (2005) ve Ruekert ve Walker (1987) etkinlik, verimlilik ve uyum açısından üç kapsamlı sürdürülebilir işletme performans modeli önerir. Etkinlik, hedef pazarda (- özellikle satışların ve pazar payını artmasına ilişkin, faaliyet gösteren rakiplere kıyasla işletme stratejilerinin başarısını tanımlar. Verimlilik bunların uygulamasında kullanılan kaynakların sonuçlarıdır ve yatırımın bir getirisi olarak “finansal bir oran” şeklinde ifade edilir. Uyum ise, işletmenin değişen pazar koşulları karşısında verdiği başarılı tepkidir (Mavonda vd., 2005).⁵

İşletme/cilik yazınında sürdürülebilir işletme performansı için yaygın olarak kabul gören dört ana ölçüm kategorisi izlendiği görülebilir: (a) Kâr, satış ve nakit akışları gibi finansal ölçümler; (b) pazar payı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati gibi finansal olmayan ölçümler; (c) pazar varlıkları ve bütçeleme, davranışsal kontrol sistemleri ve pazar denetimleri gibi girdi ölçümleri ve (d) verimlilik ve etkinlik gibi çoklu ölçümler (Clark, 1999; Lamberti ve Noci, 2010; Q’Sullivan ve Abela, 2007).

Bu çalışmada hem nesnel hem de sübjektif olmak üzere çok boyutlu bir sürdürülebilir işletme performansı ölçüm yöntemi benimsenmiş; pazarlama verimliliği, finansal performans ve stratejik performansı olarak üç boyutlu ölçüm değerlendirilmiştir. Pazarlama verimliliği kısa vadeli işletme hedeflerine ulaşmaya ilişkin bir işletme performans ölçütüdür (Mavondo, 1999; Mavondo ve Farrell, 2000; Venkatraman ve Ramanujman, 1987). Finansal performans aktif kârlılık, varlıkların geri dönüşümü, yatırımların geri dönüşümü, brüt kar marjı, nakit

⁵ Benzer şekilde, Venkatraman ve Ramanujam (1987) yaptığı çalışmada işletme performansı için finansal sonuçlar, işlemsel verimlilik ve örgütsel etkinliği kullanır. *bkz.* Venkatraman ve Ramanujam, 1987.

akışı gibi oranları içeren görece işletme başarısı ölçütüdür (Baharadwaj vd.,1993). Stratejik performans ise, genel müşteri memnuniyeti açısından uzun vadeli performans hedeflerine ulaşma ve işletme başarısını yansıtma açısından ele alınan bir değerlendirme ölçütüdür. Burada genel müşteri memnuniyeti, finansal, stratejik hedefler ve işletmenin değer artışı açısından düşünülür (Sarkar vd., 2001; Cavusgil ve Zou, 1994).

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

3.1. Veri Toplama

Araştırmanın ana kütesi, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'ndan elde edilen Ankara ilinde faaliyet gösteren toplam 5192 imalat işletme listesidir. Araştırma kapsamında örnek kütesi, bu listede yer alan 486 büyük ve orta boy imalat işletmesi olarak seçilmiş; işletmelerin iletişim adresleri, e-mailleri ve telefon numaraları aracılığı ile iletişime geçilmiş ve öngörüşme talep edilmiş, ankete katılmayı kabul eden 400 işletme yöneticisine (-anketörler marifetiyle, yüzyüze anket yapılmıştır. Ancak %95 güven aralığında ve %5 hata payıyla örnek büyüklüğü 357 olarak hesaplanan büyüklüğün üzerinde bir büyüklük ile çalışma yapılmıştır. Tablo 4'de ankete katılan işletme sektörleri dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan İmalat İşletmeleri Sektörleri

Sektörler	
Tekstil Ürünleri Sektörü	Elektrik Teçhizatı İmalatı
Giyim Eşyası Kürk İşleme ve Boyama	Kimyasal Ürünlerin İmalatı
Metal Ürünleri	Motorlu Kara Taşıt Römork Treyler İmalatı
Gıda Ürünleri	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünleri İmalatı
Mobilya İmalatı	Kavuçuk ve Plastik Ürünler
Metal Cevherleri Madenciligi	Ana Metal Sanayi
Bilgisayarların Elektronik ve Optik Ürünleri İmalatı	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı	Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı

3.2. Ölçümler

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği uygulanmıştır. Anket formu ile veri toplanmasına geçmeden önce, 40 kişiden oluşan ve araştırmaya katılan işletme yöneticilerine anketin geçerliliği için ön test yapılmış ve sonuçlar değerlendirilerek anket formuna son hali verilmiştir.

Ölçümler kuramsal modelde yer alan değişkenlere bağlı, çoklu ölçekler ve 5'li likert ölçeği kullanılarak yapılmış; verilerin analizinde ise, SPSS 16.0 ve SMARTPLS paket programı kullanılmıştır. Kullanılan çoklu ölçekler şu şekilde oluşturulmuştur:

(a) *Örgütsel Kaynaklar*: Örgütsel kaynaklar ölçeği için, Carmeli ve Tishler'in (2005), Gao ve arkadaşlarının (2006) ile Helm'in (2007) yaptığı çalışmalardan yararlanılmıştır. Örgütsel kaynaklar boyutuna dair alt değişkenler; örgütsel itibar, finansal kaynaklar, marka itibarı ve insan kaynaklarından oluşan toplam 21 değişkenden oluşmaktadır.

(b) *Örgütsel Yetenekler*: Farklı çalışmalara bağlı örgütsel yetenekler ölçeği (üretim yetenekleri, yönetsel yetenekler, pazarlama yetenekleri, öğrenme yetenekleri ve teknolojik yetenekler) toplamda 46 alt değişkenden oluşturulmuştur.

- *Üretim Yetenekleri*: Üretim kapasitesine temel oluşturan ölçek; kalite, maliyet, dağıtım ve esneklikten oluşan çok boyutlu olarak, Gröbler ve Gröbler'in (2006) ve Li'nin (2000) yaptığı çalışmadan yararlanılarak hazırlanmıştır.

- *Yönetsel Yetenekler*: Bu ölçek, daha önce Hitt ve Ireland'ın (1985) yaptığı çalışmadan küçük değişiklikler ile geliştirilen ve Carmeli ve Tishler'in (2004) yaptığı çalışmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu değişiklikler, yorumlamada belirsizliği ve karmaşıklığı azaltmak için yapılmıştır. İşletme yöneticileri ile yapılan öngörüşmelerde yönetim ekibi için sosyal ağlar çok önemli olduğu için ölçeğe ilave edilmiştir.

- *Pazarlama Yetenekleri*: Pazarlama yetenekleri ölçeği, Guan ve Ma'nın, (2003), Vorhies'in, (1998), Vorhies ve Morgan'nın (2005), Wang ve arkadaşlarının (2004) ve Zou ve arkadaşlarının (2003) yaptığı çalışmalardan yararlanarak oluşturulmuştur. Ancak bu çalışmaların bazılarında pazarlama yetenekleri çok boyutlu ele alırken, bazılarının da tek boyutlu ele almaktadır. Bu çalışmada pazarlama yeteneği dört boyutlu olarak ele alınmış ve ölçeğe dahil edilmiştir: Bunlar; pazarlama araştırmaları, fiyatlandırma, dağıtım yönetimi ve pazarlama iletişimidir. Pazarlama araştırmasının ölçüm değişkenleri, Guan ve Ma'nın (2003) yaptığı çalışmadan ve diğer öğeler ise, Vorhies ve Morgan'nın (2005) yaptığı çalışmadan yararlanmıştır.

- *Öğrenme Yetenekleri*: Öğrenme yetenekleri ölçeği, Sinkula ve arkadaşlarının (1997) yaptığı çalışmaya temel alarak oluşturulmuştur. Burada öğrenme yetenekleri üç boyutlu değerlendirilmiş; bunlar; öğrenmeye bağlılık, paylaşılan vizyon ve açık düşünce olarak ifade edilmiştir. Buna karşı öğrenme yetenekleri ölçeği, Baker ve Sinkula'nın (1999), Calantone ve arkadaşlarının (2002) ve Nasution ve Mavonda (2008)'nin çalışmalarından

uyarlanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin orijinal uyarlaması için de, Nasution ve Mavonda'nın (2008) yaptığı çalışmadan yararlanılmıştır.

- *Teknolojik Yetenekler*: Teknolojik yetenekler ölçeği, Wang ve arkadaşlarının (2004) ve Ruhs ve arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışma temel alarak oluşturulmuştur.

(c) *İlişkisel Yetenekler*: İlişkisel yetenekler ölçeğini oluşturan alt değişkenler; güven, bağlılık ve çatışma yönetimidir. Bu alt değişkenler toplamda 19 değişkenden oluşturulmuştur.

- *Güven*: Güven ölçeği, geniş olarak tarafların genel güven eğilimden ziyade, işletmenin kendi etkileşim ve deneyime dayalı ortaklar arasında devam eden ilişkisel güven şeklinde tasarlanmıştır. Buna uygun olarak ölçekte Muthusamy ve arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışma temel alınmıştır.

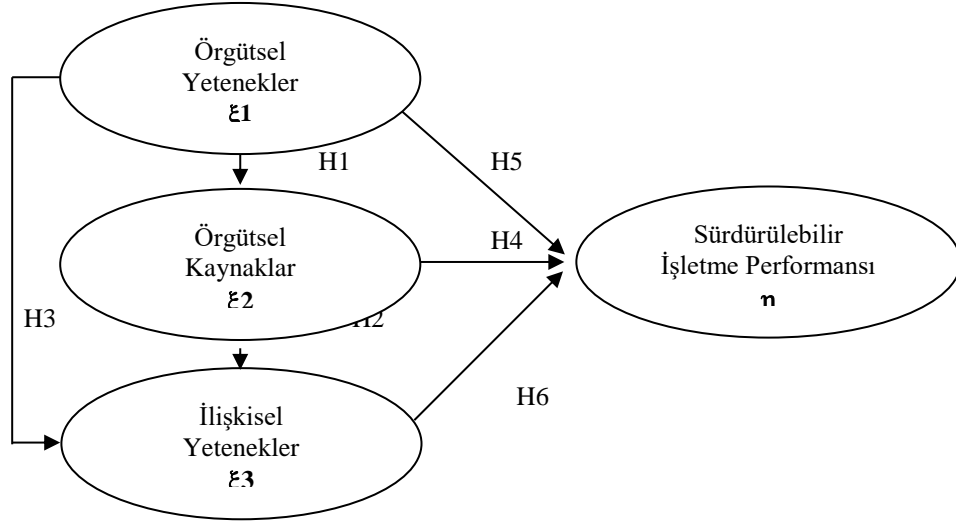
- *Bağlılık*: Bağlılık ölçeği, Voss ve arkadaşlarının (2006) yaptığı çalışmadan uyarlanmıştır.

- *Çatışma Yönetimi*: Çatışma yönetimi ölçeği, Thuy ve Quang'ın (2005) yaptığı çalışmadan yararlanılarak hazırlanmıştır.

(d) *Sürdürülebilir İşletme Performansı*: Sürdürülebilir işletme performansı ile ilgili ölçek, daha önce yapılan çalışmalara bağlı, öznel ve nesnel ölçütler kullanılarak hazırlanmıştır. Ölçek şu çalışmalardan oluşturulmuştur: Pazarlama verimliliği Vorhies ve Morgan'ın (2005) yaptığı çalışmadan; finansal performans Prieto ve Revilla'nın (2006a ve Prieto, 2006b) ve Vorhies ve Morgan'ın (2005) yaptığı çalışmadan ve stratejik performans ölçeği de, Sarkar ve arkadaşları (2001) ve Cavusgil ve Zou (1994) yaptığı çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. Sürdürülebilir işletme performansı ölçümü için toplam 13 değişken belirlenmiştir.

3.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma kavramsal/kuramsal çerçevede geliştirilen öneri modele bağlı gerçekleştirilmiştir. (bkz. Şekil 1) Modelde yer alan değişkenler arasında neden-sonuç ilişkilerinin bulunması ve araştırmada ilgili ilişkilerin test edilmesi hedeflendiğinden, oluşturulan araştırma model bir *nedensellik modeli* ve araştırma bir *nedensellik araştırması* olarak planlanmıştır (bkz. Malhorta, 2007:89; Hulland vd., 1996:181-197; Papatya, vd., 2013).



Şekil 1: Kavramsal Model

H₁: Örgütsel yetenekler ile örgütsel kaynaklar arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₂: Örgütsel kaynaklar ile ilişkisel yetenekler arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₃: Örgütsel yetenekler ile ilişkisel yetenekler arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₄: Örgütsel kaynaklar ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₅: Örgütsel yetenekler ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₆: İlişkisel yetenekler ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.4. Analiz Tekniği

Oluşturulan araştırma modelinde hipotezlerle ifade edilen değişkenler Lohmöller'in (1988) Partial Least Squares (PLS) algoritması kullanılarak tahmin edilmiştir. PLS, son yıllarda araştırmacılar tarafından neden-sonuç ilişkilerini ortaya koymakta kullanılan çok değişkenli bir modelleme tekniğidir. (Fornell, 1992: 13; Fornell vd, 1996: 11). Bu noktadan hareketle uygulanan şekil 1'de izleneceği gibi MV (eksojen değişken x ve endojen değişkenler y) ve LV (eksojen faktör ξ ve endojen faktör η) arasındaki dışsal ilişkiler faktör analiziyle, eksojen LV (ξ) ile endojen LV (η) arasındaki içsel ilişkiler regresyon yardımıyla tahmin edip, yapısal modeli gösterilmiştir (Kristensen vd., 1999: 609). Çalışmada ortaya çıkan yapısal model şekil 2'de izleneceği gibi x ve y değişkenlerinin tümü ξ ve η faktörlerin birer yansıması olarak dışa dönük bir (outward) ölçüm modeli şeklinde ele alınmıştır (Papatya, vd.,2013).

(a) Geçerlilik ve Güvenilirlik: Ölçüm modelinin güvenilirliği ve içsel tutarlılığı, modelde yer alan her bir MV'nin Cronbach Alfa katsayısına (α) ve LV'nin açıklanan varyansa olan katkısına bakılarak değerlendirilmiştir. Yapılan ilk faktör analizi sonrasında, örgütsel kaynaklar boyutunu oluşturan itibardan 4 faktör yükü, finansal kaynaklardan 2 faktör yükü, marka itibarından 2 faktör yükü, insan kaynaklarından 2 faktör yükü, örgütsel yetenekler boyutunu oluşturan üretim yeteneklerinden 7 faktör yükü, yönetim yeteneklerinden 4 faktör yükü, pazarlama yeteneklerinden 10 faktör yükü, öğrenme yeteneklerinden 8 faktör yükü, teknolojik yeteneklerden 5 faktör yükü, ilişkisel yetenekler boyutunu oluşturan güvenden 3 faktör yükü, bağlılıktan 4 faktör yükü, çatışma yönetiminden 2 faktör yükü, işletme performansı boyutunu oluşturan finansal performanstan 3 faktör yükü, pazarlama verimliliğinden 2 faktör yükü, Agarwal ve Karahanna (2000) tarafından tavsiye edilen 0.70 eşik değerinin altında çıkmıştır.

Belirtilen MV faktör yükleri (λ değerleri), tavsiye edilen değerinin altında kaldıkları için modelin içsel tutarlılığını bozduğu kanaatine varılmış ve modelden çıkarılarak faktör analizi yeniden yapılmıştır. Ayrıca Agarwal ve Karahanna (2000: 678)'e göre, bütünsel ölçüm güvenilirliği için MV'e ait α değerlerinin 0,70 değerinin üzerinde olması gerekmektedir.

Modeldeki tüm değişkenlerin α değeri 0,70'in üzerinde olduğu için modelin bütünsel güvenilirliği sağlanmıştır. Yapılan ikinci faktör analizi sonucuna göre oluşan ve Tablo 5'de gösterilen (λ) ve (α) değerleri 0.70 eşik değerinin çok üzerinde olduğu görülmektedir ve her bir MV'nin, ilişki de olduğu LV içerisindeki değişimin büyük bir yüzdesini açıklamaktadır. Sonuç olarak oluşturulan ölçüm modeli bütünsel güvenilirliğe (composite reliability) ve içsel tutarlılığa (internal consistancy) sahip olduğu izlenmiştir (Agarwal ve Karahanna, 2000: 678; Fornell ve Lacker, 1981: 45-46; Götz vd., 2010: 695-696; Papatya, vd.,2013).

Tablo 5: Ölçüm Modeline İlişkin PLS Faktör Analizi Sonuçları

Eksojen LV		MV	λ	α	Açıklanan Varyans %	MV	λ	α	Açıklanan Varyans %	Eksojen LV		
Örgütsel Yetenekler ξ 1	Öğrenme Yetenekleri ξ11	X111	0.949	0.98	0.85	X311	0.969	0.98	0.85	Güven ξ31	İlişkisel Yetenekler ξ 3	
		X112	0.925			X312	0.861					
						X313	0.979					
						X314	0.896					
	Pazarlama Yetenekleri ξ12	X121	0.962			X321	0.909			Bağlılık ξ32		
		X122	0.939			X322	0.986					
		X123	0.956			X323	0.966					
	Teknolojik Yetenekleri ξ13	X131	0.958			X331	0.987			Çatışma Yönetimi ξ33		
		X132	0.941			X332	0.979					
	Üretim Yetenekleri ξ14	X141	0.954			X333	0.956					
		X142	0.950									
	Yönetim Yetenekleri ξ15	X251	0.957									
		X252	0.952									
		X253	0.945									
Örgütsel Kaynaklar ξ 2	Finansal Kaynaklar ξ21	X211	0.841	0.98	0.89	Y111	0.918	0.98	0.88	Finansal Performans η 11	Sürdürülebilir İşletme Performansı η 1	
		X212	0.828			Y112	0.896					
		X213	0.949									
	İnsan Kaynakları ξ22	X221	0.956			Y121	0.943			Pazar Verimliliği η 12		
		X222	0.960			Y122	0.950					
		X223	0.961			Y131	0.949					
	İtibar ξ23	X231	0.906			Y132	0.951			Stratejik Performans η 13		
		X232	0.880			Y133	0.953					
		X241	0.955			Y134	0.836					
	Marka İtibarı ξ24	X242	0.932									
		X243	0.942									
Eksojen LV	MV	λ	α	Açıklanan Varyans %	MV	λ	α	Açıklanan Varyans %	Endojen MV ve LV			

İkinci faktör analizi sonrasında oluşan ve Tablo 5’de gösterilen λ ve α değerleri tavsiye edilen 0.70 eşik değerinin üzerindedir ve her bir MV ilişkili olduğu LV içerisindeki değişimin büyük bir yüzdesini açıklamaktadır. Bu noktadan hareketle ölçüm modeli bütünsel güvenilirliğe ve içsel tutarlılığa sahiptir (Papatya, vd.,2013).

(b) PLS Analizi Sonuçları: PLS analizi sonucunda ortaya çıkan MV ve ξ değişkenlerinin η üzerindeki etkileri Şekil 3’de görülmektedir. Yapısal modelin uyumu MV ve LV birliktelik katsayıları tarafından verilmektedir. McFarland ve Hamilton (2006: 439)’a göre model uyumundan söz edebilmek için katsayıların 0,30 değerini geçmesi gerekmektedir. PLS yapısal modelinde yer alan değişkenlere ilişkin SMART PLS programı tarafından hesaplanan birliktelik katsayılarının tümü 0,84 değerinin üzerindedir. Buradan hareketle

yapısal modelde yer alan değişkenlerin ve aralarındaki ön gören ilişkilerin toplanan araştırma verilerini en uygun biçimde temsil ettiği sonucuna varılmıştır.

Dinamik kaynak tabanlı yetenekler, örgütsel kaynakları ($\gamma_1=0.55$, $t=4.59$ $p=0,001$) doğrudan ve pozitif olarak etkilediği görülmüştür. Bu nedenle oluşturulan *H1 hipotezi kabul edilmiştir*. Dinamik kaynak tabanlı örgütsel kaynaklar, ilişkisel yetenekleri ($\gamma_2=0.70$, $t=8.65$, $p=0,001$) doğrudan ve pozitif olarak etkilediği görülmüştür. Bu nedenle oluşturulan *H2 hipotezi kabul edilmiştir*. Dinamik kaynak tabanlı örgütsel yetenekler, ilişkisel yetenekleri ($\gamma_3=0.35$, $t=3.39$, $p=0,001$) doğrudan ve pozitif olarak etkilediği görülmüştür. Bu nedenle oluşturulan *H3 hipotezi kabul edilmiştir*. Örgütsel kaynaklar, sürdürülebilir işletme performansına ($\gamma_4=0.45$, $t=3.56$ $p=0,001$) doğrudan ve pozitif yönde etkilediği görülmüş ve bu nedenle oluşturulan *H4 hipotezi kabul edilmiştir*.

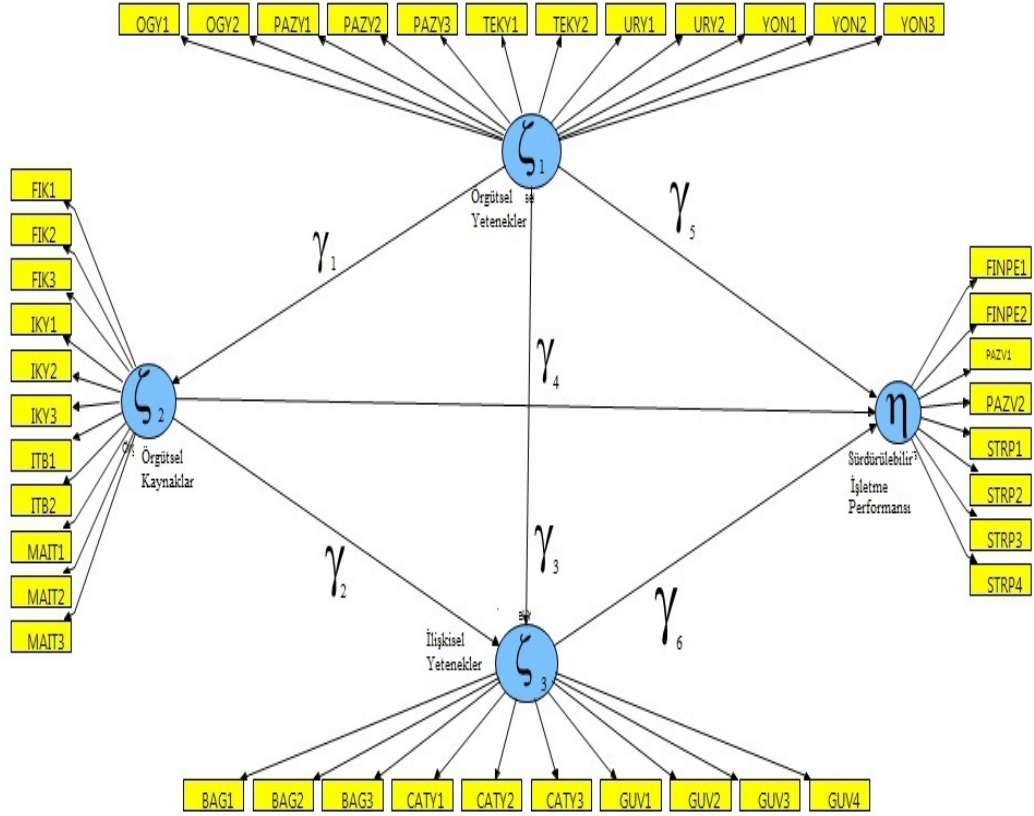
Tablo 6: Bulguların Özeti: Hipotez Kabul/Red

Hipotezler	Tahmin Edilen	Örgütsel Yetenekler	Örgütsel Kaynaklar	İlişkisel Yetenekler	İşletme Performansı	Kabul/Red
H1: Örgütsel Yetenekler ile örgütsel kaynaklar arasında pozitif bir ilişki vardır	+		√			Kabul
H2: Örgütsel kaynaklar ile ilişkisel yetenekler arasında pozitif bir ilişki vardır	+			√		Kabul
H3: Örgütsel yetenekler ile ilişkisel yetenekler arasında pozitif bir ilişki vardır	+			√		Kabul
H4: Örgütsel kaynaklar ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır	+				√	Kabul
H5: Örgütsel yetenekler ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır	+				√	Kabul
H6: İlişkisel yetenekler ile sürdürülebilir işletme performansı arasında pozitif bir ilişki vardır	+				√	Kabul

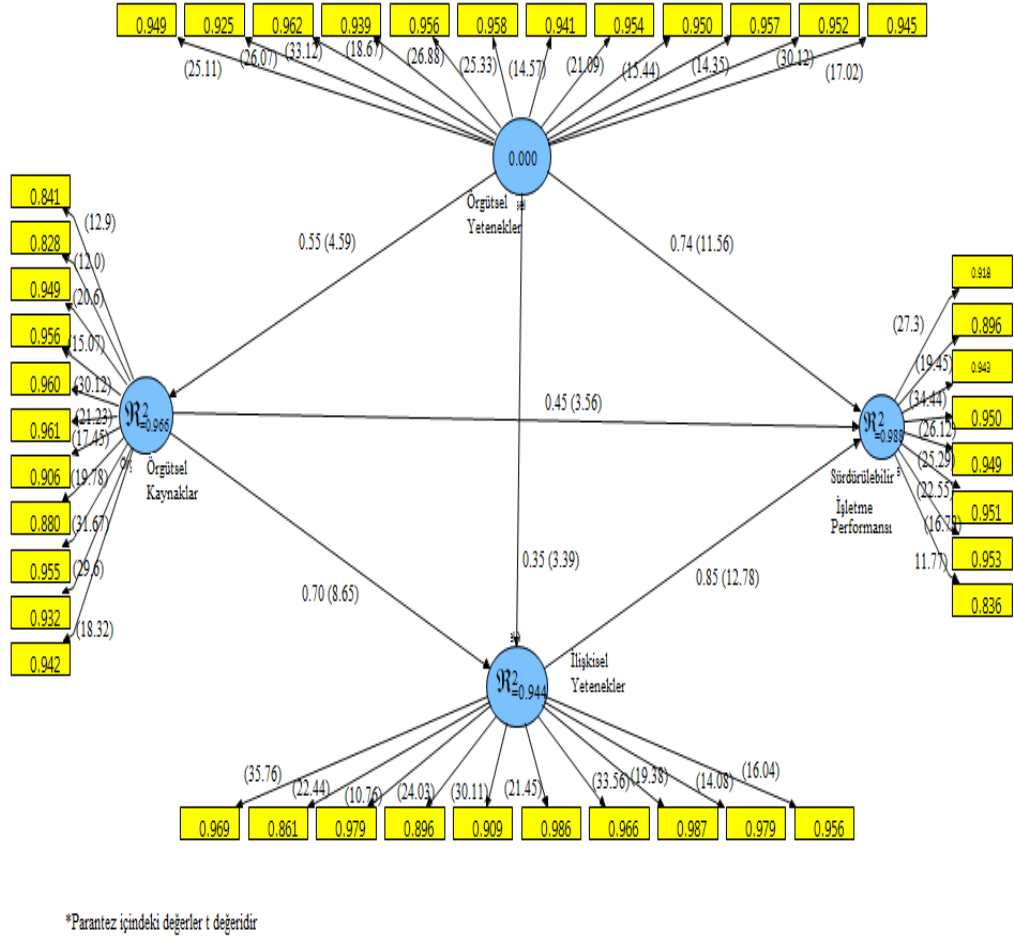
*√ Hipotez sonuçları ile desteklendiğini göstermektedir.

Örgütsel yetenekler, sürdürülebilir işletme performansını ($\gamma_5=0.74$, $t=11.56$ $p=0,001$) doğrudan ve pozitif yönde etkilediği görülmüş ve bu nedenle oluşturulan *H5 hipotezi kabul edilmiştir*. İlişkisel yetenekler, sürdürülebilir işletme performansını ($\gamma_6=0.85$, $t=12.78$, $p=0,001$) doğrudan ve pozitif yönde etkilediği görülmüş ve bu nedenle oluşturulan *H6*

hipotezi kabul edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada oluşturulan araştırma hipotezleri $H1$, $H2$, $H3$, $H4$, $H5$ ve $H6$, kabul edilmiş ve oluşturulan araştırma modeli tam olarak doğrulanmıştır. Hipotez kabul red tablosu aşağıdaki Tablo 6'da gösterilmektedir. Araştırma sonuçları doğrultusunda oluşuna PLS yapısal modeli aşağıdaki Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2: Ölçüm Modeli



Şekil 3: PLS Yapısal Modeli

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç öneriler kısmını 3 kategoride değerlendirmek mümkündür.

a) *Metodolojik Bazı Katkılar:* Dinamik yaklaşımlar teorisi, dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin görgül sonuçlarını doğrulama eksikliğinin mevcut bir eksiklik olduğunu tanımlar. Birçok dinamik yaklaşım ve kuram geliştirme çalışması da buna işaret eder ve yapılanlar daha çok keşif niteliği taşır. Bu nedenle mutlak anlamda dinamik kaynak tabanlı yetenekleri tespit etmek zordur. Bir diğer zorluk da psikometrik özelliklere odaklanarak dinamik kaynak tabanlı yetenekler konusunda yapılan az sayıdaki görgül çalışmanın varlığıdır. Dinamik kaynak tabanlı yetenekler alanında yapılması gereken, daha çok işlemsel testlerin ve görgül araştırmaların yapılmasıdır. Bu nedenle çalışmada söz konusu zorluklara rağmen, olan/olası eksikliklerin bazılarının aşılmasına gayret edilmiş ve katkı sağlamak hedeflenmiştir. Ayrıca

çalışmada kullanılan PLS analiz tekniğinin, konu ile ilgili uygulama olanağı araştırılmış ve yadsınmayacak katkılar sunduğu düşünülmüştür.

b)Yöneticiler için Bazı Öneriler: Çalışmada elde edilen en dikkat çekici bulgu, işletme performansında dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin yüksek düzeyli önemidir. Bu nedenle çalışma dinamik kaynak tabanlı yeteneklerin işletme performansını sürdürmede önemli bir konu olduğunu göstermiştir. Bu açıdan işletme yöneticilerinin sürdürülebilir işletme performansı için oluşturacağı esnek yapı ile iç-dış kaynaklara entegre olması, network ağlarında en uygun değeri yayması, hızla yeni teknolojileri öğrenmesi ve kendi kaynaklarını ortaya çıkan değişikliklere hızla yanıt verecek şekilde düzenlemesi söz konusu olabilir. Böylece yöneticiler uzun dönemli büyüme ve başarı için üstün dinamik kaynak tabanlı yetenekleri geliştirme olanağı sağlayabilir.

c)Gelecek Araştırmalar için Bazı Öneriler: Araştırma bulgularının eksik yorumlamasında, çalışmanın sınırlılıkları göz önünde tutulmalıdır. Bu sınırlamalar, aynı zamanda gelecek araştırmaları için bazı fırsatlar sunabilir: İlk olarak, araştırmanın örnekleme çeşitli sektörlerdeki imalat işletmeleri oluşturmaktadır, yani sonuçların genellemesi imalat sanayi ile sınırlıdır. Bu sınır zorlanabilir ve boyutlandırılabilir. İkinci olarak zaman kısıtlamasıdır ve bu çalışma kesitsel bir çalışma tasarımıdır. Daha geniş zaman diliminde dinamik koşullar zorlanabilir. Üçüncü olarak, çalışma analizi algısal verilere dayalıdır. Bunu tamamlamaya yönelik veri algısal bütünlüğü sağlamaya yönelik çalışmalar düşünülebilir. Dördüncü olarak çalışma, maliyet ve zaman kısıtlamaları nedeni ile sadece Ankara ilin imalat işletmeleriyle sınırlıdır. Daha farklı illerde yapılacak araştırmalar ile karşılaştırmalı analizler yapılabilir. Diğer illerdeki yapılan çalışmalar ile genel sonuçlara erişilebilir.

KAYNAKÇA

- Abimbola, T., Vallaster C., (2007). "Brand, Organisational Identity and Reputation in SMEs: an Overview", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10 (4), 341-348.
- Agarwal, R. ve Karahanna, E., (2000). "Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs About Information Technology Usage", *MIS Quarterly*, 24 (4), 665-694.
- Ahuja, G., (2000). "Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study", *Administrative Science Quarterly*, 45 (3), 425-455.
- Amit, R. Ve Schoemaker, P.J.H. (1993). "Strategic Assets and Organizational Rent", *Strategic Management Journal*, 14, 33-46.
- Anderson, E. ve Weitz, B., (1992). "The Use of Pledges to Build Sustain Commitment in Distribution Channels", *Journal of Marketing Research*, 29 (1), 18-34.
- Anderson, J., C. ve Narus, J., A., (1990). "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnership", *Journal of Marketing*, 54 (1), 42-58.
- Baker, W., E. Ve Sinkula, J., M., (1999). "The Synergiistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27 (4), 411-427.
- Barnett, M., L., Jermier, J., M. ve Lafferty, B. A. (2006). "Corporate Reputation. The Definitional Landscape", *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.
- Barney, J. Ve Arkan, A., M., (2001). "The Resource Based View: Origins and Implications", *Handbook of Strategic Management*, 124-188.
- Barney, J., (1991). "Firm Resource and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bettis, R. ve Hitt, M. (1995). "The New Competitive Lanscape", *Strategic Management Journal*, Special Issue, 16, 7-20.
- Bharadwaj S., G., Varadarajan R. ve Fahy J., (1993). "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions", *Journal of Marketing*, 57 (4), 83-99.
- Bhatnagar, J. (2006). "Measuring Organizational Learning Capabilitiy in Indian Managers and Establishing Firm Performance Linkage", *The Learning Organiation*, 13 (5), 416-433.
- Bontis, N., Crossan, M., M. Ve Hulland, J. (2002). "Managing an Organizational Learning System by Aligning Stock and Flows", *Journal of Management Studies*, 39 (4), 437-469.
- Bowman, C. ve Ambrosini, V. (2003). "How The Resource-based and The Dynamic Capability Views of The Firm Inform Competitive and Corporate Level Strategy", *British Journal of Management*, 14, 289-303.
- Bronn, C. Ve Bronn, P., S. (2005). "Reputation and Organizational Efficiency: A Data Envelopment Analysis Study", *Corporate Reputation Review*, 8 (1), 45-58.
- Calantone, R., J., Cavusgil, S., T. ve Zhao, Y. (2002). "Learning Orientation Firm Innovation Capability and Firm Performance", *Industrial Marketing Management*, (31), 515-524.
- Capron, L. ve Hulland, J. (1999). "Redeployment of Brands Sales Forces and General Marketing Management Expertise Following Horizontal Acquisitions: A Resource Based View", *Journal of Marketing*, 63 (April), 41-54.
- Carmeli, A. ve Tishler A. (2004). "The Relationship Between Intangible Organizational Elements and Organizational Performane", *Strategic Management Journal*, 25 (13), 1257-1278.
- Carmeli, A. ve Tishler, A. (2005). "Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance: An Emprical Invetsigation of Industrial Entreprises", *Corporate Reputation Reviiew*, 8 (1), 13-30.
- Cartel, S. M. ve Ruefli, T. W. (2006). "Intra-Industry Reputation Dynamics Under a Resource-Based Framework: Assessing the Durability Factor", *Corporate Reputation Review*, 8 (1), 13-30.
- Cavusgil, S. T. ve Zou, S. (1994). "Marketing Strategy Performance Relationship. An Investigation of th Emprical Linking in Export Market Ventures", *Journal of Marketing*, 58 (January), 1-21.

- Chen, Y., Tjosvold, D. ve Fang, S. (2005). "Working with Foreign Managers: Conflict Management for Effective Leader Relationship in China", *International Journal of Conflict Management.*, 16 (3), 265-286.
- Clark, B. H. (1999). "Marketing Performance Measures: History and Interrelationship", *Journal of Marketing Management*, (15), 711-732.
- Cohen, W. M. ve Levintal, D. A. (1990). "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35 (1), 128-152.
- Coombs J., E. ve Bierly P.,E., (2006). "Measuring Technological Capability and Performance", *R & D Management*, 36 (4), 421-438.
- Corbett, L. M. ve Claridge, G., S. (2002). "Key Manufacturing Capability Elements and Business Performance", *International Journal of Production Research*, 40 (1), 109-131.
- Crosby, L. A, Evans, K. R. ve Cowles, D. (1990). "Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective", *Journal of Marketing*, 54 (July), 68-81.
- Cua, K., O., McKone K., E. ve Schroeder R., G. (2001). "Relationship Between Implementation of TQM and TPM and Manufacturing Performance", *Journal of Operations Management*, 19 (6), 675-694.
- Cullen, J.,B., Johnson J., L. ve Sakano T. (2000). "Success Through Commitment and Trust: The Soft Side of Strategic Alliance Management", *Journal of World Business*, 35 (3), 223-240.
- D'Aveni, R. A. (1994). *Hypercompetition: Managing The Dynamics of Strategic Maneuvering*, New York: Free Press.
- Da Silveira, G. J. C. (2006). "Effect of Simplicity and Discipline on Operational Flexibility: An Empirical Reexamination of the Rigid Flexibility Model", *Journal of Operational Management*, 24 (6), 932-947.
- Danneels, E. (2008). "Organizational Antecedents of Second Order Competences", *Strategic Management Journal*, 29 (5), 519-543.
- Das, T.,K. ve Teng, B. S. (2000). "A Resource Based Theory of Strategic Alliances", *Journal of Management*, 26 (1), 31-61.
- Das, T.,K. ve Teng, B. S. (2001). "Trust Control and Risk in Strategic Alliances: An Integrated Framework", *Organization Studies*, 22 (2), 251-283.
- Das, T.,K. ve Teng, B. S. (2004). "The Risk-Based View of Trust: A Conceptual Framework", *Journal of Business and Psychology*, 19 (1), 85-116.
- Day G. S. (1994). "The Capabilities of Market Driven Organizations", *Journal of Marketing*, 58 (1), 37-52.
- De Carolis, D. M. (2003). "Competencies and Imitability in the Pharmaceutical Industry: An Analysis of Their Relationship with Firm Performance", *Journal of Management.*, 29 (1), 27-50.
- Decarolis D., M. ve Deeds D., L., (1999). "The Impact of Stocks and Flows of Organizational Knowledge on Firm Performance: An Empirical Investigation of the Biotechnology Industry", *Strategic Management Journal*, (20), 953-968.
- De-Chernatory, L., (1999). "Brand Management Through Narrowing the Gap Between Brand Identity and Brand Reputation", *Journal of Marketing Management*, (15), 157-179.
- Dickinson, S. ve Barker, A. (2007). "Evaluations of Branding Alliances Between Non-Profit and Commercial Brand Partners: The Transfer of Affect", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, (12), 75-89.
- Dierickx, I. ve Cool, K. (1989). "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage", *Management Science*, 35 (12), 1504-1511.
- Dosi, G., Faillo, M. ve Marengo, L. (2008). "Organizational Capabilities, Patterns of Knowledge Accumulation and Governance Structure in Business Firms. An Introduction", 29 (8/9), 1165-1185.
- Dowling, G. (2006). "How Good Corporate Reputation Create Corporate Value", *Corporate Reputation Review*, 9 (2), 134-143.
- Doyle, P. (2002). *Marketing Management and Strategy (3th ed.)*. Essex, England: FT Prentice Hall- Pearson Education

- Dutta, S., Narasimhan, O. ve Rajiv, S. (1999). "Success in High Technology Markets: Is Marketing Capability Critical?", *Marketing Science*, 18 (4), 547-568.
- Eisenhardt, K., M. (1989). "Making Fast Strategic Decision in High Velocity Environments", *The Academy of Management Journal*, 32(3), 543-576.
- Eisenhardt, K., M. (1997). "Disciplines of Organizational Learning: Contribution and Critiques", *Human Relations*, 50 (9), 1085-1113.
- Fombrun, C. ve Van-Riel, C. (1997). "The Reputational Landscape", *Corporate Reputation Review*, 1 (1), 5-13.
- Fong, P. S., Hills, M., J. ve Hayles, C. S. (2007). "Dynamic Knowledge Creation through Value Management Teams", *Journal of Management in Engineering*, 23 (1), 40-49.
- Fornell, C. (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", *Journal of Marketing*, 56 (1), 6-21.
- Fornell, C. ve Lacker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J. ve Bryant, B. E. (1996), "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings", *Journal of Marketing*, 60 (4), 7-18.
- Gabbioneta, C., Ravasi, D. ve Mazzola, P. (2007). "Exploring the Drivers of Corporate Reputation: A Study of Italian Securities Analysts", *Corporate Reputation Review*, 10 (2), 99-123.
- Gao, G., Y., Pan, Y., Tse, D. K. ve Yim, C. K. (2006). "Market Share Performance of Foreign and Domestic Brand Reputation in China", *Journal of International Marketing*, 14 (2), 32-51.
- Garcia-Muina, F. ve Navas-Lopez, J. (2007). "Explaining and Measuring Success in New Business. The Effect of Technological Capabilities on Firm Result", *Technovation*, 27 (1), 30-46.
- Gotsi, M. ve Wilson, A. (2001). "Corporate Reputation Management: Living the Brand", *Management Decision*, 39 (2), 99-105
- Götz, O., Gobbers, K. L. ve Manfred, K. (2010), *Handbook of Partial Least Squares Concept, Methods and Applications*, Springer New York, in [Eds. Vinzi, V.E., Chin, W.W., Henseler, J., Wang H.], "Evaluation of Structural Equation Models Using the Partial Least Squares (PLS) Approach", 691-711.
- Grant, R. M. (1991). "The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation", *California Management Review*, 33 (3), 114-135.
- Grant, R. M. (1996). "Prospering in Dynamically Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration", *Organization Science*, 7 (4), 375-387.
- Gratchev, M. V. ve Bobina, M. A. (2001). "Financial Resources for New Business in Russia: Desirable vs Available", *Venture Capital*, 3 (3), 263-274.
- Griffith, D. A. ve Harvey, M. G. (2004). "The Influence of Individual and Firm Level Social Capital of Marketing Managers in a Firm's Global Network", *Journal of World Business* 39 (3), 244-254.
- Gröbler, A. ve Grübner, A. (2006). "An Empirical Model of the Relationship Between Manufacturing Capabilities", *International Journal of Operations and Production Management*, 26 (5), 458-485.
- Guan, J. ve Ma, N. (2003). "Innovative Capability and Export Performance of Chinese Firms", *Technovation*, 23 (9), 737-748.
- Gulati, R. (1995). "Social Structure and Alliance Formation Patterns : A Longitudinal Analysis", *Administrative Science Quarterly*, (40), 619-652.
- Helfat, C. ve Peteraf M. (2003). "The Dynamic Resource-Based View: Capability Lifecycles", *Strategic Management Journal*, 24 (10), 997-1010.
- Helfat, C., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D. ve Winter, S. (2007). *Dynamic Capabilities Understanding Strategic Change in Organizations*, Blackwell, Carlton.
- Helm, S. (2007). "The Role of Corporate Reputation in Determining Investor Satisfaction and Loyalty", *Corporate Reputation Review*, 10 (1), 22-37.
- Hempel, P. S., Zhang, Z-X. ve Tjosvold D. (2009). "Conflict Management Between and within Teams for Trusting Relationship and Performance in China", *Journal of Organizational Behavior*, 30 (1), 41-65.

- Hill, C. W. ve Jones, R. G. (2008). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*, 9th Edition, South-Western, Cengage Learning.
- Hitt M., A., Bierman L., Shimizu K. ve Kochhar R., (2001). "Direct and Moderating Effect of Human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource Based Perspective", *Academy of Management Journal*, 44 (1), 13-28.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D. ve Hoskisson, R. E. (2007). *Strategic Management Competitiveness and Globalization: Concept and Cases*, 7th Edition, Thomson South-Western, Publishing.
- Hitt, M., Ireland, R. D. (1985). "Corporate Distinctive Competence, Strategy, Industry and Performance", *Strategic Management Journal*, (6), 273-293.
- Hofer, C. W. ve Sechendel, D. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concept*, West Publishing Company.
- Hooley, G., Broderick, A. ve Möller, K. (1998). "Competitive Positioning and the Resource Based View of the Firm", *Journal of Strategic Marketing*, (6), 97-115.
- Hosmer, L. T. (1995). "Trust: The Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics", *Academy of Management Review*, 20 (2), 379-403.
- Hulland, J., Chow, Y. H. ve Shinyin, L. (1996). "Use of Causal Model in Marketing Research: A Review", *International Journal of Research in Marketing*, 13, 181-197.
- Hult, G. T., Hurley, R. F. ve Knight, G. A. (2004). "Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance", *Industrial Marketing Management*, 33 (5), 429-438.
- Hunt, S. D. ve Morgan, R. M. (1995). "The Comparative Advantage Theory of Competition", *Journal of Marketing*, 59 (April), 1-15.
- Jones, E., Chonko, L. B. ve Roberts, J. (2003). "Creating a Partnership Oriented Knowledge Creation Culture in Strategic Sales Alliances: A Conceptual Framework", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18 (4/5), 336-352.
- Kale, P., Singh, H. ve Perlmutter, H. (2000). "Learning and Protection of Proprietary Assets in Strategic Alliances: Building Relational Capital", *Strategic Management Journal*, (21), 217-237.
- Kay, M. J. (2006). "Strong Brands and Corporate Brands", *European Journal of Marketing*, 40 (7/8), 742-760.
- Kay, N. (2010). "Dynamic Capabilities as Context", *Industrial and Corporate Change*, 19 (4), 1205-1223.
- Kogut, B. ve Zander, U. (1992). "Knowledge of the Firm Combinative Capabilities and the Replication of Technology", *Organization Science*, 3 (3), 383-397.
- Kor, Y. Y. ve Leblebici, H. (2005). "How do Interdependencies Among Human Capital Deployment Development and Diversification Strategies Affect Firms Financial Performance?", *Strategic Management Journal*, 26 (9), 967-985.
- Kor, Y. Y. ve Mahoney, J. T. (2005). "How Dynamic Management and Governance of Resource Deployments Influence Firm Level Performance", *Strategic Management Journal*, 26 (5), 489-496.
- Kristensen, K., Martensen, A. ve Gronholdt, L.G.L. (1999). "Measuring the Impact of Buying Behaviour on Customer Satisfaction", *Total Quality Management*, 10(4/5), 602-614.
- Kropp, F., Lindsay, N. ve Shoham, A. (2006). "Entrepreneurial Market and Learning Orientations and International Entrepreneurial Business Venture Performance in South African Firms", *International Marketing Review*, 23 (5), 504-523.
- Lamberti, L. ve Noci, G. (2010). "Marketing Strategy and Marketing Performance Measurement System: Exploring the Relationship", *European Management Journal*, (28), 139-152.
- Lee, D. J., Pae, J. H. ve Wong, Y. H. (2001). "A Model of Close Business Relationship in China (Guanxi)", *European Journal of Marketing*, 35(1/2), 51-69.
- Leitch, S. ve Richardson, N. (2003). "Corporate Branding in the New Economy", *European Journal of Marketing*, 37 (7/8), 1065-1079.
- Leuthesser, L., Kohli, C. ve Suri, R. (2002). "2+2=5? A Framework for Using Co-Branding to Leverage a Brand", *Journal of Brand Management*, 11 (1), 35-47.

- Levinthal, D. A. ve March, J. G. (1993). "The Myopia of Learning", *Strategic Management Journal*, 14 (Winter), 95-112.
- Li, L.L. X. (2000). "Manufacturing Capability Development in a Changing Business Environment", *Industrial Management & Data Systems*, 100 (6), 261-270.
- Li, T. ve Calantone, R., J. (1998). "The Impact of market Knowledge Competence on New product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination", *Journal of Marketing*, 62 (October), 13-29.
- Liu, Y., Su C., L. Y. ve Liu, T. (2009). "Managing Opportunism in a Developing Interfirm Relationship: The Interrelationship of Calculative and Loyalty Commitment", *Industrial Marketing Management*, 39 (5), 844-852.
- Lohmoller, J. B. (1988). "The PLS Program System: Latent Variables Path Analysis with Partial Least Squares Estimation", *Multivariate Behavioural Research*, 23 (January), 125-127.
- Low, G. S. ve Lamb C. W. (2000). "The Measurement and Dimensionality of Brand Associations", *Journal of Product & Brand Management*, 9 (6), 350-368.
- Low, J. ve Kalafur, P. C.,(2002). "Managing Intangibles", *Executive Excellence*, 19 (8), 6-7.
- Macher, J. T. ve Mowery, D. C. (2009). "Measuring Dynamic Capabilities: Practices and Performance in Semiconductor Manufacturing", *British Journal of Management*, 20, 41-62.
- Madhok, A. (1995). "Revisiting Multinational Firm's Tolerance for Joint Ventures: A Trust Based Approach", *Journal of International Business Studies*, 26 (1), 117-137.
- Makadok, R. (2001). "Toward A Synthesis of The Resource-Based View and Dynamic-Capability Views of Rent Creation", *Strategic Management Journal*, 22, 387-401.
- Malhotra, K. N. (2007). *Marketing Research An Applied Orientation*, Pearson Prentice Hall.
- Mavondo, F. T. (1999). "Market Orientation: Scale Invariance and Relationship to Generic Strategies Across Two Countries", *Journal of Market Focused Management*, 4 (1), 125-142.
- Mavondo, F. T. ve Farrell, M. A. (2000). "Measuring Market Orientation: Are There Differences Between Business Marketers and Consumer Marketers", *Australian Journal of Management*, 25 (2), 223-244.
- Mavondo, F. T. ve Rodrigo, E. M. (2001). "The Effect of Relationship Dimension on Interpersonal and Interorganizational Commitment in Organizations Conducting Business Between Australia and China", *Journal of Business Research*, 52 (1), 111-121.
- Mavondo, F., Chimhanzi, J. ve Stewart, J. (2005). "Learning Orientation and Market Orientation Relationship with Innovation, Human Resource Practices and Performance", *European Journal of Marketing*, 39 (11/12), 1235-1263.
- Mcfarland, D. J. ve Hamilton, D. (2006). "Adding Contextual Specificity to the Technology Acceptance Model", *Computer in Human Behaviour*, 22, 427-447.
- Mohr, J. ve Spekman, R. (1994). "Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes Communication Behavior and Conflict Resolution Techniques", *Strategic Management Journal*, 15 (2), 135-152.
- Moore, M. ve Fairhurst, A. (2003). "Marketing Capabilities and Firm Performance in Fashion Retailing", *Journal of Fashion Marketing Management*, 7(4), 386-397
- Moorman C. ve Rust R.,T., (1999). "The Role of Marketing", *Journal of Marketing*, 63 (4): 180-197.
- Moorman, C. ve Slotegraaf, R. J. (1999). "The Contingency Value of Complementary Capabilities in Product Development", *Journal of Marketing Research*, 36 (2), 239-257.
- Morgan N.,A, Zou A., Vorhies D.,W. ve Katsikeas C.,S. (2003). "Experiential and Information Knowledge Architectural Marketing Capabilities and the Adaptive Performance of Export Ventures: A Cross National Study", *Decision Sciences*, 34 (2), 287-321.
- Morgan, R. M. ve Hunt, S. D. (1994). "The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, 58 (July), 20-38.
- Mursitama, T. N. (2006). "Creating Relational Rents: The Effect of Business Groups on Affiliated Firms Performance in Indonesia", *Asia Pacific Journal of Management*, 23 (4), 537-557.

- Muthusamy, S., White, M. ve Carr, A. (2007). "An Emprical Examination of the Role of Social Exchanges in Alliance Performance", *Journal of Management Issues*, 11 (1), 53-75.
- Nasution, H. N. ve Mavondo, F. T. (2008). "Organisational Capabilities: Antecedents and Implications for Customer Value", *European Journal of Marketing*, 42 (3/4), 477-501.
- Nelson, R. R. ve Winter, S. G.,(1982). *An Evolutional Theory of Economic Change*, Belknap Pres, Cambridge, MA.
- Noble, C. H. ve Mokwa, M. P. (1999). "Implementing Marketing Strategies: Developing and Testing a Managerial Theory", 63 (October), 57-73.
- Nooteboom, B. (1996). "Trust Opportunism and Governance: A Process and Control Model", *Organization Studies*, 17 (6), 985-1010.
- O'Sullivan, D. Ve Abela, A.V. (2007). "Marketing Performance Measurement Ability and Firm Performance", *Journal of Marketing*, 71 (April), 79-93.
- Olavarrieta, S. ve Fridmann, R. (1999). "Market-Oriented Culture, Knowledge Related Resources, Reputational Assets and Superior Performance: A Conceptual Framework", *Journal of Strategic Marketing*, 7 (2), 215-228.
- Olins, W. (1990). "The Corporate Search for Identity", *Harvard Business Review*, 68 (5), 153-157.
- Palmatier, R. W., Dant, R. P. ve Grewal, D. (2007). "A Comparative Longitudinal Analysis of Theoretical Perspectives of Interorganizational Relationship Performance", *Journal of Marketing*, 71 (4), 172-194.
- Palmatier, R. W., Dant, R. P., Grewal, D. ve Evans, K. R. (2006). "Factors Influencing the Effectiveness of Relationship Marketing: A Meta Analysis", *Journal of Marketing*, 70 (October), 136-153.
- Papatya, N., (2007). *Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Sağlamada Stratejik Yönetim ve Pazarlama Odağı Kaynak Tabanlı Görüş*, Asil Ya. Ankara.
- Papatya, N., Papatya, G., ve Hamşioğlu, A.,B., (2013). "Hazcı Algılamaların Marka Değeri Boyutlarına Etkisi: Cep Telefonu Markasında Bir Uygulama", 18.Ulusal Pazarlama Kongresi, (Kars 19-23 Haziran), 269-284.
- Park C., S. ve Srinivasan V., (1994). "A Survey Based Method for Measuring and Understanding Brand Equity and Its Extendibility", *Journal of Marketing Research*, 31 (3), 271-288.
- Park, C. W., Jun, S. Y. ve Shocker, A. D. (1996). "Composite Branding Alliances: An Investigation of Extension and Feedback Effect", *Jouurnal of Marketing Research*, 33 (4), 453-466.
- Peteraf, M. A. (1993). "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View", *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179-191.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors Free Pres, New York*.
- Prieto, I. M. (2006b). "Learning Capabilitiy and Business Performance: A Non-Financial and Financial Assessment", *The Learning Organization*, 13 (2/3), 166-185.
- Prieto, I. M. ve Revilla, E. (2006a). "Assessing the Impact of Learning Capabilitiy on Business Performance: Emprical Evidence from Spain", *Management Learning*, 37 (4), 499-522.
- Pringle, C. D. ve Kroll, M. J. (1997). "Why Trafalgar was Won Before it was Fought: Lessons from Resource Based Theory", *Academy of Management Executive*, 11 (4), 73-89.
- Raggion, R. D. ve Leone, R. P. (2007). "The Theoretical Separation of Brand Equity and Brand Value: Managerial Implications for Strategic Planning", *Journal of Brand Management*, 14 (5), 380-395.
- Ray, G., Barney, J. B. ve Muhanna, W. A. (2004). "Capabilities Business Processes and Competitive Advantage: Choosing the Dependent Variable in Emprical Tests of the Resource Based View", *Strategic Managment Journal*, 25 (1), 23-37.
- Reed, R. ve De Fillippi, R. J. (1990). "Causal Ambiguity, Barriers to Imitation and Sustainable Competitive Advantage", *Academy of Management Review*, 15 (1), 88-102.
- Ring, P. S. ve Van de Ven, H. (1992). "Structural Cooperative Relationship Between Organizations", *Strategic Management Journal*, 13 (7), 483-498.

- Roberts, P. W. ve Dowling, G. R. (2002). "Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance", *Strategic Management Journal*, 8 (1), 1077-1093.
- Rokan, A. I. ve Haugland, S. A. (2002). "Developing Relational Exchange Effectiveness and Power", *European Journal of Marketing*, 36 (1/2), 211-230.
- Rosenbloom, R. S. (2000). "Leadership Capabilities and Technological Change: The Transformation of NCR in the Electronic Era", *Strategic Management Journal*, 21 (10/11), 1083-1103.
- Rosenzweig, E. D. ve Roth, A. V. (2004). "Toward a Theory of Competitive Progression: Evidence from High-Tech Manufacturing", *Production and Operations Management*, 13 (4), 354-368.
- Ruekert, R. W. ve Walker, O. C. (1987). "Marketing's Interaction with Other Functional Units: A Conceptual Framework and Empirical Evidence", *Journal of Marketing*, 51 (January), 1-19.
- Rush H., Bessant J. ve Hobday M., (2007). "Assessing the Technological Capabilities of Firms: Developing a Policy Tool", *R&D Management*, 37 (3), 221-236.
- Saa-Perez, P. D. ve Garcia-Falcon, J. M. (2002). "A Resource Based View of Human Resource Management and Organizational Capabilities Development", *International Journal of Human Resource Management*, 13 (1), 123-140.
- Sarkar, MB., Echambadi, R., Cavusgil, S. T. ve Aulakh, P. S. (2001). "The Influence of Complementarity Compatibility and Relationship Capital on Alliance Performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29 (4), 358-373.
- Sarmiento, R., Sarkis, J. ve Byrne, M. (2010). "Manufacturing Capabilities and Performance: A Critical Analysis and Review", *International Journal of Production Research*, 48 (5), 1267-1286.
- Sherehiy, B., Karwowski, W. ve Layer, J. K. (2007). "A Review of Enterprise Agility: Concept Frameworks and Attributes", *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37 (2), 445-460.
- Shetach, A. (2009). "The Four Dimensions Model A Tool for Effective Conflict Management", *International Studies of Management & Organization*, 39 (3), 82-106.
- Sinkula, J. M., Baker, W. E. ve Noordewiew, T. (1997). "A Framework for Market-Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge, and Behavior", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (4), 305-318.
- Sirmon, D. G. ve Hitt, M. (2009). "Contingencies within Dynamic Managerial Capabilities: Interdependent Effects of Resource Investment and Deployment on Firm Performance", *Strategic Management Journal*, 30 (13), 1375-1394.
- Sirmon, D. G. ve Ireland, R. D. (2007). "Managing Firm Resource in Dynamic Environments to Create Value: Looking Inside the Black Box", *Academy of Management Review*, 32 (1), 273-292.
- Song, M., Dyer, B. ve Thieme, R. J. (2006). "Conflict Management and Innovation Performance: An Integrated Contingency Perspective", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (3), 341-356.
- Styles, C. Ve Hersch, L. (2005). "Executive Insights: relationship Formation in International Joint Ventures: Insights from Australian Malaysian International Joint Ventures", *Journal of International Marketing*, 13 (3), 105-134.
- Teece, D. J. (2007). "Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance", *Strategic Management Journal*, 28, 1319-1350.
- Teece, D. J., Pisano, G. ve Shuen, A. (1997). "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509-533.
- Thuy, L. X. ve Quang, T. (2005). "Relational Capital and Performance of International Joint Ventures in Vietnam", *Asia Pacific Business Review*, 11 (3), 389-410.
- Tsai, K. H., Hsieh, M. H. (2009). "How Different Types of Partners Influence Innovation Product Sales: Does Technological Capacity Matter?", *Journal of Business Research*, 62 (12), 1321-1328.
- Tushman, M., Smith, W. K., Wood, R. C., Westerman, G. ve O'Reilly, C. (2006). "Organizational Designs and Innovation Streams", *Harvard Business School Working Paper*, 1-54.
- Urde, M. (1999). "Brand Orientation: A Mindset of Building Brands into Strategic Resource", *Journal of Marketing Management*, 15 (2), 117-133.

- Vargo, S. L. ve Lusch, R. F. (2004). "Evolving to a New Dominant Logic fo Marketing", *Journal of Marketing*, 64 (January), 1-17.
- Venkatraman, V., Ramanujman, V. (1987). "Measurement of Business Economic Performance: An Examination of Method Convergence", *Journal of Management*, 13 (1), 109-122.
- Vorhies, D. W. (1998). "An Investigation of the FactorsLeading to the Development of Marketing Capabilities and Organizational Effectiveness", *Journal of Strategic Marketing*, (6), 3-23.
- Vorhies, D. W. ve Harker, M. (2000). "The Capabilities and Performance Advantages of Market-Driven Firms: An Empirical Investigation", *Australian Journal of Management*, 25 (2), 145-172.
- Vorhies, D. W. ve Morgan, N. A. (2005). "Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage", *Journal of Marketing*, 69 (January), 80-94.
- Voss, K. E., Johson, J. L., Cullen, J. B., Sakano, T. ve Takenouchi, H. (2006). "Relational Exchange in US-Japanese Marketing Strategic Alliances", *International Marketing Review*, 23(6), 610-635.
- Wang, Y., Kandampully, J. A., Lo, H. G. ve Shi, G. (2006). "The Role of Brand Equity and Corporate Reputation in CRM: A Chinese Study", *Corporate Reputation Review*, 9 (3), 179-197.
- Wang, Y., Lo, H. ve Yang, Y. (2004). "The Constituents of Core Competencies and Firm Performance: Evidence from High Technology Firms in China", *Journal of Engineering Technology Management*, 21(3), 249-280.
- Wartick, S. L. (2002). "Measuring Corporate Reputation Definition and Data", *Business & Society*, 41 (4), 371-392.
- Weerawardena, J. (2003). "The Role of Marketing Capability iin Innovation Based Competitive Strategy", *Journal of Strategic Marketing*, 11 (1),15-35.
- Wernerfelt, B. (1984). "The Resource-based View of the Firm", *Strategic Management Journal*, 5 (2): 171-180.
- White S. ve Siu-Yun Lui, (2005). "Distinguishing Costs of Cooperation and Control in Alliances", *Strategic Management Journal*, 26 (10), 913-932.
- Wietz B., A. ve Jap S., D., (1995). "Relationship Marketing and Distribution Channnels", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23 (4), 305-320.
- Wilson, D. T. (1995). "An Integrated Model of Buyer Seller Relationship", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23 (4), 335-345.
- Wright, P. M., Dunfort, B. B. ve Snell, S. A. (2001). "Human Resources and the Resource Based View of the Firm", *Journal of Management*, 27 (6), 701-721.
- Wu, F. ve Cavusgil, T. S. (2006). "Organizational Learnnig, Commitment and Joiint Value Creation in Interfirm Relationship", *Journal of Business Research*, 59 (1), 81-89.
- Youndt, M. A., Snell, S. A., Dean, J. ve Lepak, D. (1996)."Human Resource Management Manufacturing Strategy and Firm Performance", *Academy of Management Journal*, 39 (4), 836-866.
- Zahra, S. A. ve George, G. (2002). "Absorptive Capacity: A Review Reconceptualization and Extension", *Academy of Management Review*, 27 (2), 185-203.
- Zollo, M. ve Singh, H. (1998). "The Impact of Knowledge codificationExperience Trajectories and Integration Strategies on the Performance Corporate Acquisition", *Paper Presented at the Academy of Management Best Paper proceedings*, San Diego, CA.
- Zollo, M. ve Winter, S. G. (2002). "Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities", *Organization Science*, 13 (3), 339-351.
- Zou, S., Fang, E. ve Zhao, S. (2003). "The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: An Investigation of Chinese Exporters", *Journal of International Marketing*, 11(4), 32-55.

Citation: Çağlıyan V. , Gelmez E. , Dilek M.S. (2018), An Examination On The Impact Of Outsourcing On Sustainable Supply Chain And Business Performance, BMIJ, (2018), 6(4): 1379-1394 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.287>

AN EXAMINATION ON THE IMPACT OF OUTSOURCING ON SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN AND BUSINESS PERFORMANCE

Vural ÇAĞLIYAN¹

Emel GELMEZ²

Minenur Sezer DİLEK³

Received Date (Başvuru Tarihi): 12/09/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 19/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ABSTRACT

As a requirement of competitiveness, businesses procure those goods and services which are beyond their own fields of activity from specialized businesses. Based on this requirement, examination of the effect of outsourcing, one of the crucial instruments for businesses in gaining competitive advantage, on sustainable supply chain performance and business performance, is of importance in terms of bringing a point of view on the dimensions of the ongoing competition in sectoral sense and enabling the businesses to assess their own structures. In this context, the effect of outsourcing by businesses operating in food industry in the province of Konya on sustainable supply chain performance and business performance was examined in this study. Structural equation modeling was utilized to analyze the correlation between the variables. While no statistically significant correlation could be determined between outsourcing and sustainable supply chain performance, it was found out that a statistically significant correlation existed between sustainable supply chain performance and business performance as well as between the outsourcing and business performance.

Keywords: Outsourcing; Sustainable Supply Chain Performance; Business Performance; Structural Equation Modeling

JEL Kodları: M11, M19, L25

DIŞ KAYNAK KULLANIMININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK ZİNCİRİ VE İŞLETME PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÖZ

Rekabetçiliğin bir gereği olarak işletmeler kendi faaliyet alanları dışındaki mal ve hizmetleri kendi alanlarında uzman işletmelerden sağlamaktadırlar. Bu gereklilikten hareketle işletmeler açısından rekabetçi üstünlük elde edilmesinde önemli araçlardan birisi olan dış kaynak kullanımının sürdürülebilir tedarik zinciri performansı ve işletme performansı üzerindeki etkisinin incelenmesi sektörel anlamda süren rekabetin boyutlarına bir bakış açısı kazandırması ve işletmelerin kendi yapılarını değerlendirebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada Konya ilinde gıda sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin dış kaynak kullanımının sürdürülebilir tedarik zinciri performansı ve işletme performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi irdelemek amacıyla yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda dış kaynak kullanımı ile sürdürülebilir tedarik zinciri performansı arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiş olmakla birlikte sürdürülebilir tedarik zinciri performansı ve işletme performansı ve ayrıca dış kaynak kullanımı ile işletme performansı arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Kaynak Kullanımı; Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Performansı; İşletme Performansı; Yapısal Eşitlik Modeli

JEL Kodları: M11, M19, L25

¹ Assoc. Prof., Selcuk University, vcagliyan@selcuk.edu.tr

² Dr., Selcuk University, emelgelmez@selcuk.edu.tr

³ Selcuk University, Institute of Social Sciences, minesezerdilek89@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7964-8840>

<https://orcid.org/0000-0002-8774-607X>

<https://orcid.org/0000-0001-6502-882X>

1. INTRODUCTION

In the last thirty years, as a result of the changes in the structure of competition that have occurred both in quantity and quality, the enterprises are now willing to get many products which are not their main field of expertise from other suppliers. In other words, enterprises are outsourcing more and more recently because of getting advance in their products of expertise. In the beginning, products and services obtained via outsourcing were limited to cleaning, food, and security which cannot have direct impact on enterprises' competitiveness. However, over the time, there has been a change in the products and services provided from external sources.

Carrier industries such as automotive are seen to benefit from outsourcing in virtually all kinds of activities, except assembly operations which is the main activity of the industry. Applications such as the transfer of all activities to suppliers including the design of any part and/or system are the sign of a change. In this way, enterprises need to restructure their supply chains in a process where even product design is handed over to suppliers. At this point, the structure of the supply chain formed during the restructuring process must be sustainable at the same time.

This study examines the impact of outsourcing -which has a wide application area by enterprises- on supply chain and business performances. Each variable that is vital to the businesses and forms the basis of this study have a separate working area in the relevant literature. In this context, this study will contribute to the literature because of its design of combining the variables together and the limitation of studies set in this perspective.

2. LITERATURE

2.1. Outsourcing

In a dynamic competitive business environment, enterprises should not behave cumbersome in order to adapt to changing and competitive conditions. Today, strategies that bring the success to enterprises are depending on lean perspective and fast adaptation to changing conditions with this perspective. One of these strategies is to utilize outsourcing which aims increasing organizational downsizing and flexibility by transferring activities other than the core competencies of the company to the other enterprises (Güleş et al, 2012: 121). Outsourcing, which has been recognized as a field of research in many fields from the management of information systems to international affairs (Giustiniano and Clarioni, 2013:

155), has been adopted as a useful management strategy between enterprises and has been widely used by many enterprises.

Outsourcing is defined as the process of providing a specific product or service to a business that called manufacturer, buyer, or customer from a business identified as a supplier or a service provider (Mieghem, 1999: 954- 955). At the same time, Outsourcing Institute defines outsourcing as “a performed activities traditionally dealt with by internal staff” (Sarifuzzaman, 2012: 4).

Lacity (1995: 88) notes that outsourcing is primarily a matter of outsourcing activities that are outside the organization's strategic activities, but require specialization. Outsourcing in this direction is monitoring the supply method for functions which is not core competency for allowing customer enterprise to focus more on their main capabilities (Momme, 2002).

Outsourcing allows businesses to focus their resources and energies on areas where they have profession and best for value creation (Fill and Visser, 2000: 45). Businesses are turning towards outsourcing to reduce or share risk (May, 1998: 139). Therefore, there are many reasons that lead an enterprise to outsourcing. Some of these can be listed as follows (Hila and Dumitraşcu, 2014: 331).

- To advance external suppliers' abilities,
- To use resources for other purposes of businesses,
- Reduction and control of operating costs,
- Infusion of cash by selling assets to provider,
- Decrease the risk,
- Lack of internal resources,
- The need to focus more on the core activities of the business,
- Scale economies,
- Benchmarking.

Overall, the most important reason for businesses choosing outsourcing is that small businesses have the resources and the capacity to provide competitive advantage while meeting priority and supportive activities. By developing a few basic competencies, an enterprise will increase their chance of providing a continuous competitive advantage. Addition to this, the activities that the enterprises should perform are provided via outsourcing will allow enterprise to concentrate fully on the core competencies of the business (Aydm,

2016: 67). Outsourcing in this framework is not only seen as a means of reducing costs, but also emphasizes the transfer of intellectual capital (Giustiniano and Clarioni, 2013: 156).

2.2. Sustainable Supply Chain and Business Performance

Supply chain management has become one of the main tools of businesses day-to-day operations to control costs and improve economic performance (Hong et al., 2018: 3508). Supply chain management requires the efficient use of internal and external supplier capabilities and technology as well as to create best coordinated supply chain. In this way, it is ensured that intra-company competition is transferred to supply chain competition and finally to business performance (Mariadoss et al., 2016: 3406). At the same time, supply chain management facilitates integration between customer base, distribution network, in-house and supply-based activities. Supply chain management practices have a major impact on organizational performance, sustainability performance and how they are perceived by external stakeholders (Bastas and Liyanage, 2018: 727).

Sustainability which is considered as the main component of the competitive advantage (Zhang et.al., 2018: 206), has become a very important concept both in today's business world and in the broader segments of society (Carte ve Easton, 2011: 46). While Sustainable Supply Chain Management manages the flow of materials, information and capital through a supply chain and the business associations of companies on the chain, based on the sustainable development expectations of stakeholders and customers, it also presents objectives and achievement for three different dimensions (economic, environmental and social) of sustainable development (Seuring and Müller, 2008: 1700). While the discussion on sustainable supply chain management continues, there is a general agreement on some basic definitions. Sustainability is regarded as a normative concept as to how people should behave towards the natural environment and how they carry responsibility for each other and for future generations (Zhang et al., 2018: 207).

Sustainable Supply Chain Management is defined as a set of management practices that include the necessity of environmental impacts, to take into account all the stages in the value chain for each product, and a multidisciplinary flow that covers the entire product life cycle (Gupta, 2011: 235). Sustainable supply chain analysis allows identification of misunderstandings between budgeting resource and consumer choice (Gomez-Luciano et al., 2018: 312).

In recent years, using the concept of sustainability in the context of supply chain management has gained great importance. Measuring, developing and forwarding the sustainability performance of an enterprise's supply chain has become essential for the identification of objectives and future action plans (Saeed and Kersten, 2017: 1). In this context, as in most business activities, sustainable supply chain management is used to achieve specific performance targets for businesses (Beske-Janssen et al., 2015: 665).

3. METHODOLOGY

This part of the study will provide information on the purpose, hypothesis, methodology and findings of the field survey conducted.

3.1. Research Methodology and Sampling

The main purpose of the study is to examine the outsourcing activities of enterprises on sustainable supply chain performance and business performance in the food industry. Survey method is used as data collection tool and the universe of the study is defined as food enterprises operating in Konya. There are 867 businesses registered in the Konya Chamber of Commerce under these features. Businesses need to be of a certain size to be able to have a supply chain structure and be able to apply for outsourcing. In this framework, enterprises with less than 10 employees are excluded from the scope of the research. According to the records of the Konya Chamber of Commerce, there are a total of 300 enterprises with this condition and these enterprises have been determined as the main mass of the research.

The study is carried out through a sample that will represent the main mass of the research because of reaching the whole mass can be timely and costly. In the determination of the sample size, the table of possible sample size from a certain mass prepared by Yazicioglu and Erdoğan (2004: 50) is taken as a reference. In this context, for a main mass of 500 enterprises, ± 0.10 sampling error; $p = 0.5$ (the observation rate of X in the main mass) and $q = 0.5$ (the unobserved ratio of X in the host) the determined sample size is 81. If the main mass is including 100 enterprises, the sample size becomes 49. During the data collection process (June-December 2016) 120 questionnaires were obtained and sample size obtained showed the representative power of the main mass. Sampling method was preferred in determining the participants included in the survey. Sampling method is a favourable method for this kind of studies because of its quick access to the database (Nakip, 2013:227).

The survey form used in the research consists of two parts. In the first part, there are questions aiming to determine the demographic characteristics of the participants. In the

second part, information on sustainable supply chain performance, outsourcing levels and business performance are included.

In order to measure sustainable supply chain performance of business, the scale developed by Zailani et al. (2012) was used. The scale consist of 14 questions and four dimensions. In the 5-point Likert type expressions, 1 represents “not at all”, 5 represents “definitely like that”.

In order to measure the outsourcing levels of the enterprises, a scale compiled from the activities evaluated by the outsourced enterprises in various studies (Karahana 2009 and Öz 2011) was utilized. A total of 17 areas of activity were used for outsourcing in the scale. Scale is a 5-point Likert-type and meaning 1 is “never used” and 5 is “used at a very high level”.

In order to measure the business performance, the scale (consisting 6 questions and two dimensions) used by Alpay et al. (2008) and Erdirençelebi (2012) was utilized. The Scale is a 5-point Likert-type scale, meaning 1 is “I do not agree” and 5 is “strongly agree”.

3.2. Research Hypotheses

A conceptual model has been developed in accordance with the purpose of the study and hypotheses are given on this model. The conceptual model and hypotheses of the research are shown in Fig. 1.

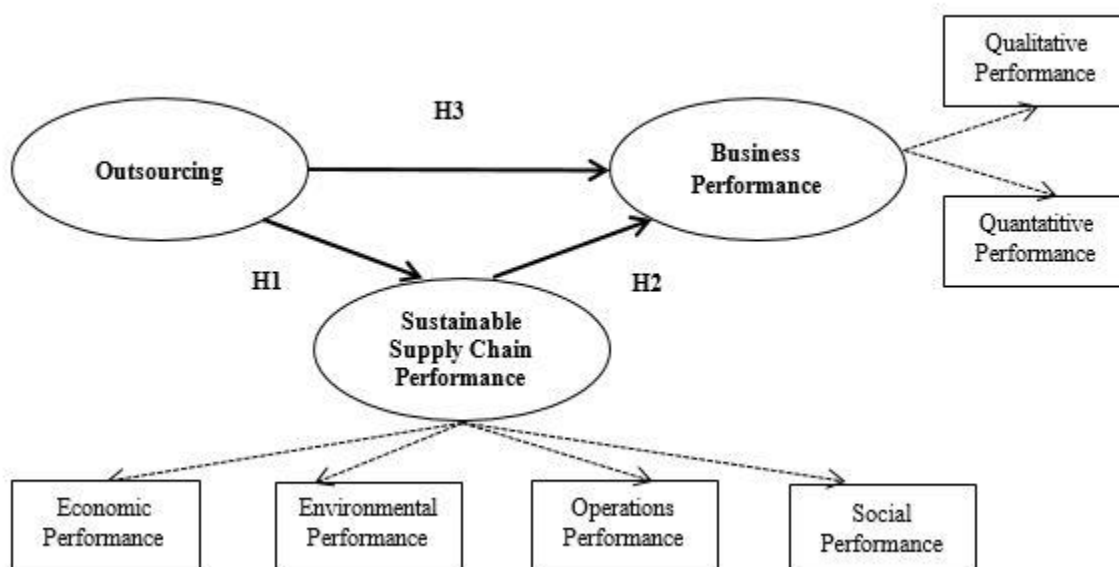


Figure 1. The Conceptual Model and Hypotheses of the Research

The research hypotheses illustrated in Figure 1 are as follows:

Hypothesis 1: There is a relationship between outsourcing and sustainable supply chain performance.

Hypothesis 2: There is a relationship between sustainable supply chain performance and business performance.

Hypothesis 3: There is a relationship between outsourcing and business performance.

4. FINDINGS

4.1. Information about Sample Enterprises

According to enterprises details, 50.8% (total of 61) of the enterprises operate international, 33.3% (total of 40) are regional and 15.8% (total of 19) operate nationally. When looking at the operating life of the enterprises, 29,3% of them are running over 31 years, 17,2% of them are running between 11-15 years, 13,8% of them are running between 6-10 years and 13,8% of them are running between 26-30 years, 10,3% are running between 21-25 years, 7,8% are running between 16-20 years and 7,8% are running between 1-5 years.

4.2. Analysis of Data

Structural Equation Modelling (SEM) was used to test the conceptual model of the research. SEM is a common testing method for models that can identify the causal relationship between variables and allows the theoretical models to be tested as a whole (Ayyıldız et al., 2006). The program of SPSS-Amos 18.0 was used to perform SEM analysis. Before the SEM analysis, the Exploratory Factor Analysis-EFA was carried out to investigate whether the scales' factor loads carry the dimensions stated in the literature. For this, SPSS-22 statistical package program was used.

4.2.1. Exploratory Factor Analysis

In the analysis of the research model, reliability analysis and exploratory factor analysis (EFA) were performed first.

Before examining the research model by structural analysis, by EFA, the dimensionality of the variables was investigated and the internal consistency (reliability) of the dimensions was examined. In Table 2, the Cronbach Alpha (α) values for each dimension on the scales and the variance explained (VE) in each dimension are indicated in parentheses. In addition, factor loads and other values for each statement of dimensions are also shown. For the calculation of factor loads for all scales in EFA, the Varimax Rotation Technique was

applied, and the conditions of the Eigen Values of the factors to be greater than 1 and factor loads greater than 0.50 are sought in the results. For reliability analysis, Cronbach Alpha values should be equal to or greater than 0.70. Prior to EFA, the total correlations of the items were assessed to improve the reliability of the scales, and the Bartlett Chi-Square Test for Sphericity values were calculated to test the appropriateness of the sample size to the factor analysis and the fit of KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) values and the data to the factor analysis. The conditions of KMO value is greater than 0.60 and Chi-Square value is significant are sought.

Table 2. Results of Exploratory Factor Analysis

Scale	Dimensions	Items	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Sustainable Supply Chain Performance*	Operations	Ability to fulfil perfect order (complete, without any delays and damage free)	0,718		
		Ability to quickly respond to changes to competitors product offerings	0,737		
		Numbers of days for a supply chain to respond to plan, source, make and deliver unexpected demand variations.	0,814		
		Ability to reduce manufacturing operating cost	0,798		
		Inventory days of supply/inventory turnover rate (Numbers of days cash is tied up in inventory)	0,842		
	Economic	Significant improvement in terms of resources management efficiency			0,863
		Significant improvement in terms of sales and market share			0,907
	Social	Significant improvement in product image			0,858
		Significant improvement in its image in the eyes of its customer			0,843
		Eigen Value	4,282	1,358	1,069
		Variance Explained	35,986	19,613	18,940
		Total Variance Explained			75,540
		Cronbach's Alpha	0,876	0,800	0,758
	N=120 ; KMO=0,813; Bartlett Sph. Test Chi-Square=486,057, p<0,001; Factor Loads ≥ 0,50; Scale α=0,857				
Business Performance	Qualitative Performance	The quality of goods / service has increased.	0,829		
		Skill of new product development has increased.	0,841		
		Internal / external customer satisfaction has increased.	0,808		
	Quantitative Performance	Sales have increased		0,858	
		Market share has increased		0,886	
		The return of the investment was occurred as planned.		0,704	
		Eigen Value	3,268	1,163	
		Variance Explained	38,313	35,530	
		Total Variance Explained		73,843	
		Cronbach's Alpha	0,815	0,812	
N=120 ; KMO=0,782; Bartlett Sph. Test Chi-Square=239,540, p<0,001; Factor Loads ≥ 0,50; Scale α=0,831.					
Outsourcing**		Logistics	0,685		
		Communication	0,757		
		Staffing	0,902		
		Training Activities	0,724		
		Management Activities	0,835		
		Administrative Activities	0,829		
		Eigen Value	3,766		
		Total Variance Explained	62,767		
		Cronbach's Alpha	0,879		
	N=120 ; KMO=0,829; Bartlett Sph. Test Chi-Square=405,455, p<0,001; Factor Loads ≥ 0,50.				

* The Sustainable Supply Chain Performance scale consists of 14 items. As a result of the reliability analysis carried out, 3 items related to the environmental dimension and 1 item each related to the economic and social dimension were subtracted from the scale when the cronbach's alpha values were less than 0.70 and the total correlation values for each items were below 0,50.

** Outsourcing scale consists of 17 items. As a result of the reliability analysis, 11 items were subtracted from the scale because of the cronbach's alpha values were less than 0.70 and the item total correlation values were below 0,50.

4.2.2. Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory Factor Analysis (CFA) was used to validate the factors identified in EFA and to test the reliability and validity of the scale. CFA calculates some values showing the statistical significance and compatibility of the proposed model.

Table 3. Confirmatory Factor Analysis Results for Scales

Scale	Dimensions	Items	Standardized Regression Weight	t	p
Sustainable Supply Chain Performance	Operations (ρ_{η} =0,876 V.E=0,588)	Ability to fulfil perfect order (complete, without any delays and damage free)	0,719	8,223	<0,001
		Ability to quickly respond to changes to competitors product offerings	0,711	8,115	<0,001
		Numbers of days for a supply chain to respond to plan, source, make and deliver unexpected demand variations.	0,771	8,955	<0,001
		Ability to reduce manufacturing operating cost	0,82	9,641	<0,001
		Inventory days of supply/inventory turnover rate (Numbers of days cash is tied up in inventory)	0,807	-	
	Economic (ρ_{η} =0,821 V.E=0,702)	Significant improvement in terms of resources management efficiency	0,961	4,194	<0,001
		Significant improvement in terms of sales and market share	0,694	-	
	Social (ρ_{η} =0,758 V.E=0,611)	Significant improvement in product image	0,766	5,850	<0,001
		Significant improvement in its image in the eyes of its customer	0,797	-	
	Business Performance	Qualitative Performance (ρ_{η} =0,824 V.E=0,613)	The quality of goods / service has increased.	0,904	-
Skill of new product development has increased.			0,707	7,745	<0,001
Internal / external customer satisfaction has increased.			0,723	7,916	<0,001
Quantitative Performance (ρ_{η} =0,813 V.E=0,593)		Sales have increased	0,815	-	
		Market share has increased	0,764	7,700	<0,001
		The return of the investment was occurred as planned.	0,729	7,449	<0,001
Outsourcing	(ρ_{η} =0,878 V.E=0,552	Logistics	0,534	-	
		Communication	0,678	7,340	<0,001
		Staffing	0,927	6,153	<0,001
		Training Activities	0,721	4,984	<0,001
		Management Activities	0,780	5,773	<0,001
		Administrative Activities	0,764	6,308	<0,001

In table 3, the values of all scales and their standardized loads, t values and significance levels corresponding to t values are given. Additionally, the structural reliability (ρ_{η})⁴ and variance explained (VE)⁵ values of each scale are given in parentheses. The reliability of the structure should be greater than 0.70 whereas the variance explained should be above the value of 0.50 (Fornell and Larcker, 1981: 45-46; Hair et al., 1998: 612). When the tables are examined, it can be seen that the reliability values of each scale are greater than

⁴ ρ_{η} : Structure reliability = $(\sum \text{standardized reg. weight})^2 / (\sum \text{standardize reg.})^2 + \sum \text{measurement errors}$

⁵ VE: Explained Variance = $\sum (\text{standardize reg. weight.}^2) / \sum (\text{standardize reg. weight.}^2) + \sum \text{measurement errors}$. These formulas are used.

0.70 and the variances explained are also higher than 0,50. The t values corresponding to the standardized loads of the items representing each scale were statistically significant. In this context, same results identified in the EFA were also identified in the CFA within each of the three scales.

Table 4. Compliance Measures for Confirmatory Factor Analysis

Compliance Analysis	Good Compliance	Acceptable Compliance	Sustainable Supply Chain Performance	Outsourcing Activities	Business Performance
χ^2			41,637	3,490	15,756
df			24	4	8
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 3$	≤ 5	1,735	0,873	1,969
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,94$	0,925	0,990	0,958
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,89$	0,860	0,947	0,891
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,94$	0,917	0,992	0,948
RFI	$0,90 \leq RFI \leq 1$	$0,85 \leq RFI \leq 0,89$	0,876	0,968	0,902
IFI	$0,90 \leq IFI \leq 1$	$0,85 \leq IFI \leq 0,89$	0,963	1	0,974
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,96$	0,962	1	0,973
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,079	0,000	0,090

χ^2 :Chi-square, df:degrees of freedom, GFI=Goodness Of Fit Index, AGFI: Adjusted Goodness of Fit Index, NFI: Normed Fit Index, RFI: Relative Fit Index, IFI:Incremental Fit Index, CFI: Comperative Fit Index, RMSEA: RootMeanSquareError of Approximation, Anderson and Gerbing 1984, Cole 1987, Marsh and Hocevar 1988, Schermelleh-Engel et al. 2003, Haşlamam 2005, Çakır and Çakır 2007, Tezcan 2008, Eminoğlu and Nartgün 2009.

When Table 4 is examined, the variables of the structural model and the results of the compliance measures related to these variables show that the dimensions are consistent with the data and they are also statistically valid and meaningful.

4.2.3. Results of Structural Equation Analysis

After verification of the main variables of the research model, in the testing process of the structural model, in other words the hypotheses, SEM was carried out. Before evaluating the relations on conceptual model, necessity is given in determination of the model's significance and validity statistically. Compliance measurements of CFA are given in Table 5 below.

Table 5. Structural Model Compliance Analysis

Compliance Analysis	Good Compliance	Acceptable Compliance	Model Proposed
χ^2			59,145
df			37
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 3$	≤ 5	1,599
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,94$	0,922
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,89$	0,861
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,94$	0,906
RFI	$0,90 \leq RFI \leq 1$	$0,85 \leq RFI \leq 0,89$	0,860
IFI	$0,90 \leq IFI \leq 1$	$0,85 \leq IFI \leq 0,89$	0,963
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,96$	0,961
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,071

χ^2 :Chi-square, df:degrees of freedom, GFI=Goodness Of Fit Index, AGFI: Adjusted Goodness of Fit Index, NFI: Normed Fit Index, RFI: Relative Fit Index, IFI:Incremental Fit Index, CFI: Comperative Fit Index, RMSEA: RootMeanSquareError of Approximation,

Anderson and Gerbing 1984, Cole 1987, Marsh and Hocevar 1988, Schermelleh-Engel et al. 2003, Haşlamam 2005, Çakır and Çakır 2007, Tezcan 2008, Eminoğlu and Nartgün 2009.

In table 5, the results of the compliance values of the structural model show that the developed conceptual model is consistent with the data and that the model is statistically valid and significant. In this context, to be able to evaluate the hypotheses given in the research model, proposed model has met the validity requirements.

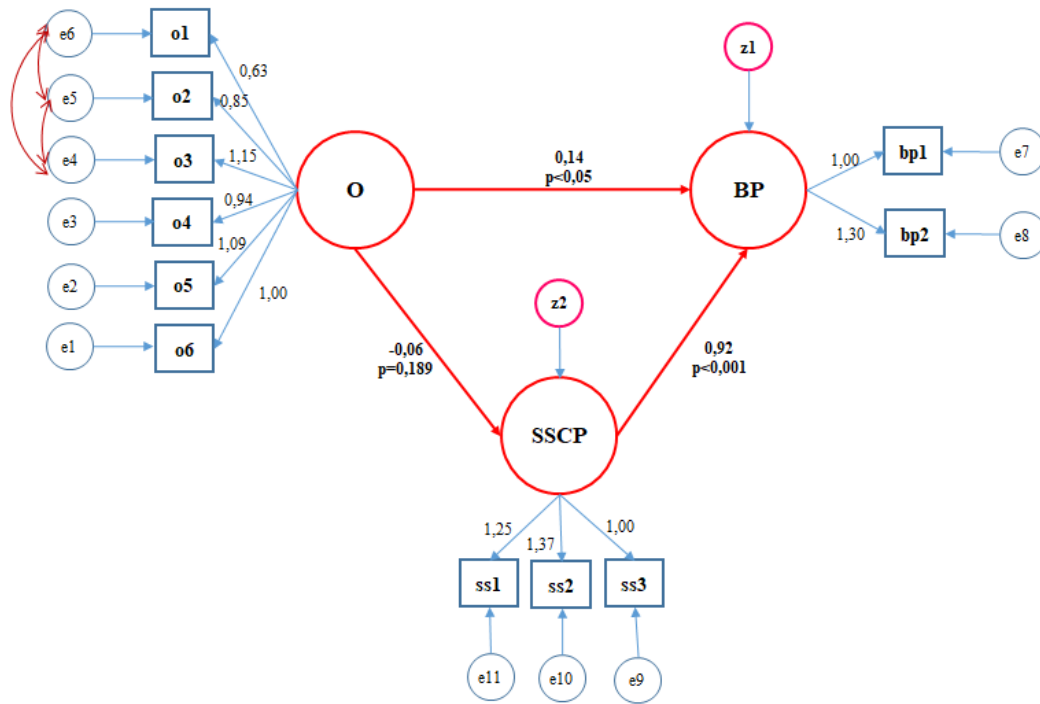


Figure 2. Results of SEM Analysis on Conceptual Model

The information in Figure 2 can be summarized as in Tables 6 and 7.

Table 6. Results of SEM Analysis on Conceptual Model

Scale	Item	Standard Estimate	Standard Error	t*
Sustainable Supply Chain Performance	Operations	1,250	0,246	5,092
	Economic	1,373	0,259	5,299
	Social	1,000	-	-
Business Performance	Qualitative Performance	1,000	-	-
	Quantitative Performance	1,300	0,240	5,423
Outsourcing	Logistics	0,630	0,101	6,246
	Communication	0,630	0,101	6,246
	Staffing	1,147	0,106	10,809
	Training Activities	0,940	0,116	8,106
	Management Activities	1,085	0,120	9,029
	Administrative Activities	1,000	-	-

*: p<, 001 for all t values

Table 7. Hypothesis Test Results

Hypothesis	Std. Estimate	Std. Error	t	p	Result
There is a relationship between outsourcing and sustainable supply chain performance.	-0,061	0,047	-1,313	0,189	Rejected
There is a relationship between sustainable supply chain performance and business performance.	0,919	0,223	4,113	<0,001	Accepted
There is a relationship between outsourcing and business performance.	0,137	0,044	3,133	<0,05	Accepted

When Figure 2, Tables 6 and 7 are evaluated together, the correlation coefficient between outsourcing and sustainable supply chain performance is -0,061 and p value is 0,189. These results do not support the hypothesis 1 which says “There is a positive relationship between outsourcing and sustainable supply chain performance”.

The correlation coefficient between sustainable supply chain performance and business performance is 0,919 and p value is <0,001. According to these results, the hypothesis 2 as “There is a positive relationship between sustainable supply chain performance and business performance” is accepted.

The correlation coefficient between outsourcing variable and business performance is 0,137 and p value of significance level is <0,05. Therefore, the hypothesis 3 as “There is a positive relationship between outsourcing and business performance” is also accepted.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

This study was conducted to determine the relationship between outsourcing, sustainable supply chain performance and business performance on 120 companies registered in the Konya Chamber of Commerce operating under industry in Konya.

First of all, in order to determine the accuracy of the hypotheses proposed, a conceptual model has been developed. The reliability of the scales used in this conceptual model was tested and exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were also performed.

As the result of the analysis, relationship was not identified between outsourcing and sustainable supply chain performance. On the other hand, there is relationship between sustainable supply chain performance and outsourcing as well as sustainable supply chain performance and business performance.

Supply Chain Management is a business function that aims to manage and coordinate activities on the supply chain that link suppliers, internal departments, distributors, customers and information systems. It is a management system that covers the entire raw materials

supply, production, storage, marketing, order management, distribution and customer delivery activities a product from the process of its source to the end user. It is necessary for managers to perform their supply chain activities in the best way and to restructure the supply chain in order to be sustainable. Using outsourcing, managers can increase their revenues because of the competitive advantage, and they can also get more shares in the market due to their service quality and this can increase their revenue and turnover as a whole.

There are some limitations in this study. The most important of these are time and financial resource constraints. This study has been carried out on the food enterprises registered in Konya Chamber of Commerce and operating in Konya. The results cannot be generalized for the whole country or province because of the sample size. However, further studies can be conducted on different samples and in different sectors. Moreover, comparative studies on different sectors can also contribute well to the literature.

REFERENCES

- Alpay, G., Bodur, M., Yılmaz, C., Çetinkaya, S. & Arıkan, L. (2008). Performance Implications of Institutionalization Process in Family-Owned Businesses: Evidence From an Emerging Economy. *Journal of World Business*, 43, 435-448.
- Altuntaş, C. & Türker, D. (2012). Sürdürülebilir Tedarik Zincirleri: Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 39-64.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49, 155-173.
- Aydın, N. (2016). Dış Kaynak Kullanım Nedenleri ve Uygulamalar. *ABMYO Dergisi*, 41, 61-79.
- Ayyıldız, H., Cengiz, E. & Ustasüleyman, T. (2006). Üretim ve Pazarlama Bölüm Çalışanları Arası Davranışsal Değişkenlerin Firma Performansı Üzerine Etkisine İlişkin Yapısal Bir Model Önerisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, Sayı 17.
- Bastas, A. & Liyanage, K. (2018). Sustainable supply chain quality management: A systematic review, *Journal of Cleaner Production*, 181, 726-744.
- Beske-Janssen, P., Johnson, M.P & Schaltegger, S. (2015). 20 years of performance measurement in sustainable supply chain management-what has been achieved?. *Supply Chain Management: An International Journal*, 20(6), 664-680.
- Beske-Janssen, P., Johnson, M.P. & Schaltegger, S. (2015). 20 years of performance measurement in sustainable supply chain management – what has been achieved?. *Supply Chain Management: An International Journal*, 20(6), 664-680.
- Carte, C.R. & Easton, P.L. (2011). Sustainable supply chain management: evolution and future directions, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(1), 46-62.
- Cole, D. A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55, 1019-1031.
- Çakır, V. & Çakır, V. (2007). Televizyon Reklamlarının Algılanan Değeri ve Reklam Tutumu İlişkisi: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 37-59.
- Eminoğlu, E. & Nartgün, Z. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Akademik Sahtekarlık Eğilimlerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), s.215-240
- Erdirencelebi, M. (2012). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmanın Gerçekleşmesi İle Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Kuşaklar Arası Farklılıklar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya*.
- Fill, C. & Visser, E. (2000). The Outsourcing Dilemma: A Composite Approach to the Make or Buy Decision”, *Management Decision*. 38(1), s.43-50.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *J. Mark. Res.*, 18(1), 39-50.
- Giustiniano, L. & Clarioni, G. (2013). The Impact of Outsourcing on Business Performance: An Empirical Analysis. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 9(2), 153-168.
- Gomez-Luciano, C.A., Dominguez, F.R.R., Gonzalez-Andres, F. & Meneses, B.U.L.D. (2018),
- Gupta, S. & Palsule-Desai, O.D. (2011). Sustainable supply chain management: Review and research opportunities, *IIMB Management Review*, 23, 234-245.
- Güleş, H.K., Paksoy, T, Bülbül, H. & Özceylan, E. (2012). Tedarik Zinciri Yönetimi: Stratejik Planlama, Modelleme ve Optimizasyon, *Gazi Kitabevi: Ankara*.
- Hair JF, Andreson RE, Tahtam RL & Black CW (1998). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition Prentice-Hall International Inc. New Jersey.
- Haşlamam, T. (2005). Programlama Dersi İle İlgili Özdüzenleyici Öğrenme Stratejileri İle Başarı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.

- Hila, C.M. & Dumitraşcu, O. (2014). Outsourcing Within A Supply Chain Management Framework, Proceedings of the 8th International Management Conference “Management Challenges for Sustainable Development”. November 6th-7th, 2014, Bucharest, Romania, 328-336.
- Hong, J., Zhang, Y. & Ding, M. (2018). Sustainable supply chain management practices, supply chain dynamic capabilities, and enterprise performance. *Journal of Cleaner Production*, 172, 3508-3519.
- Karahan, A. (2009). Dış Kaynak Kullanımının Verimlilik Üzerine Etkisi Hastane Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 185-199.
- Lacity, M.C., Willcocks L.P. & Feeny, D. F. (1995). IT Outsourcing: Maximize Flexibility and Control. *Harvard Business Review*, May-June, 84-93.
- Linton, J.D., Klassen, R. & Jayaraman, V. (2007). Sustainable supply chains: An introduction. *Journal of Operations Management*, 25, 1075 -1082.
- Mariados, B.J., Hong, J., Zhang, Y. & Ding, M. (2016). Influences of Firm Orientations on Sustainable Supply Chain Management . *Journal of Business Research*, 69, 3406–3414.
- Marsh, H. W. & Hocevar, D. (1988). A New, More Powerful Approach to Multitrait-Multimethod Analyses: Application Of Second-Order Confirmatory Factor Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 73 (1), 107-117.
- May, A.S. (1998). Business Process Outsourcing: A New Test Of Management Competence. *Career Development International*, 3(4), 136-141.
- Mieghem, J.A. (1999). Coordinating investment, production and subcontracting. *Management Science*, 45 (7), 954-971.
- Momme, J. (2002). Framework for outsourcing manufacturing: Strategic and operational implications. *Computers in Industry*, 49, 59-75.
- Nakip, M. (2013). Pazarlamada Araştırma Teknikleri SPSS Uygulamalı, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık.
- Öz, M. (2011). Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanımı ve Üçüncü Parti Lojistik İşletmelerinin Firmaların Pazarlama Tabanlı Temel Yeteneklerini Oluşturmada ve Müşteri Değerini Arttırmadaki Rolü. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- Saeed, M.A. & Kersten, W. (2017). Supply chain sustainability performance indicators-a content analysis based on published standards and guidelines. *Logistics Research*, 10(12), 1-19.
- Saeed, M.A. & Kersten, W. (2017). Supply chain sustainability performance indicators - a content analysis based on published standards and guidelines. *Logistics Research*, 10 (12), s. 1-19.
- Sarifuzzaman, M. (2012). Impact of Outsourcing on Company Performance: Study on a Local Public Limited Company in Bangladesh. Dhaka, Bangladesh: Institute of Governance Studies, BRAC University.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16 (15), 1699-1710.
- Sustainable supply chain management: Contributions of supplies markets, *Journal of Cleaner Production*, 184, 311-320.
- Tezcan, C. (2008). Yapısal Eşitlik Modelleri. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zailani, S., Jeyaraman, K., Vengadasan, G. & Premkumar, R. (2012). Sustainable supply chain management (SSCM) in Malaysia: A survey. *Int. J. Production Economics*, 140, 330-340.
- Zhang, M., Tse, Y.K., , Doherty, B., Li, S. & Akhtar, P. (2018). Sustainable supply chain management: Confirmation of a higher-order model. *Resources, Conservation and Recycling*, 128, 206-221.

Citation: Selimoğlu S. & Saldı M.H. (2018), Küresel Bir Bakış Açısıyla Türkiye’de İç Denetimin Gelişimi, BMIJ, (2018), 6(4): 1395-1416 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.387>

KÜRESEL BİR BAKIŞ AÇISIYLA TÜRKİYE’DE İÇ DENETİMİN GELİŞİMİ

Seval Kardeş SELİMOĞLU¹

Mustafa Hakan SALDI²

Received Date (Başvuru Tarihi): 27/11/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 16/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı, iç denetimin Türkiye’deki gelişimini gözlemlerken, aynı zamanda iç denetim mekanizmalarının küresel boyutta geçirdiği evrelerle de bu gelişimin etkileşimini incelemektir. Bu nedenle, akademisyenlerin, enstitülerin (İİA), iç denetim işini fiilen yapan kişilerin ve kurumların literatüre farklı açılardan bakmalarını sağlaması ve teori ile uygulama kapsamındaki faaliyetleri karma bir şekilde değerlendirmesi bakımından, çalışma ayrı bir önem taşımaktadır. Küresel ölçekteki iç denetim faaliyetlerinin dünden bugüne nasıl şekillendiği, temel nedenler ve varsayımlar ile yapılan literatür incelemelerinin ışığında derinlemesine bir yaklaşım ile araştırılmıştır. Örneğin, tarihte iç denetim faaliyetlerinin kökleri milattan önce üç bin beş yüz yılına kadar uzanmaktadır. Öte yandan, iç denetimin Türkiye’deki geçmişi ise, on altıncı yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu’nun muhasebe kayıtlarını kontrol etmesine kadar dayanmaktadır. Daha sonraları, 1860 yılında Osmanlı İmparatorluğu’nda Mektup ve Telgraf Hizmetleri için ilk denetim birimi kurulmuştur. Sonuçta, Türkiye, son yıllarda pek çok alanda bir değişim ve gelişim süreci içine girmiş ve özellikle mali sistem alanında gelişmiş ülke düzeyine ulaşabilmek için gerekli yasal ve yapısal değişimleri gerçekleştirmek için büyük çaba sarf etmektedir. Bu durum, iç denetim alanında da sonuçlarını göstermiş ve iç denetim mevzuatında ve uygulamalarında önemli değişimler olmuştur. Özellikle, 2000’li yılların başında itibaren Türkiye, uluslararası alanda meydana gelen bu değişimlere ayak uydurmak ve değişimleri ulusal düzeye adapte etmek için, kurumlar seviyesinde iç denetim standartları geliştirmiş ve bu çerçevede yasal düzenlemelere gidilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç Denetim; Uluslararası İç Denetçiler Enstitüsü; Türkiye; 5018 Sayılı Yasa

Jel Kodları: M42, M48

THE DEVELOPMENT OF INTERNAL AUDIT IN TURKEY FROM A GLOBAL PERSPECTIVE

ABSTRACT

The main goal of this study is to observe the development of internal control in Turkey while also examining the interaction of this development through the phases of internal auditing mechanisms in the global dimension. Therefore, this study, in terms of ensuring that academics, institutes, individuals who actually do internal auditing profession and corporations, see the different perspectives of literature and evaluate the activities within the scope of both theory and practice in a mixed manner, has a distinct importance. It has been investigated with an in-depth approach in the light of the literature review, based on the fundamental reasons and assumptions of how internal audit activities were formed on a global scale from past to today. For example, the roots of internal auditing activities date back to three thousand five hundred years BC. On the other hand, the history of internal control in Turkey is based on the control of the accounting records of Ottoman Empire in sixteenth century. Later, in 1860, the first audit unit was established for the letter and telegraph services in Ottoman Empire. As a result,

¹Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman ABD Öğretim Üyesi sselimoğlu@anadolu.edu.tr
<http://orcid.org/0000-0003-1185-9980>

²Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Doktora Programı Öğrencisi, hamusaldi@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-5043-4606>

in recent years, Turkey has entered into a change and development in many fields and is making great efforts to realize the necessary legal and structural changes in order to achieve the level of advanced country especially in the fiscal system. This situation also demonstrated the results in the internal audit field and there have been significant changes in internal audit legislation and applications. In particular, from the beginning of 2000s, Turkey developed internal auditing standards at the level of institutions to adapt to these changes that occurred internationally and adapted the changes to the national level and in this context the legal Regulations.

Keywords: Internal Audit; IIA; Turkey; Law Numbered 5018

Jel Kod: M42, M48

1.GİRİŞ

Çalışmada iç denetimin tarihsel gelişimi konusu Türkiye ve küre bazındaki süreçler ile ilişkilendirilerek incelenmiştir. Geçmişte gerçekleştirilen çalışmaların konuları, hem yabancı hem de ulusal kaynaklardan elde edilen bulgular doğrultusunda araştırmanın literatür incelemesi kısmında tablolar ile gösterilmiştir. Üçüncü bölümde, iç denetim kavramının ortaya çıkmasında hangi faktörlerin ve ihtiyaçların rol oynadığını keşfetmek amacıyla uluslararası çalışmalar detaylı bir biçimde süzgeçten geçirilerek neden sonuç analizleri yapılmıştır. Dördüncü bölümde ise iç denetimdeki küresel gelişmelerin Türkiye'yi nasıl etkilediği açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma yapılırken Türkiye'de iç denetimin geçirdiği evreler özellikle yasal çerçeve içinde gerçekleşen gelişmeler ile desteklenmiştir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Öncelikle, iç denetimin gelişimini değerlendirmeye alan akademik çalışmaların incelenmesi, iç denetimin kapsamını ve var oluşunu algılamada destekleyici rol oynamaktadır. İç denetimin tarihsel gelişimi ile ilgili yapılan akademik ve profesyonel yayınların sınırlı miktarda olduğu yapılan literatür çalışmasından da anlaşılmaktadır.

Konuyla ilgili uluslararası olarak yapılmış teorik çalışmalara ait bilgiler şu şekildedir;

Tablo 1: Küresel Ölçekte İç Denetimin Tarihsel Gelişimi Üzerine Yapılan Araştırmalar

YAZAR VE YIL	MAKALE ADI	KONU KAPSAM	SONUÇ
Lee(1971)	The Historical Development of Internal Control from the Earliest Times to the End of the Seventeenth Century(İç Kontrolün Tarih Öncesi Zamanlardan On yedinci Yüzyıla Kadarki Gelişimi)	İç denetimin milattan öncelere kadar uzanan geçmişi en kapsamlı biçimde açıklanmış ve 17. yüzyılın sonuna kadar geçirdiği evreler konu alınmıştır.	İç denetimin tarihsel gelişiminde rol oynayan eski medeniyetlerin yaklaşımları günün işletmelerine önemli birer bakış açısı sağlamıştır.
Boockholdt(1983)	A Historical Perspective On The Auditor's Role: The Early Experience Of The American Railroads(Tarih Perspektifinden Denetçinin Rolü: Amerikan Demiryolları Örneği)	İç denetim mesleğinin Birleşmiş Milletler'deki orijinleri incelenmektedir.	Denetim fonksiyonunun gelişimi 19. yüzyıl ortalarında Amerikan demiryollarındaki iç denetim raporlamaları ile ilişkilendirilmiştir.
Ramamoorti(2003)	Internal Auditing, History, Evolution, And Prospects(İç Denetim, Tarihi Gelişimi ve Beklentiler)	İç denetimin tarihsel gelişimi küresel olaylar ışığında aktarılmıştır.	İç denetimin tarihsel gelişiminden yola çıkılarak, iç denetimin fonksiyonlarına yönelik beklentiler keşifsel bir yaklaşımla açıklanmıştır.
Timea ve Szekely(2017)	The Evolution of the Internal Auditing Function in the Context of Corporate Transparency(İç Denetim Fonksiyonunun Kurumsal Şeffaflık Bağlamındaki Gelişimi)	Ekonomik resesyon dönemi ardından iç denetim mesleğindeki gelişmeler anlatılmaktadır.	İç denetim fonksiyonlarının gelişime açık olduğu ve ekonomik risklerden etkilendiği sonucuna varılmıştır.
Parker ve Johnson(2017)	The Development of Internal Auditing as a Profession in the U.S. During the Twentieth Century(20. Yüzyılda Birleşmiş Milletler'de İç Denetim Mesleğinin Gelişimi)	İç denetimin profesyonel bir meslek olarak algılanması için geçen süreçler Birleşmiş Milletler kapsamında aktarılmaya çalışılmıştır.	İç denetimin meslek olarak kabul edilmeye başlanmasıyla birlikte dış denetimden bağımsız bir kimlik kazandığı tespit edilmiştir.

Diğer yandan, iç denetimin Türkiye'deki tarihsel gelişimi ise çoğunlukla bağımsız denetim ve/veya bağımsız denetim mesleği içerisinde değerlendirilerek, denetçinin rolü ve fonksiyonları ile birlikte araştırılmıştır. Ülkemizde iç denetimin tarihsel gelişimine yönelik olarak yapılan çalışmalara ait bilgiler Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2: Türkiye’de İç Denetimin Tarihsel Gelişimi Üzerine Yapılan Araştırmalar

YAZAR VE YIL	MAKALE ADI	KONU KAPSAM	SONUÇ
Uzay Ş. Tanç A. (2008)	Internal Auditing In Turkey: The Historical Development(Türkiye’de İç Denetim: Tarihsel Gelişimi)	İç Denetimin Türkiye'deki tarihsel gelişimi önemli olayların kronolojik sırasına göre anlatılmaktadır.	İç Denetim mesleğinin gelişimi tarihsel süzgeçten geçirilerek, gerek yasal düzenlemeler gerekse de uygulamalar bazında yeni öneriler sunulmuştur.
Bezirci ve Karasioğlu(2011)	Türkiye'de Denetimin Tarihsel Gelişimi	Türkiye'de bağımsız denetim alanındaki gelişmeler tarihsel pencereden aktarılmaktadır.	Yapılandırılmış bir bağımsız denetim sistemi ile muhasebe ve iç denetim yolsuzluklarının önüne geçilebileceği kanısına varılmıştır.
Çevikbaş(2011)	Türkiye'de İç Denetim Kurumu	İç Denetime ilişkin devletteki yapılanma süreci ilgili mevzuat bağlamında anlatılmaktadır.	5018 sayılı kanun ile iç denetim sistemindeki sorunlar halledilmiş gibi gözükse de geleceğe yönelik birçok adımın atılması gerektiği çıkarılmıştır.
Güvemli, Sanlı, Toraman ve Yaz(2016)	The Evolution of The Auditing Profession in Turkey: The Union of Chambers of CPA'S And Sworn-In CPA'S History and Background(Türkiye’de Denetim Mesleğinin Gelişimi: Serbest Mali Müşavirler Odası Tarihi)	Denetim mesleğinin tarihsel gelişimi Türk Ticaret Kanunu'nun artıları ve eksileri ile değerlendirilmektedir.	Bağımsız denetim mesleğinin gelişimi ekonomik olayların sonuçlarından etkilenmektedir, kanısına varılmıştır.

Tablo 2’den çıkarılacak sonuç ise Türkiye kapsamında yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olmasıdır. Ayrıca, bu çalışmada, iç denetimin tarihsel gelişimi, sadece ulusal olarak değerlendirilmeyip, küresel olaylar ile bağlantılı bir biçimde araştırılmıştır.

3. ULUSLARARASI BOYUTTA İÇ DENETİMİN GELİŞİMİ

Hem iç hem de dış denetime olan talep, organizasyonlarda ortaya çıkan kayıt hatalarını, varlıkların kötüye kullanımını ve hileli işlemleri önlemeye yönelik olarak ortaya çıkmıştır. Denetimin geçmişi çok eski tarihlere kadar uzanmaktadır. Tarihçiler, resmi kayıt sistemlerinin ilk bulgularına milattan önce 4000’li yıllarda Yakın Doğu’da rastlamışlardır. Benzer bulgulara milattan önce 1112 ve 256 yılları arasında Çin’de hüküm süren Zhao hanedanında da rastlanmıştır. Daha sonraları ise Avrupa’da finans sistemlerinde detaylı denetim mekanizmaları kurulmaya başlanmıştır. Özellikle çift taraflı defter tutmanın önemi ortaya çıkmaya başlamıştır. 18. yüzyılda Güney Denizi balonu ve lale skandalları ortaya çıkınca yöneticiler üzerindeki kontrol mekanizmaları da sıklaşmıştır.

Avrupa’da denetim uygulamaları kapsamındaki defter tutma sistemleri Birleşmiş Milletler’e adapte olmaya başlamıştır (Johnson et.al., 1987:p.28). Organizasyonların iş hacimleri ve yapılarındaki karmaşıklık arttıkça, iç denetim fonksiyonlarına ayrıca ihtiyaç doğmuştur. Yönetimler, sadece yapılan işin verimliliğini değerlendirmenin yeterli olmayacağını, aynı zamanda çalışanların dürüstlüğünü de dikkate almaları gerektiğinin bilincine erişmişlerdir.

İç denetim ortaya çıktığı ilk süreçte “yönetimler için denetim” olarak fonksiyonlarını sürdürürken, yaşanan değişimler ve skandallar sonucunda “yönetimlerin denetimi” halini almaya başlamıştır. Özellikle, iç denetimin uzak geçmişi değerlendirildiğinde içerdiği fonksiyonların sadece dış denetimin bir uzantısı olarak algılandığı göze çarpmaktadır. İç denetçilerin organizasyonlardaki rolü çok kısıtlı ve mütevazi olarak sürmekteydi. Ancak daha sonraları, özellikle yakın geçmişte gerçekleşen olaylar ve bu olaylar sonucunda iç denetimin önemine ilişkin artırılan önlemler sayesinde, iç denetim fonksiyonları daha kapsamlı hale getirilmiştir. Bilhassa, 1941 yılında Birleşmiş Milletler’de İç Denetim Enstitüsü’nün kurulması ile operasyonel denetim kavramı ortaya atılmış ve iç denetimin faaliyet alanı genişleme fırsatı bulmuştur (Brink, 1991:p.6; Courtemanche, 1991:p.6; Sawyer, 1996:p.7).

İç denetim mesleği organizasyonlar tarafından resmi olarak algılanmaya başlayınca yasal bazda regülasyonlara yeni talepler gelmeye başlamıştır; “Yabancı Ülkelerde Yolsuzluk Uygulamaları Yasası” (Foreign Corrupt Practices Act) 1977 yılında yürürlüğe girmiştir. Daha sonraları, 1987 yılında “Hileli Finansal Raporlama üzerine Ulusal Komisyon Raporu” (Report of National Commission on Fraudulent Financial Reporting) yayınlanmıştır. Ardından, 1992 yılında Sponsorluk Organizasyonları Komitesi (Committee of Sponsoring Organizations) raporu yayınlanmıştır. İç denetim mekanizmasındaki değişim 1992 yılında Birleşik Krallık’taki Cadbury Komitesi Raporu’nun yayınlanması ile devam etmiştir. Yakın geçmişte ise 2002 yılında gerçekleştirilen Sarbanes-Oxley Yasası düzenlemesi ile daha iyi organizasyonel yönetim oluşturma faaliyetleri sürdürülmüştür.

Organizasyonlar geçen süreçlerde küresel rekabetin üst düzey yaşandığı günün koşullarında risk yönetimi ve değişim mühendisliği faaliyetleri ile birlikte tam zamanında, güvenilir ve geçerli enformasyon ile kararlar almak durumundadırlar. Bu koşullarda, daha verimli yönetim yapılarına ve süreçlerine ihtiyaç giderek artmaktadır. Sonuç olarak, bu nedenlerle birlikte, iç denetim fonksiyonu gün geçtikçe yönetim süreçlerinin performansını ve operasyonel verimliliğini ölçer bir duruma gelmiştir.

Denetim kavramının tarihi, milattan önce 4000-3500 yıllarında hüküm sürmüş Mezopotamya medeniyetine kadar uzanmaktadır (Ramamoorti, 2003:p.4; Sawyer, 1996:p.5). Denetim, resmi biçimde, hatalı olarak yapılabilen muhasebe işlemlerine yönelik ortaya çıkan endişeler sonucunda organize olmuş işletmeler ve hükümetler tarafından kayıt sistemlerinde uygulanmaya başlanmıştır (Ramamoorti, 2003:p.4). Denetime olan ihtiyaç, Babiller 'deki kamu finansmanı sistemindeki uygulamalarda belirgin bir şekilde hissedilirken, Yunanistan, Roma İmparatorluğu ve İtalya gibi medeniyetlerde ise muhasebe kayıtlarında ortaya çıkabilecek dolandırıcılık faaliyetlerine önlem almak amacıyla detaylı kontrol sistemlerinin kurulması faaliyetleri ile gözlemlenmiştir (Ramamoorti, 2003:p.4).

Avrupa'da denetim uygulamalarının ilk göstergeleri eski Roma'da bulunmaktadır. Sözlü duruşmalar doğrultusunda, muhasebecilere ve finansal hesaplarına karşı soruşturmalar yapılarak hilecilik hareketlerinden korunmak amaçlanmıştır (Sawyer, 1996:p.5). Bu sayede, Latince 'den *auditus* veya *audire* olarak denetim terimi literatüre girmiştir. Aslında denetim kavramının literatüre girmesinde sözlü duruşmalar önemli rol oynamıştır. Çünkü o zamanlarda birçok insan okuma ve yazma bilmemekteydi. Burada adı geçen sözlü duruşma tabiri aslında duyular olarak da literatürde yer almaktadır. Bu devirlerde, denetçiler toplum tarafından seçilmiş ve bilhassa hilecilik faaliyetlerini tespit etmede yetkin ve profesyonel kişilerdi (Dittenhofer, 1984:p.5).

13. yüzyılın başlarında, Pisa şehri için, devlet tarafından bir iç ve bir dış olmak üzere iki resmi denetçi atanmıştır (Filius, 1984:p.3). 1900'lü yıllara doğru ise denetim mesleği daha sistematik yaklaşımlarla gelişerek daha da kapsamlı hale gelmiştir.

16. yüzyılda ise Venedik, Bolonya ve Milan kapsamında profesyonel denetçiler birliği kurulmuştur. Bu tarihlerden önce ise, iç denetçiler daha çok kral veya devlet adına hareket eden kamu denetçileri rolündeydiler. 16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadarki süreçte, denetimin çalışma alanı genişleyerek iş odaklı cemiyetlerin de uygulamaları denetim faaliyetleri kapsamına alınmıştır. Bu yüzyıllar arasındaki süreçte, denetim faaliyetlerinin odak noktası yine hilecilik işlemlerinin tanımlanması ve önlenmesi üzerinedir, ancak gerçekleştirilen bu faaliyetlerin öncekilerden farkları, yazılı kaynak kullanmaları ve ispata dayalı olmalarıydı (Gupta&Ray, 1992:p.9).

Günümüz tarihine en yakın zamanda gerçekleştirilen iç denetim faaliyetlerinin kökleri ise 19. yüzyıldaki Birleşmiş Milletler'in ve Birleşik Krallık'ın demiryollarına (Spraaakman, 2001,p:10) ve muhasebe sistemlerine (Johnson&Kaplan, 1987:p.15) kadar uzanmaktadır.

Demiryollarındaki farklı operasyonların işlerliğini gözlemleyebilmek ve lojistik faaliyetlerini koordine etmek için yönetim muhasebe sistemleri ve yeni prosedürler geliştirilmiştir (Johnson et al., 1987:p.15). 1840'lı yıllarda demiryolu firmaları farklı coğrafik bölgelere geniş ölçekli finansal işlemleri adapte etmiştir ve bu finansal işlemlerin (ödeme fişleri, cari hesap bakiyeleri, istasyon gelirleri) takiplerini yapacak iç denetçiler görevlendirmiştir. Bu tarihlerde iç denetimin odak noktası, şimdilerde finansal denetim adı altında kontrolleri yapılan finansal süreçlerdir. Bunlara ek olarak, o tarihlerde iç denetçiler stoklardaki ürünleri, çizelgeleri ve ürünlerin kalitelerini de takip ederlerdi (Ramamoorti, 2003:p.3).

1930'lu yıllardan itibaren, Birleşmiş Milletler Sermaye Piyasası Kurulu, borsaya girmek isteyen şirketlerden denetimi yapılmış mali raporlar talep etmeye başlamıştır (Gupta&Ray, 1992:p.3). Bu durum dış denetim firmalarının çalışmalarını artırmış ve çalışmaların sonucunda da bu tip firmalara olan talep artmıştır. Sürecin bu şekilde devam etmesi, dış denetim firmalarının çalışmalarını örneklem hacimleri ile yapmasına ve bu nedenle çalışmaların detaylarının sınırlanmasına yol açmıştır. Dış denetim firmalarının yaklaşımındaki bu değişim, şirketlerde iç denetim fonksiyonlarının egemen olmasına ve işlemlerin daha detaylı bir şekilde denetlenmesine olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, iç denetim fonksiyonu aslında, dış denetçilerin çalışmalarındaki uzantıya benzetilmektedir.

Şirketlerin işleri büyüdükçe ve yapıları daha karmaşık hale geldikçe, yönetimlerin operasyonları denetlemeleri zorlaşmaya başlamış ve iç denetim fonksiyonlarının şirketlerdeki rolü giderek artmıştır (Sawyer, 1996:p.28). Birçok durumda, iç denetim fonksiyonu muhasebe işlemlerinin bir alt fonksiyonu olarak algılanmaktaydı (Brink, 1991:p.28). İç denetimin bir parça da olsa kalite kontrol fonksiyonu da bulunmaktaydı, örneğin, herhangi bir organizasyonun muhasebe operasyonlarının standartlara uygun olarak yapılıp yapılmadığının denetlenmesi gibi (Courtermanche, 1991:p.4). Öte yandan, iç denetimin yaklaşımlarında ve işleyişinde dış denetçilerin güçlü bir etkisi bulunmaya devam etmekteydi. Diğer perspektiften, dış denetçiler güvenilir mali raporların teminatı olarak algılanmaktaydılar.

İç denetimin küresel olarak profesyonelleşmesi 1941 yılında Birleşmiş Milletler'de İngilizce adı ile Institute of Internal Auditors, Türkçe adı ile İç Denetçiler Enstitüsü adlı organizasyonun kurulması ile başlamıştır (Brink, 1991:p.6; Courtermanche, 1991:p.6; Sawyer, 1996:p.7). 1941 yılında, iki iç denetçi, Robert B. Milne ve John B. Thurston, profesyonelleşmenin daha ileri boyutlara taşınması için iç denetimin odak noktalarının daha kapsamlı hale getirilmesi gerektiğini savunmuşlardır (Brink, 1991, p.6). 1945 yılında, İç Denetçiler Enstitüsünün amacı, kuruculardan Robert B. Milne tarafından;

“Enstitü iç denetçilerin bir parçası olarak, Amerikan işletme yapısı kapsamındaki bir organizasyonun, iç denetimin profesyonel statüsünü geliştirmeye olan ihtiyacı üzerine kurulmuştur. Her ne kadar iç denetimin kökleri muhasebeciliğe dayansa da, anahtar rolü yönetimin komple bir yaklaşımla kontrolü olmaktadır. Bu nedenle, enstitü organizasyonlarda hem finansal hem de operasyonel işlemlerin kontrolünün sağlanmasından sorumludur.” ifadesiyle açıklanmıştır (Flesher, 1996: p.1).

İç Denetçiler Enstitüsünün birincil amacı vizyon üzerine kuruluydu. Uygulamada, iç denetimin hala dış finansal denetçilerle güçlü bir bağının olmasını sağlayan muhasebe ile ilgili fonksiyonu vardı. İç denetimin profesyonelleşmesi için atılan bir sonraki adım ise İç Denetçinin Sorumlulukları Bildirisiydi (Statement of Responsibilities of the Internal Auditor) (Gupta et al., 1992:p.8; Sawyer, 1996, p:5). Bu bildirin amacı genel olarak iç denetimin sorumluluklarını, kapsamını ve amacını tanımlamaktı. 1947 yılındaki ilk bildiriye esas vurgu muhasebe ve finansman konuları üzerinedi. Daha sonra İç Denetçinin Sorumlulukları Bildirisi (1957, 1971, 1976, 1981, 1990) çeşitli adaptasyon süreçlerinden geçerek 2002 yılında Uluslararası Profesyonel Uygulamalar Çerçevesi (International Professional Practices Framework) (IPPF) kapsamına entegre olmuştur. 1947 ve 1971 yılları arasında bildirin odaklandığı başlıklar finansman ve muhasebe konularından daha çok operasyonel kontrol içerisindeki süreçleri kapsamaktadır. 1971’den itibaren ise, iç denetim, sadece muhasebe ve finansman fonksiyonlarının değil, tüm operasyonların değerlendirildiği bir meslek olarak açıklanmıştır. İç Denetçiler Enstitüsüne göre muhasebe ve finansman kavramları operasyonların birer parçası olarak görülerek, ayrı bir bölüm olarak incelenmemiştir.

İç denetimin yeni tanımında önerilen en temel değişiklik (İç Denetçiler Enstitüsü, IIA, 1999b; Krogstad, Ridley&Ritenberg, 1999): İç denetim, bir organizasyonun operasyonlarını geliştirmek ve onlara değer eklemek amacıyla tasarlanmış objektif danışmanlık aktivitesidir. İç denetim, bir organizasyonun amaçlarını gerçekleştirmesinde gerekli olan yönetim süreçlerinin ve risk yönetiminin verimliliğini değerlendiren, geliştiren sistematik ve disiplinli bir yaklaşımdır.

1999 yılındaki iç denetim tanımı hala kullanımda olsa da 2006 ve 2010 yıllarındaki çalışmalar anahtar faaliyetler olarak yönetim, operasyonel denetim, tüzel uygunluk, finansal denetim ve risk yönetimi kavramlarını değerlendirmektedirler (Allegrini, D’onza, Melville, Sarens, &Selim, 2011:p.7).

2006 ve 2010 yılları içerisinde İç Denetçiler Enstitüsü tarafından yapılan çalışmalar sayesinde iç denetimin fonksiyonlarına ve ilgi alanlarına ilişkin önemli bulgulara ulaşılmıştır (Allegrini et al., 2011:p.4; Burnaby&Hass, 2009:p.6). Bu bulgulardan ilki iç denetim fonksiyonunun neden ortaya çıktığına ilişkin sınırlı sayıda teorinin olmasıdır. Bu konu üzerine yapılan tek açıklama ise kanun (hükümet kararnamesi veya parlamento hareketleri) veya regülasyon (hisse kanunları veya merkez bankası hükümleri) olmaktadır (Allegrini et al., 2011: p.2). 2006 yılında İç Denetim Enstitüsü tarafından iç denetim fonksiyonlarındaki gelişmeleri takip etmek amacı ile yapılan ankette, katılımcıların %62'si, iç denetim faaliyetlerinin, kanunlar veya yasal düzenlemeler üzerine ortaya çıktığını savunmaktadır.

Tablo-3: 2006 Yılında En Çok Ve En Az Gelişen İç Denetim Aktiviteleri

2006 YILI İÇ DENETİM AKTİVİTELERİ		
Sıra	En çok gelişen 4 aktivite	En az gelişen 4 aktivite
1	Hileciliğin önlenmesi	Yönetici Tazminatı
2	Risk Yönetimi	Küreselleşme
3	Tüzel Uygunluk	Çevresel Sorumluluk
4	Kurumsal Yönetişim	Gelişmekte Olan Piyasalar

Kaynak: IIA

2010 yılında yapılan ankette ise bu oran %70'e varmakta ve gelecek yıllarda da bu oranın artacağı beklenmektedir.

Tablo-4: 2010 Yılında En Çok Ve En Az Gelişen İç Denetim Aktiviteleri

2010 YILI İÇ DENETİM AKTİVİTELERİ		
Sıra	En çok gelişen 5 aktivite	En az gelişen 5 aktivite
1	Operasyonel denetim	Genişletilebilir İşletme Raporlama Dili (XBRL) Entegrasyonu
2	Tüzel kod gereksinimleri ile uygunluk	Yönetici tazminatı değerlendirmeleri
3	Finansal risklerin denetimi	Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Geçiş
4	Hileciliğin ve usulsüzlüğün teftişi	Sosyal ve sürdürülebilirlik
5	Kontrol faaliyetlerinin verimliliğinin değerlendirilmesi	Kalite/ISO denetimleri

Kaynak: IIA

Bunlara ek olarak, İç Denetim Enstitüsü'nün 2010 yılında yayınladığı rapora göre iç denetime yönelik eğilimler kurumsal yönetişim, kurumsal risk yönetimi süreçleri, strateji ve firma performansı arasındaki bağlantı, denetimde etik kavramı ile sosyal ve sürdürülebilir denetimler şeklinde olmuştur (Allegrini et al., 2011:p.2).

İç denetim mesleği daha resmi bir şekilde kabul gördükten sonra, regülasyonların ve yasaların taleplerinin yanı sıra uluslararası gelişmelere de daha hızlı bir biçimde adapte olmuştur: Yabancı Yolsuzluk Uygulamaları Yasası'nın (Foreign Corrupt Practices Act, 1977)

geçışı ve iç kontroller üzerine olan vurgusu; Hileli Finansal Raporlama üzerine Ulusal Komisyon Raporu'nun (Report of the National Commission on Fraudulent Financial Reporting) (Treadway Commission Report, 1987) yayınlanması; Sponsorlaşma Örgütleri Komitesi Raporu (Report of the Committee of Sponsoring Organizations(COSO) of the Treadway Commision, 1992); ayrıca Cadbury Komitesi Raporu'nda sunulan iç kontrol çerçeveleri ve yeni olarak Sarbanes-Oxley Yasası'nın 2002 yılında daha iyi bir yönetim çağrısı ile yürürlükten geçmesi, iç denetim mesleğinin şekillenmesinde etkili uluslararası olaylardır.

Ratliff ve Reding (2002, p. 11) 21. yüzyılın denetim profesyonellerini analitik, eleştirel düşünebilen, bireyi, organizasyonu ve sistemi algılayabilen verimli teknikler geliştiren, iç denetimin yeni kavramları, prensipleri ve teknikleri üzerine araştırmalar yapan, etik değerlere sahip çıkan, denetim teknolojisi uygulamalarını takip eden, uygulayan ve iç denetim kapsamında hayati rol oynayan risk yönetimi yaklaşımlarında yenilikler getiren bireyler olarak tanımlamışlardır.

Özellikle son 60 yıl içerisinde, yasal çerçeve kapsamındaki uluslararası çevrede meydana gelen gelişmeler sayesinde iç denetimin artan rolü gerek kamu birimlerinde gerekse de özel sektör de giderek artmaya devam etmiştir. Chapman ve Anderson (2002) iç denetimin yeni görüntüsünü objektiflik, proaktiflik, müşteri odaklılık çerçevesinde değer ekleyen, geliştiren, bütünsel yaklaşımları kapsayan, risk yönetimi ile kontrolü işlemlerinde yönetim tekniklerini içeren ve belirli standartlar çerçevesinde faaliyetler gösteren mekanizma şeklinde açıklamıştır.

En güncel haliyle, İç Denetçiler Enstitüsü tarafından yapılan tanıma göre ise “*İç denetim*, bir *kurumun faaliyetleri geliştirmek ve onlara değer katmak amacını* güden bağımsız ve objektif *bir güvence ve danışmanlık* faaliyetidir. İç denetim, kurumun risk yönetim, kontrol ve yönetim süreçlerinin etkinliğini değerlendirmek ve geliştirmek amacına yönelik sistemli ve disiplinli bir yaklaşım getirerek *kurumun amaçlarına ulaşmasına* yardımcı olur.” denilmektedir.

4. TÜRKİYE'DE İÇ DENETİMİN GELİŞİMİ

Türkiye'de iç denetimin tarihçesi Osmanlı İmparatorluğu'nun 16. yüzyıldaki dönemine kadar uzanırken, 1860 yılında ilk iç denetim birimi Osmanlı Mektup ve Telgraf Hizmetleri için kurulmuştur. Bu zamanlarda, denetçiler bilhassa İngiltere ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinden getirilmiştir. Bu denetçiler tecrübelerini ve yetkinliklerini Türk meslektaşlarına aktararak iç

denetimin Türkiye'deki gelişimi üzerinde önemli rol oynamışlardır. Denetçiler, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu 1923 yılından, girişimcilerin devlet kontrolündeki ekonomiye sert tepkiler verdiği 1970'li yıllara kadar, tetikte bekleyen kimseler rolündeydiler. 1970 ve 1980 yılları arasında özel sektöre yapılan girişimler Türk ekonomisinde baskın konumlardı. Kamu iştiraklerinin sayısında da belirgin bir artış gözlenince, verimliliğin ve performansın önemi daha da arttı. Bu gelişmelerle birlikte iç denetçilerin rolleri de yatırımcıların haklarının korunması doğrultusunda şekillenmeye başladı (Uzun, 1999: 19).

Tablo 5: İç Denetimin Tarihsel Gelişimi

İç Denetimin Tarihsel Gelişimi	
Türkiye	Küresel
Osmanlı İmparatorluğu'nun 16. yüzyıldaki dönemine kadar uzanmaktadır.	İlk bulgularına milattan önce 4000'li yıllarda Yakın Doğu'da rastlanmıştır. Babiller'deki kamu finansmanı sistemindeki uygulamalarda gözlemlenmiştir.
1860 yılında ilk iç denetim birimi Osmanlı Mektup ve Telgraf Hizmetleri için kurulmuştur.	Yunanistan, Roma İmparatorluğu ve İtalya gibi medeniyetlerde muhasebe kayıtlarında ortaya çıkabilecek dolandırıcılık faaliyetlerini önlemek amacıyla kullanılmıştır.13. yüzyılın başlarında, Pisa şehri için, devlet tarafından bir iç ve bir dış olmak üzere iki resmi denetçi atanmıştır.
14 Ocak 1994 tarihinde iç denetimin Türkiye'de profesyonel bir meslek olarak tanınması için ilk adımlar atılmıştır.	16. yüzyılda İtalya'da profesyonel denetçiler birliği kurulmuştur.
19 Eylül 1995'te Ali Kamil Uzun başkanlığında Türkiye İç Denetim Enstitüsü kurulmuştur.	1941 yılında Birleşmiş Milletler'de IIA kurulmuştur. 1947 yılında İç Denetçinin Sorumlulukları Bildirisi yayınlanmıştır.
TİDE 1996 yılında IIA ve ECOIIA kuruluşlarına üye olmuştur.	1992 yılında Sponsorlaşma Örgütleri Komitesi Raporu yayınlamıştır. Sarbanes Oxley Yasası 2002 yılında yürürlükten geçmiştir.

İç denetim özellikle gelişmiş ülkelerde profesyonel uzmanlaşma alanı olarak kabul edilmiştir. Türkiye'de ise iç denetim, finans sektörü içerisinde büyük ölçekli kurumlar ve enstitüler için profesyonel bir iş sahası olurken, küçük ve orta ölçekli işletmelerde gereken önemi görememiştir (Uzay, 2003: 222). Türkiye'de iç denetim bilhassa özel sektörde yer alan kurumların ilgisini bir hayli çekerken, kamusal iç finansal kontrol sistemlerinin de tamamlayıcı bir parçası olmuştur.

Türkiye kapsamında iç denetimin gelişim süreçleri yakın geçmişte hız kazanmıştır, ancak batı medeniyetlerindeki yeniliklere ve uygulamalara erişebilmek için hem yasal hem de organizasyonel olarak ciddi mesafeler alınması gereklidir. Özellikle, teknoloji ile birlikte ortaya çıkan dijital sistemlerin gelecek yıllarda iç denetim alanındaki aktivitelere farklı yönler vereceği unutulmamalıdır.

4.1. Türkiye’de İç Denetim Alanındaki Yasal Kurumlar

İç denetim faaliyetlerinin profesyonel organizasyonlar tarafından yürütülmesi için iki farklı kurum oluşturulmuştur. Bunlar; Türkiye İç Denetim Enstitüsü (TİDE) (IIA-Türkiye) ve Kamu İç Denetçileri Derneği (KİDDER).

14 Ocak 1994 yılında, sahalarında uzman dört kişi (Ali Kâmil Uzun, Ersin Güneralp, Hüseyin Karaçalı ve Sinan Tanakol), Batı Avrupa İç Denetçiler Enstitüsü direktörü Giovanni Grossi ile bir toplantıda bulunarak, iç denetimin Türkiye’de profesyonelleşmesi için ilk adımı atmışlardır. Bu toplantının amacı, Türkiye’deki iç denetim faaliyetlerini uluslararası standartlarla uyumlu hale getirerek, iç denetim işini profesyonel olarak yapan kişilerin mesleklerindeki değişimlere daha hızlı adapte olmasını sağlayacak bir platform geliştirmektir. Bu girişim, 19 Eylül 1995 yılında Ali Kâmil Uzun’un başkanlığında 47 kurucu üye ile Türkiye İç Denetim Enstitüsü adı altında profesyonel bir organizasyona dönüşmüştür.

Türkiye İç Denetim Enstitüsü (TİDE) ,1995 yılı Eylül ayında kurulmuş bir dernek olup, merkezi İstanbul’da bulunmaktadır. Enstitüye üye olarak; değişik sektörlerde fiilen çalışan yükseköğretim mezunu iç denetçiler, denetim mesleğinden kendi isteği ile ayrılmış veya emekli olmuş profesyoneller ve denetim anabilim dalında çalışan üniversite öğretim görevlileri ile lisans ve lisansüstü eğitim çalışması yapan öğrenciler kabul edilmektedir.(www.tide.org.tr/)

Günümüzde, TİDE adı altında 23 yıldır aralıksız çalışmalarını bir çatı örgütü olarak sürdürmektedir. 2500’e yaklaşan üye sayısı ile, ülkemizin en önemli sivil toplum kuruluşlarından biridir. Enstitü 1996 yılı içerisinde merkezi ABD’de bulunan İç Denetçiler Enstitüsü’ne ve İç Denetim Enstitüleri Avrupa Konfederasyonu’na(European Confederation Of Institutes Of Internal Auditing)(ECIIA) üye olarak uluslararası bir kuruluş haline gelmiştir.

Enstitünün başlıca amaçları Enstitü tanıtım bülteninde aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Uzay, 1999: 216):

- İç denetim ilkelerini, esaslarını, standartlarını oluşturmak ve geliştirmek,
- İç denetim mesleğinin niteliğini yükseltmek için teori ve pratiğin geliştirilmesine katkıda bulunacak araştırma ve geliştirme çalışmaları yapmak,
- Ulusal ve uluslararası alanda mesleki gelişmeleri izlemek ve üyelerin yararlanmasını sağlamak,
- Bireysel ve kurumsal deneyimleri paylaşarak iç denetim mesleğini ortak bir zeminde geliştirmek ve yaygınlaştırmak,
- Eğitim çalışmaları yaparak üyelerinin mesleki ilerlemelerine yardımcı olmak,

- İç denetçilerin mesleki verimlilik ve etkinliklerini artırmak amacıyla kitap, dergi ve benzeri yayınlar yapmak.

Enstitü amaçlarını gerçekleştirmek için çalışmalar başlatarak, iç denetimle ilgili bilimsel toplantılar organize etmiş ve iç denetim standartlarının Türkiye'ye uyarlanması için girişimlerde bulunmuştur.

İç denetçilerin kamu kurumlarındaki ilk görevleri, topluma iç denetim mesleğini benimseterek, denetim aktivitelerini geliştirecek, profesyonel bir örgütün olması gerektiğini göstermiştir. Bu çabaların sonucunda, amaçlar doğrultusunda KİDDER, 8 Mart 2007 tarihinde çeşitli kamu kurumlarında (bakanlıklar, belediyeler, üniversiteler ve diğer kuruluşlar) çalışan iç denetçiler tarafından kurulmuştur. Kamu İç Denetçileri Derneği, yeni bir girişim olarak, kamu yönetiminin aktivitelerine katkıda bulunmak ve değer eklemek için denetim faaliyetlerine başlamıştır.

4.2. Türkiye'deki İç Denetime İlişkin Yasal Çerçeve

Ticari kanunlar sadece ülkelerin ticari hayatlarına önderlik etmekle kalmaz kurumsal yönetişimin yasal çerçevesinin oluşmasında da rol oynar. Türkiye bu sahada Fransız geleneğine adapte olmuştur. Türk Ticaret Kanunu, 1926 ve 1956 yılları içinde Alman, İsviçre ve İtalyan yasal çerçevesine adapte olan 1850 yılındaki Fransız Ticari Kanun'unun dönüşümüdür. Kanun bazında görülen bu uyum Türkiye'deki iç, dış ve tüzel denetçiler tarafından da kabul görmüştür. Buna rağmen, iç denetim çerçevesinden Türkiye Ticaret Kanunu dolaylı yoldan tanımlanmıştır ve belli belirsiz tabirler kullanılmaya devam edilmiştir.

Türk Ticaret Kanunu'nda denetçi adayları için lisans derecesine, muhasebe, finansman veya hukuk tecrübesine sahip olmak gibi özel gereksinimler bulunmamaktaydı (Akaraksu, 2000:32). Bu açıdan, iç denetçilerin profesyonel yetkinliklerinin değerlendirilmesindeki verimsizlik açık bir şekilde gözlemlenmekteydi. İç denetçilerin görevleri değerlendirmeye alındığında ise finansal süreçlerin denetimi üzerindeki yoğunluk dikkat çekmekteydi. Modern iç denetim kapsamında yer alan operasyonel denetim ve risk yönetimi konularına yeterince önem verilmemişti. Türk Ticaret Kanunu'nun ihtiyaçları karşılamaması nedeniyle 11 Ocak 2008 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Adalet Komisyonu yeni bir taslak oluşturmuştur.

Taslak kesinlikle denetim faaliyetlerine yeni bir bakış açısı kazandıracaktı. Bu bağlamda, taslak, şirketlerin denetiminin sadece bağımsız denetim firmaları ve muhasebe mesleği mensupları tarafından yapılacağını temin etmişti. Taslak, genel perspektiften kurumsal yönetişim prensipleri baz alınarak oluşturulduğu için ülkenin rekabet gücüne ve işletmelerin

kurumsal değerlerine yeni değerler eklemiştir (Uzun, 2006: 45). Bu taslak daha sonra 13 Ocak 2011 tarihinde onaylanarak kanun hükmünü almıştır.

1999 yılında Helsinki zirvesinde Türkiye'nin Avrupa Birliğine (AB) aday ülke olarak resmen kabul edilmesinin ardından, mali yönetim ve kontrol alanındaki mevcut yasal düzenlemelerin AB mevzuatıyla uyumlaştırılması yönünde çalışmalar başlamıştır. 2000'li yılların başından itibaren Uluslararası Para Fonu ve Dünya Bankası ile sürdürülen anlaşmalar çerçevesinde bu alandaki çalışmalar ivme kazanmıştır. Bu çalışmaların sonucu olarak, kamuda iç denetim ihtiyacının farkına varılmış ve ilk olarak T.C. Merkez Bankası 2002 yılı sonunda İç Denetim Genel Müdürlüğü'nü kurup faaliyete geçirmiştir.

AB müktesebatına uyum sürecinde, üye ülkelerin bütçe faaliyetlerinde standart bir uygulama olan "Kamu İç Mali Kontrol" modelinin Türkiye'de de uygulanma hedefi, kamu maliyesi alanında bir reform niteliğinde sayılan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

24.12.2003 tarih ve 25326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan ve bütün hükümleriyle 01.01.2006 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren 5018 sayılı Kanun, düzenleyici ve denetleyici kurumlar hariç olmak üzere genel yönetim kapsamındaki kamu idareleri bünyesinde iç denetimin kurulmasını öngörmektedir. Anılan Kanun çerçevesinde, iç denetim faaliyetinin hayata geçirilmesi ve kamu idarelerinde uygulanabilmesi için gerekli çalışmalar yapılmış ve önemli adımlar atılmıştır.

Bu gelişmeler ışığında, 24 Aralık 2003 tarihinde, Türkiye'de 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile yönetime, maliyeye ve denetime ilişkin önemli düzenlemelere gidilmiştir (Kanca, 2017:5). 5018 sayılı kanun ile Türkiye'nin mali sistemi yeniden inşa edilmeye çalışılmıştır (Özkan, 2007). Ayrıca, bu kanun vasıtasıyla iç kontrol; idarenin amaçlarına, belirlenmiş politikalara ve mevzuata uygun olarak faaliyetlerin etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde yürütülmesini, varlık ve kaynakların korunmasını, muhasebe kayıtlarının doğru ve tam olarak tutulmasını, mali bilgi ve yönetim bilgisinin zamanında ve güvenilir olarak üretilmesini sağlamak üzere idare tarafından oluşturulan organizasyon, yöntem ve süreçle iç denetimi kapsayan mali ve diğer kontroller bütünü olarak tanımlanmıştır (İç Denetim Koordinasyon Kurulu). Kanunda, iç denetim; kamu idaresinin çalışmalarına değer katmak ve geliştirmek için iktisadi esasların değerlendirilmesi ve bu doğrultuda rehberlik yapılması amacıyla yürütülen bağımsız, nesnel güvence sağlama ve danışmanlık faaliyeti olarak tanımlanmıştır (İç Denetim Koordinasyon Kurulu). 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve

Kontrol Kanunu ile iki tür denetim öngörülerek, iç denetimin iç denetçiler tarafından, dış denetimin ise sayıştay tarafından yapılacağı belirtilmiştir.

5018 sayılı Yasa kapsamında iç denetçinin görevleri aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır;

a) Nesnel risk analizlerine dayanarak kamu idarelerinin yönetim ve kontrol yapılarını değerlendirmek.

b) Kaynakların etkili, ekonomik ve verimli kullanılması bakımından incelemeler yapmak ve önerilerde bulunmak.

c) Harcama sonrasında yasal uygunluk denetimi yapmak.

d) İdarenin harcamalarının, malî işlemlere ilişkin karar ve tasarruflarının, amaç ve politikalara, kalkınma planına, programlara, stratejik planlara ve performans programlarına uygunluğunu denetlemek ve değerlendirmek.

e) Malî yönetim ve kontrol süreçlerinin sistem denetimini yapmak ve bu konularda önerilerde bulunmak.

f) Denetim sonuçları çerçevesinde iyileştirmelere yönelik önerilerde bulunmak.

g) Denetim sırasında veya denetim sonuçlarına göre soruşturma açılmasını gerektirecek bir duruma rastlandığında, ilgili idarenin en üst amirine bildirmek, olarak tanımlanmıştır.

İç denetçi bu görevlerini, İç Denetim Koordinasyon Kurulu tarafından belirlenen ve uluslararası kabul görmüş kontrol ve denetim standartlarına uygun şekilde yerine getirir. İç denetçi, görevinde bağımsızdır. İç denetçiye asli görevi dışında hiçbir görev verilemez ve yaptırılamaz. İç denetçiler, raporlarını doğrudan üst yöneticiye sunar. Bu raporlar üst yönetici tarafından değerlendirilmek suretiyle gereği için ilgili birimler ile malî hizmetler birimine verilir. İç denetim raporları ile bunlar üzerine yapılan işlemler, üst yönetici tarafından en geç iki ay içinde İç Denetim Koordinasyon Kuruluna gönderilir.

Kanun iç denetçinin nitelikleri ve atanması ile ilgili mevzuatı da yenileyerek, en az dört yıllık yükseköğrenim görmüş olmak, kamu idarelerinde denetim elemanı olarak en az beş yıl veya İç Denetim Koordinasyon Kurulu tarafından belirlenen alanlarda en az sekiz yıl çalışmış olmak, mesleğin gerektirdiği bilgi, ehliyet ve temsil yeteneğine sahip olmak, maddelerini eklemiştir.

Türkiye’de 5018 Sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanunu yayınlanmış olup, söz konusu kanun metnine bakıldığında ana çerçevenin Uluslararası İç Denetim Meslekî Uygulama

Standartları ile uyumlu olduğu görülmektedir. Kanun metninde kurumsal yönetim, iç kontrol sistemi ve iç denetim faaliyetlerinin uluslararası ölçekte kamu kuruluşları ekseninde yapılandırıldığı, Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin (KİT) ise kapsam dışında bırakıldığı anlaşılmaktadır. Bu noktada KİT'lerin klasik kamu hizmeti gören kurumlar ile özel sektör teşebbüsleri arasında farklı bir yapı ve misyon üstlenmesi gibi şartlar nedeni ile kendine özgü koşullar çerçevesinde kurumsal yönetim, iç kontrol sistemi ve iç denetim birimlerinin yapılandırılması gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Nitekim dünya üzerinde KİT'lerin çok çeşitli ölçek ve organizasyon yapısı ile tek bir tipte yapılandırılmaması, sermaye, denetim, yönetim ve sahiplik fonksiyonları açısından farklı bir kulvarda değerlendirildiklerini ortaya çıkarmaktadır. Yine Türkiye örneğinde görüleceği üzere anılan konuların KİT'lerde yapılandırılması amacı ile çeşitli idari ve yasal düzenlemelerde tavsiye niteliğinde öneriler yapılmakta iken, Kamu İktisadi Teşebbüsleri ve Bağlı Ortaklıklarının 2014 Yılına Ait Genel Yatırım ve Finansman Programının Tespiti Hakkında Kararın (08.11.2013 tarih ve 28815 sayılı RG) yayınlanması ile kurumsal yönetim, iç kontrol sistemi ve iç denetim birimlerinin yapılandırılması bir zorunluluk hâline gelmiştir. Bu karar ile birlikte, Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin görevlerine risk yönetim sistem ve süreçlerinin kurulmasında, geliştirilmesinde ve iyileştirilmesinde yönetime danışmanlık yapmak, risklerin belirlenmesi ve yönetilmesi sürecinde tavsiyelerde bulunmak, risklerin ve kontrol eksikliklerinin tanımlanması, değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi konusunda rehberlik yapmak, tanımları eklenmiştir.

Bu önemli mevzuatın haricinde ülkemizde iç denetim ile ilgili Bankacılık Kanunu'nda da çeşitli yasal düzenlemeler mevcuttur. 2000'li yıllardan itibaren ulusal bankacılık sektöründe iç denetim ile ilgili olarak yapılan yasal ve idari düzenlemelerle (kanun ve yönetmelikler) geleneksel teftiş anlayışından iç denetim anlayışına doğru bir değişim yaşanmıştır.

Bu konu da 08 Şubat 2001 tarihinde BDDK'nın yayımladığı "**Bankaların İç Denetim ve Risk Yönetim Sistemleri Hakkında Yönetmelik**" bir milat olurken, iç denetim konusu 01 Kasım 2005 tarihinde yürürlüğe giren 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'na girmiş ve bu kanuna istinaden BDDK tarafından yayımlanan 11 Temmuz 2014 tarihli "**Bankaların İç Sistemleri Ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik**" ile iç denetimle ilgili ileri düzeyde yeni düzenlemeler yapılmıştır.

Bu yasal ve idari düzenlemelerde yönetim kuruluna bağlı olmak üzere ve denetim komitesinin gözetiminde iç denetim birimi oluşturulması ve bankalarda iç denetim görevinin iç denetim biriminde görevli iç denetçiler tarafından yapılacağı hükmüne yer verilmiştir.

Bankacılık sektöründe günümüzdeki iç denetim uygulamalarını şekillendiren ilk kanun maddeleri 4389 sayılı kanun yerine çıkarılan 01 Kasım 2005 tarih ve 25983 mükerrer sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda yer almıştır. İç Sistemler başlığı altındaki ikinci bölümde; 29. maddede bankaların, maruz kaldıkları risklerin izlenmesi, kontrolünün sağlanması, faaliyetlerinin kapsamı ve yapısıyla uyumlu ve değişen koşullara uygun, tüm şube ve konsolidasyona tâbi ortaklıklarını kapsayan yeterli ve etkin bir iç kontrol, risk yönetimi ve iç denetim sistemi kurmak ve işletmekle yükümlü oldukları hüküm altına alınırken, iç denetim sistemi başlıklı 32. maddede; “bankaların bütün birim, şube ve konsolidasyona tâbi ortaklıklarını kapsayan bir iç denetim sistemi kurmak zorunda oldukları” belirtilerek “bu çerçevede faaliyetlerin mevzuata, ana sözleşmeye, iç düzenlemelere ve bankacılık ilkelerine uygunluğu, banka müfettişleri tarafından denetlenir” ifadesine yer verilmiştir. “İç denetim faaliyetlerinin, tarafsız ve bağımsız bir şekilde, gerekli meslekî özen gösterilerek, yeterli sayıda müfettiş tarafından yerine getirileceği” hüküm altına alınmıştır. İç denetimle görevli birimce veya yetkili müfettişlerce bu kanunun 29. maddesinin ikinci fıkrası kapsamında düzenlenecek iç denetim raporunun, en az üçer aylık dönemler itibarıyla ve denetim komitesi aracılığıyla yönetim kuruluna sunulmasının zorunlu olduğuna yer verilmiştir.(Ceran ,2009,170).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda yer alan düzenlemelere dayanılarak BDDK tarafından hazırlanarak;

- 01 Kasım 2006 tarih ve 26333 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren ve daha sonra
- 14 Haziran 2007 tarih ve 26552 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan “**Bankaların İç Sistemleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik**”
- 30 Kasım 2008 tarih ve 27070 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan “**Bankaların İç Sistemleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik**” ile değiştirilen “**Bankaların İç Sistemleri Hakkında Yönetmelik**”
- 11 Temmuz 2014 tarih ve 29057 sayılı “**Bankaların İç Sistemleri Ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik**”

ile düzenleme anlamında bankacılıkta geleneksel teftiş anlayışı ile iç denetim arasındaki bağları büyük oranda koparması açısından da oldukça önemlidir (Ceran 2009,170).

Bankalarda iç denetim görevi, iç denetim birimi tarafından yürütülmektedir. İç denetim biriminde bankanın büyüklüğüne, faaliyetlerinin karmaşıklığına, yoğunluğuna, kapsamına ve risklilik düzeyine bağlı olarak, 5411 sayılı kanun ve ilgili mevzuat ile banka içi düzenlemelerde öngörülen denetim hizmetlerinin aksatılmadan ve bu hizmetlerin gerektirdiği seviyede yerine getirilmesi amacıyla yeterli sayıda müfettiş ve iç denetim elemanının çalıştırılması gerekmektedir (BDDK, 2006).

İç denetim biriminin yapacağı uygunluk ve performans denetimleri sayesinde bankalarda etkin bir iç kontrol sistemi oluşturularak, bankaların yasal ve kendi iç düzenlemelerine uygun faaliyet göstermeleri sağlanacak, yasal yaptırımlarla karşılaşmaları önlenmiş olacaktır. Böylece de gelir kayıplarının ve maddi kayıpların oluşmasına, engel olunarak, hile ve suiistimal girişimlerinden kaynaklanan riskler azaltılacak, bankanın itibarının korunmasına katkılarda bulunulacak, bankanın kar ve performans hedeflerine ulaşmasına olanak sağlanmış olacaktır.

5. SONUÇ

Bu çalışma genel olarak iç denetimin tarihsel gelişimini hem küresel ölçekte hem de Türkiye bazında yansıtırken, kısmi olarak dikkat çeken gözlemler ve detaylar ile karşılaşmıştır. Öncelikle, iç denetimin çıkış noktasından da anlaşıldığı üzere, muhasebe ve finans denetimleri iç denetim fonksiyonunun kökenini oluşturmaktadır. Çok eski tarihlerde, iç denetim faaliyetleri sadece kayıtların ve hilecilik işlemlerinin kontrolünden ibaretti. Ayrıca, iç denetim aktivitelerinin muhasebe fonksiyonu ile ilişkilendirilmesi ve akabinde dış denetim faaliyetleri ile güçlü bir ilişkiye sahip olduğu algısı bulunmaktaydı. Bu dönemlerde, iç denetim fonksiyonlarının odak noktası finansal raporların kontrol edilmesi ile sınırlı kalmıştı. Bu durum 19. yüzyıldan itibaren firmaların iş hacimlerinin artması ve farklı coğrafik bölgelere yayılmaları ile değişmeye başlamıştı, çünkü firma yönetimlerinin sınırlı imkanları gerçekleştirilen tüm operasyonların kontrol edilmesini mümkün kılmamaktaydı. Bu nedenlerden ötürü, iç denetimin faaliyetleri kapsamlı hale gelerek, daha bütüncül yaklaşımlar öne sürülmeye başlandı.

Türkiye açısından ise iç denetim kavramının daha çok batıdan entegre olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle, yasal çerçeve kapsamındaki birçok uygulamanın Avrupa'daki örnekler doğrultusunda yürürlüğe alındığı iç denetimin Türkiye tarihindeki gelişimi içerisinde anlaşılmaktadır. Ayrıca, iç denetimin küresel gelişimine paralel olarak Türkiye perspektifinden de iç denetim organizasyonlarının kurulması ve sosyo-kültürel çevre içerisindeki etkin rolleri, iç denetimin Türkiye tarihi içerisindeki önemli kilometre taşlarından olmuştur. Diğer taraftan

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile birlikte iç denetim kapsamında yer alan hükümler uluslararası standartlara daha uygun bir biçime getirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, 5018 sayılı kanun sayesinde iç denetimin fonksiyonu, iç denetçinin yetkinlikleri ve görevleri ile ilgili soru işaretleri kaldırılmaya çalışılmıştır. Ancak, iç denetim fonksiyonları teknolojinin ve küresel gelişmelerin de katkıları ile yeniliğe açık olduğundan, kanunlar da değişim eğilimindedir.

KAYNAKÇA

- Bankacılık Kanunu, Kanun Numarası 5411, Kabul Tarihi 19.11.2005, Sayı 25983, Cilt 45, ss. 9537-9562
- BDDK [Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu] Bankaların İç Sistemleri ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik, 11 Temmuz 2014, Sayı: 29057; erişim tarihi; 15.11.2018
- BDDK [Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu], “Bankaların İç Sistemleri Hakkında Yönetmelik”, 26333 sayılı Resmi Gazete 2006, erişim tarihi; 15.11.2018
- Carey, J.L.(1969), The Rise of the Accounting Profession: From Technician to Professional (New York: American Institute of Certified Public Accountants).
- Ceran Y.(2009), “Türk Bankacılık Sektöründe İç Denetim”, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:2, Sayı: 2, s.168-178
- Chapman, C., and Anderson, U.(2002), Implementing the Professional Practices Framework (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors).
- Egin, H., Selimoğlu, S.K., Tolkun, A.(2016), “KİT’lerde Kurumsal Yönetim Etkinliğinin Arttırılmasında İç Kontrol ve İç Denetim Faaliyetlerinin Rolü: Bir Araştırma” Sayı:49, ss. 1-28
- Eşkazan, A.R.(2002); “Sektör Reel, ya İç Denetim?”, İç Denetim, Sayı: 4, ss. 24-25.
- Eşkazan, A.R.(2003); “İç Denetimin Değişen Dünyasında İç Denetçiler”, Sayı: 6.
- Flesher, D.L., and E.R. McIntosh, 60 Years of Progress Through Sharing. 10-Year Supplement to 50 Years of Progress Through Sharing, 1991-2001 (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors, 2002).
- GÖK, M .(2015). “Türkiye’de Kamu İç Denetim Sistemi: Yapı Ve Performans Açısından Bir Değerlendirme.” Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13 (3), 482-502.
- Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunu, Kanun Numarası 5018, Kabul Tarihi 10.12.2003, Sayı 25326, Cilt 42, ss. 8659-8689
- Kepekçi, C.(1982); “İşletmelerde İç Kontrol Sisteminin Etkinliğini Sağlamada İç Denetimin Rolü”, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları No. 251/171, Eskişehir.
- Krogstad, J., Ridley A.J., and Rittenberg L.E.(1999) “Where We’re Going,” Internal Auditor, pp. 28-33.
- Matyjewicz, G.; D’Arcangelo, J. R.(November/December 2004); “ERM-Based Auditing”, Internal Auditing, pp. 1-11.
- Mautz, R.K.(1964), Fundamentals of Auditing, 2nd Ed. (New York: John Wiley & Sons, Inc.).
- Mautz, R.K., and Sharaf, H.A.(1961), The Philosophy of Auditing (Sarasota, FL: American Accounting Association).
- McNamee, D., and G.M. Selim(1998) Risk Management: Changing the Internal Auditor’s Paradigm (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors Research Foundation).
- Porter, M.E.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (New York: Free Press).
- Porter, M.E.(1998), Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction (New York: Free Press).
- Ramamoorti S.(2003), Internal Auditing: History, Evolution, and Prospects(The Institute of Internal Auditors)
- Ramamoorti, S., and R.O. Traver(1998), Using Neural Networks for Risk Assessment in Internal Auditing: A Feasibility Study (Altamonte Springs: The Institute of Internal Auditors Research Foundation).
- Rittenberg, L.E., and M. Covalleski(1997), The Outsourcing Dilemma: What’s Best for Internal Auditing (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors Research Foundation).
- Seviğ, V.(29 Ağustos 2006); “Türkiye’de İç Denetim Olgusu ve Kamusal İç Denetim”, Dünya Gazetesi.
- Smith, C.A.(1933), Internal Audit Control (Austin, TX: University Cooperative Society).
- Standards for the Professional Practice of Internal Auditing (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors, 2002b) [Online] www.theiia.org.

Tillinghast-Towers Perrin Study. Enterprise Risk Management: Trends and Emerging Practices (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors Research Foundation, 2001).

Uzay Ş.(1999), “İşletmelerde İç Kontrol Sistemini İncelemenin Bağımsız Dış Denetim Karar Sürecindeki Yeri ve Türkiye’deki Denetim Firmalarına Yönelik Bir Araştırma”, Sermaye Piyasası Kurulu, Ankara

Uzay, Ş., & Tanç, A.(2008), “Internal Auditing in Turkey: The Historical Development.” 12th World Congress of Accounting Historians. İstanbul.

Uzun, A.K.(2 Ekim 1995), “Açılış Konuşmaları”, Uluslararası İç Denetim Sempozyumu, İç Denetim Enstitüsü Türkiye Yayınları No: 1, İstanbul.

Uzun, A.K.(30 Temmuz 2007), “İç Denetim İle İlgili Düzenleme ve Uygulama Sürecinde Başarı İçin Yol Haritası”, Dünya Gazetesi.

Uzun, A.K.(Sonbahar 2006), “Türk Ticaret Kanunu Tasarısı ve İç Denetim”, İç Denetim, Sayı:16, pp. 44-45.

Ekler

Tablo-6: Türkiye İç Denetim Enstitüsü Tarihsel Olaylar

Türkiye İç Denetim Enstitüsü'nün Tarihsel Gelişimi	
1995	Ali Kâmil Uzun liderliğinde 19 Eylül 1995 yılında kuruldu
1996	Uluslararası bir statü kazanıldı. European Confederation of Institutes of Internal Auditors (ECIIA)'a üye olundu.
1997	İlk iç denetim kongresi "Yönetimin Geliştirilmesinde İç Denetim" başlığı altında yapıldı.
1998	Kabine kararı ile Türk İç Denetim Enstitüsü oldu. Uluslararası İç Denetim Standartları/Kırmızı Kitap Türkçe'ye çevrildi.
1999	Temmuz ayında www.tide.org.tr adı altında yeni bir platform oluşturuldu. IIA üyelik rekabetinde Türkiye'yi onurlandırarak 1. seçti.
2000	Avrupa' 2000 Avrupa İç Denetim Konferansı organize edildi. Mayıs ayında ilk 'CIA' sertifikasyon sınavları organize edildi.
2001	Eylül ayında "İç Denetim Dergisi", İç Denetim Mesleğinin sesi olarak yayına girdi.
2002	IIA için bir merkez ofis kuruldu. 6. ulusal İç Denetim Konferansı 30 ve 31 Mayıs tarihlerinde "Kurumsal Yönetişim ve İç Denetim" teması altında yapıldı.
2003	IIA 2002-2003 Yayın Yarışmasında haber bülteni kategorisinde Türkiye'ye onur derecesi verdi.
2004	Türkiye İç Denetim Enstitüsü İstanbul'da 28 ülkenin katılımı ile gerçekleştirilen Avrupa İç Denetim Kongresine ev sahipliği yaptı.
2005	Mayıs ayında CIA sınavı Türkçeye çevrildi. Türkiye İç Denetim Enstitüsü "Ulusal Statü" kazandı. 9 Eylül'de Ulusal İç Denetim Konferansında Türkiye'de İç Denetimin Yol Haritası teması işlendi
2007	IIA, tüm iç denetçileri temsil eden organizasyon, Türkiye İç Denetim Enstitüsü'nün iç denetim mesleğine yaptıkları yenilikçi katkılardan ötürü takdir etti.
2008	CIA sınavları bilgisayar destekli yapılmaya başlandı ve ilk denetim kulübü Marmara Üniversitesi'nde kuruldu.
2009	CCSA, CFSA, CGAP sınavları bilgisayar destekli yapılmaya başlandı.
2010	İlk akademik forum Marmara Üniversitesi'nde düzenlendi. TİDE yayıncılık sertifikası alarak mesleki yayıncılık faaliyetlerine başladı. TİDE yayınlarının ilk kitabı yayımlandı. TİDE akademi kuruldu.
2011	İç Denetim alanında farkındalık yaratan kişi ve kurumlara TİDE tarafından "İç Denetim Farkındalık Ödülleri" verilmeye başlandı.
2012	TİDE yayını ilk İç Denetim kitabı yayımlandı. TİDE Kurumsal Tarih kitabı yayımlandı.
2013	TİDE Gelecek Okulu-TİDE GO programı hazırlandı.
2014	Türkiye İç Denetim Enstitüsü Müzesi, TİDE resmi internet sayfasında sanal müze olarak izlemeye açıldı. TİDE Gelecek Okulu etkinlikleri başladı. TİDE, IIA tarafından ilk defa verilmeye başlanan Farkındalık Özel Ödülü ile ödüllendirildi. TİDE Akademik İlişkiler Komitesi faaliyetleri IIA tarafından tüm dünya ülkelerine örnek gösterildi. Ali Kamil Uzun Yaşam Boyu Meslek Üstün Hizmet Ödülü verilmeye başlandı. TBMM'de Kamu İç Denetim Konferansı düzenlendi.
2015	TİDE Gelecek Okulu etkinliklerinden ilk Gelecek Zirvesi gerçekleştirildi. IIA tarafından ikinci kez Farkındalık Özel Ödülü ile ödüllendirildi. Mayıs ayının ikinci haftası Ulusal Farkındalık Haftası olarak kabul edildi ve kutlanmaya başladı. ECIIA tarafından Enstitümüze Onur Ödülü(ECIIA Award of Honor) verildi. Türkiye İç Denetim Kongresi uluslararası olarak yapılmaya başlandı. İlk Uluslararası Türkiye İç Denetim Kongresi gerçekleştirildi.
2016	İlk Uluslararası Akademik Forum Boğaziçi Üniversitesi'nde gerçekleştirildi. TİDE, IIA tarafından üçüncü kez Farkındalık Özel Ödülü ile ödüllendirildi. Küresel temel mesleki yayınlar olan; Sawyer's İç Denetçiler için Rehber, COSO İç Kontrol Bütünleşik Çerçeve ve GLEIM CIA Online Türkçe olarak yayımlandı. Marmara Üniversitesi ile imzalanan protokol ile ilk defa lisans düzeyinde TİDE tarafından tasarlanan TİDE İç Denetim Seminerleri akademik eğitim programının 2016-2017 Eğitim-Öğretim döneminde başlatılması uygun görüldü. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Denetimi Yüksek Lisans Programı IIA-Internal Audit Education Partnership(IAEP) Programına Türkiye'den kabul edilen ilk akademik eğitim programı oldu. TİDE, Bağımsız bir kuruluşa yaptırdığı Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi sonucu ilk Kurumsal Yönetim Notunu açıkladı. TURCOMONEY Dergisi tarafından TİDE'ye "Türkiye'ye Değer Katanlar Ödülü" verildi.
2017	Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği tarafından Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi yaptıran STK'ları arasında en yüksek nota sahip sivil toplum kuruluşu olarak TİDE Kurumsal Yönetim Ödülü'ne layık görüldü.

(Kaynak: www.tide.org.tr)

Citation: Berkün S. (2018), Bir Kent Yönetim Modeli Olarak Türkiye’de Yavaş Şehirler Ve Halkın Farkındalığı: Isparta Örneği, BMIJ, (2018), 6(4): 1417-1433 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.399>

BİR KENT YÖNETİM MODELİ OLARAK TÜRKİYE’DE YAVAŞ ŞEHİRLER VE HALKIN FARKINDALIĞI: ISPARTA ÖRNEĞİ

Sanem BERKÜN¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 07/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 01/01/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Küreselleşmenin şehirleri standartlaştırmasına, alternatif bir kent yönetim modeli de Yavaş Şehir’dir. Yavaş şehirler, kentlilere; daha kaliteli ve sürdürülebilir kentsel kalkınma anlayışıyla yönetilen bir kentte, teknolojik yenilikleri doğa dostu ilkelerle günlük yaşamlarına katarak yaşama imkânı sunmaktadır. Dünya üzerinde 30 farklı ülkede 252 yavaş şehir bulunmakta ve bu sayı hızla artmaktadır. Bu çalışma ile bir kent yönetim modeli olan yavaş şehirlerin Türkiye’de ki gelişim süreci değerlendirilmektedir. Bu kapsamda çalışmada öncelikle kavramsal çerçeveye yer verilmektedir. Daha sonra Türkiye’de yavaş şehir akımının gelişimi ve Türkiye’de bulunan yavaş şehirler incelenmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise Türkiye’de iki yavaş şehir unvanına sahip ilçesi bulunan Isparta ili merkezinde yapılan alan araştırması ile yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi öğrenilmeye çalışılmaktadır. Yapılan alan araştırması ile halkın yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyinin oldukça sınırlı olduğu saptanmış olan bu çalışma ile yavaş şehirlerin sunabileceği açılımlara dikkat çekmek ve yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalığı artırmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yavaş Şehir, Kentleşme Modelleri, Yerel Kalkınma

Jel Kodları: H700, Q58

CITTASLOW IN TURKEY AS AN URBAN MANAGEMENT PATTERN AND THE AWARENESS OF THE PUBLIC: ISPARTA CASE

ABSTRACT

An alternative urban management model for the standardization of the cities as a result of globalization is ‘Cittaslow’. Cittaslows provide the urbanite the opportunity to live in a city managed by a more qualified and sustainable urban development mentality and where technological innovations are embedded into daily lives with nature friendly principles. There are 252 cittaslow in 30 different countries in the world and the number is increasing rapidly. In this study, the development process of cittaslow in Turkey as an urban management pattern is studied. In this context, the conceptual framework is included primarily. Next, the development of cittaslow trend in Turkey and the cittaslows in Turkey are analyzed. In the last part of the study, the awareness level and information about the cittaslow is checked on with a field study done in city center of Isparta, which has two cittaslow districts in Turkey. The present study which shows that information and awareness levels of the public about cittaslow are quite limited aims to increase the information and awareness about cittaslow and to draw attention to the initiations that can be provided by these cities.

Keywords: Cittaslow, Urbanization patterns, Local Development

Jel Codes: H700, Q58

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, sanemberkun@mynet.com
sanemberkun16@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-9254-1669>

1. GİRİŞ

Dünya nüfusunun gitgide çoğalan bir bölümü kentlerde yaşamakta, özellikle kalabalık kentlerde yaşam kalitesinde önemli azalmalar gözlenmekte ve yaşanan sorunlar gitgide karmaşık bir hale bürünmektedir. Dünyanın birçok yerinde görülen benzer problemler; insanlığı geleceği için kent merkezli çözümler aramaya yöneltmiştir. Modern dünyanın ortaya çıkardığı sorunlara yönelik üretilen alternatif çözümlerden biri de yavaş şehir olarak isimlendirilmiştir.

Modern dünyada kentler birçok açıdan aynı görünüme bürünerek özgünlüklerini kaybetmektedir. İtalya’da oluşmuş, zaman içerisinde dünyaya yayılmış yavaş şehirler: aynı görünüme bürünmüş birçok kentten farklılık gösterebilmesinde, şehirlerin özgünlüklerini doğru belirlenmesi ve koruması için stratejiler geliştirmesini sağlamak istemektedir. Yavaş şehirlerin oluşumu yakın bir tarihsel geçmişe sahip olmakla birlikte sürdürülebilir kalkınma ve iyi yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik hedefleri onları dünya genelinde hızla yaygınlaştırmıştır. Çünkü yavaş şehir felsefesi sürdürülebilir bir kentleşme stratejisi sunmakta ve dünyanın bir miras değil emanet olduğu düşüncesi ile bizlerin ihtiyaçlarını karşılarken, gelecekte aynı yerde yaşayacak insanları ve onların yaşam kalitelerini de göz ardı etmemektedir. Keza yavaş şehirler kentin ekonomik, kültürel, sosyal ve politik hedeflerini kentte refahı artıracak şekilde belirlemekte, çevrenin ve doğal kaynakların korunmasını desteklemektedir.

Çalışma ile yavaş şehir akımının Türkiye’deki gelişim süreci değerlendirilmekte, Türkiye’de sunabileceği açılımlar irdelenmekte ve yavaş şehirlere yönelik bilgi, farkındalığın artırılması hedeflenmektedir. Türkiye’de bulunan 15 yavaş şehirden ikisi, Isparta ili sınırları içerisinde yer almaktadır. Isparta ili merkezinde yapılan alan araştırması ile yavaş şehirlere yönelik halkın bilgi ve farkındalık düzeyinin öğrenilmek istendiği çalışma bulguları ışığında, yavaş şehirlerin sunabileceği açılımlardan yararlanabilmek için gerekenler hakkında ipuçları aranmaktadır.

2. YAVAŞ ŞEHİR KAVRAMI VE YAVAŞ ŞEHİRLERİN GELİŞİMİ

Günümüz toplumlarında nüfusun gitgide çoğalan bir bölümü, modern dünyanın birçok ‘aynılaşmış’ kentinden birinde, asgari çevre kalitesinde yaşamaktadır. Bu kentlerde öne çıkan sorunlardan bazıları; çevre kirliliği, doğal kaynakların tükenmesi, işsizlik, gecekondulaşma, trafik tıkanıklıkları, güvenlik sorunları, sağlıksız ve işlenmiş gıdalarla beslenmek durumunda kalma olarak sıralanabilir (Berkün, 2018: 205). Farklılıkların törpülenmesi, yerel kimliklerin ve özelliklerin kaybedilmesi, bu değişimin istenmeyen diğer sonuçları arasındadır (Özgenç, 2012: 79-92). Dünyanın birçok yerinde görülen ve yukarıda birkaçına değinilen benzer

problemler; insanlığı geleceği için kent merkezli çözümler aramaya yöneltmiş, modern dünyanın ortaya çıkardığı sorunlar alternatif kent modellerinin tartışılması ve üretilmesini gerekli hale getirmiştir.

Yavaş şehir (slow cities/cittaslow) sürdürülebilir kentleşme için üretilen yaklaşımlardan biridir. Bu modelde, birçok aynı görünüme bürünmüş kentten farklılık gösterebilmesinde, şehirlerin özgünlüklerini doğru belirlenmesi ve korunması için stratejiler geliştirilmektedir. Öte yandan yerel değerlere sahip çıkılarak, bu değerlerin korunması ve geliştirilmesi için çaba harcanmaktadır (Sırım, 2012: 120). Bu kentlerde yenilenebilir doğal kaynakların sürdürülebilir olarak kullanılmasına, ekosistemin işlevlerinin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına, zararlı emisyonların kritik eşik değerlerin altında kalmasına ve çevreye geri dönüşü olmayan zararlar verilmemesi koşuluyla ekonomik faaliyetlerin devam edebileceği bir kalkınma stratejisinin benimsenmesinin gerekliliğine işaret edilmektedir (Daly, 1990: 2).

Roma'da ayaküstü atıştırmanın (fast food) yaygınlaşmasına karşı bir duruş olarak "Yavaş Yemek" (slow food) akımı doğmuş ve bu akımın başarısı sonucunda İtalyanlar, yavaş şehir (Cittaslow) hareketini 1999 yılında İtalya'da başlatmışlar ve "yavaş şehir" ağını kurmuşlardır (Pearce, 2011: 150; Raadstrom, 2011: 390). "Yavaş Şehir Uluslararası Ağı", nüfusu 1.500 ile 50.000 arasında olan küçük kentlerin veya büyük kasabaların dâhil olabildiği uluslararası bir ağıdır (Özkan, 2011: 25). Yerel kimlik ve özelliklerini koruyarak gelişmek isteyen kasabaların ve kentlerin katıldığı birlik İtalyanca Citta (Şehir) ve İngilizce Slow (Yavaş) kelimelerinden oluşan cittaslow yani "yavaş şehir" yada "sakin şehir" anlamına gelen ismi kullanmaktadır (Günerhan vd., 2010: 32-33). Birliğin merkezi Orvieto kentindedir ve yavaş şehir olarak tanımlanmak istenen şehirlerin değerlendirilmesi bu birlik tarafından yapılmaktadır (www.cittaslow.org; Çerçi, 2013: 90). Kent ve çevre arasındaki uyumlu ilişkinin sürdürülebilir kentleşme açısından önemine dönük ilginin artmasıyla ve planlama ve kent tasarımında yavaş şehirler, küçük kentler için hızla yaygınlaşan bir kent yönetim modeli halini almış ve yerel boyutta kurulmuş olan bu ağ, uluslararası bir harekete dönüşmüştür (Miele, 2008: 136).

Yöre sakinlerinin yaşadıkları yere karşı öz bilinç oluşturmasından hareketle yöresel gelişimi destekleyen bir akım olan yavaş şehir, yerel farklılığı ve bölgenin kendine özgü unsurlarını önemsemektedir (Mayer & Knox, 2006: 322-330). Başka bir ifade ile yavaş şehir felsefesi, küreselleşen dünyada modernleşme yolunda ilerlerken, yerel değerlerini ne şekilde korunması gerektiğini göstermektedir (Miele, 2008: 137). Bu bakış açısı yavaş şehir akımının amblemine de yansımıştır. Amblem; tarihi şato, beton binalar ve salyangozdan oluşmaktadır.

Tarihî şato geçmişten gelen kültürel değerleri, betonarme binalar ise benzer ve çirkin görünümüne bürünen, yaşanılması zor olan çağdaş medeniyeti ifade etmektedir. Bu iki karşıt düşünceyi ifade eden iki sembolün önündeki salyangoz ise oluşan bu hayat tarzına yönelik geliştirilen eleştiriyi imgelemekte ve kent yönetiminde, sakinlik ve tarihî mirasa saygıyı vurgulamaktadır. Şekil 1’de de görüldüğü gibi bu görüntünün altında İtalyanca ve İngilizce karışımı “Yavaş Şehir” anlamındaki “Cittaslow” yazısı bulunmaktadır (Özgenç, 2012: 112-113).



Şekil 1: Yavaş Şehir Amblemi

(Kaynak: <http://www.cittaslow.org>)

Pink’e göre yavaş şehirler; çevreyi koruyan ve çevresel değerleri geliştiren, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu olarak kenti yöneten, gıda üretiminde doğal ve çevre dostu teknikleri kullanan yerel yönetim modelini benimsemiş yerleşimlerdir (Pink, 2008: 98). Mayer & Knox ise alternatif bir kentsel gelişme yaklaşımı olarak tanımladıkları yavaş şehir modelinde; yerel halkın yaşadıkları yere aidiyetlerinin güçlendirilmesiyle, kentsel gelişimin sağlanacağı görüşündedir (Mayer & Knox, 2006: 324-325). Honore’e göre yavaş şehir; kentsel gelişimde geleneksel olanı korumakta ve modern dünyanın kazanımlarından da tümüyle yararlanılmaktadır (Honore, 2008: 89). Tüm bu tanımlamalarda da anlatılmak istendiği üzere yavaş şehir; insanların birbiriyle iletişim kurarak sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, sürdürülebilir, geleneklerine sahip çıkan ve teknolojinin kolaylıklarından yararlanan bir kentleşme modelidir (Ünal & Zavalı, 2016:900).

Birliğin temel felsefesi birlik tüzüğü ile ilan edilmiştir. 28 madde ve 5 ek belgeden meydana gelen Uluslararası Yavaş Şehir Tüzüğü, birliğin kuruluşu, organları, katılım için yerine getirilmesi gereken kriterler, üyelerin sorumlulukları, logo ve fon kullanımları gibi bir

çok alanda tanım ve ilkeleri ortaya koymaktadır(Sırım, 2012: 123). 50.000'den az nüfusu olan küçük kentler, belediyeleri aracılığıyla birliğe başvurmakta ve üyelik, birliğin kentsel, toplumsal, çevresel, kültürel konularda oluşturduğu kriterlerin en az %50'sini hayata geçirmiş olması koşuluyla gerçekleşmektedir (Çakar, 2016: 26). Adayların başvurusunun kabul edilmeden önce Uluslararası Cittaslow Birliği'nin ülke temsilciliği tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir. Kriterler sekiz başlık altında toplanmış olup her başlık çerisinde diğer gereksinimler belirtilmektedir (Tayfun & Acuner, 2014: 48). İmzalanan sözleşmede belirlenmiş kriterler başlıklar halinde şöyle sınıflandırılabilir (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 130; Keskin, 2015: 64; Çerçi, 2013: 95-96; Özkan, 2011: 52-86; Çakar, 2016: 29-30; Ünal, 2016: 19; Raadstrom, 2011: 316):

Çevre Politikaları (11 Madde): Çevre politikaları kriterleriyle, çevre kirliliğinin, kentte yaşayan insan sağlığı üzerinde yaratacağı olumsuz etkilerin azaltılmasını, enerji kullanımının çevreye vereceği zararların önüne geçilmesini ve sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımının artırılmasını hedeflemektedir. Bu kapsamda yerel yönetimlerin çevre kirliliğini önlemek için alacağı önlemler değerlendirilmekte ve kentsel çevre kirliliklerini kontrol altına almaları istenmektedir. Kentsel ve evsel çöp atıklarının ayrıştırılması ve alternatif enerji kaynaklarının kullanılması beklenmektedir. Ayrıca yerel yönetimlerin çevre yönetimi sistemlerinin benimsenmesi de teşvik edilmektedir.

Altyapı Politikaları (13 Madde): Altyapı politikaları kriteri, kentin yaşam kalitesini önemli derecede etkileyen altyapı konuları ele almaktadır. Bu kapsamda tarihi ve kültürel mekânların korunması ve yaşanır hale getirilmesi, ulaşım stratejilerinin daha çevreci oluşturulması ve doğal ürün ticaretini desteklemesi gerekmektedir. Yerel yönetimler yapacakları yenilik ve düzenlemelerle kendi kentlerinin potansiyelleri doğrultusunda belli ölçülerde altyapı alanında belirlenmiş kriterleri gerçekleştirmekle yükümlüdürler.

Teknolojiden Yararlanılarak Kent Kalitesinin İyileştirilmesi Çalışmaları (9 Madde): Bu kriter insanların kent hayatından kopmaları ve teknolojiyi yaşamlarından çıkartıp daha ilkel yöntemlerle yaşamaları anlamına gelmemektedir. Aksine bilişimi ve teknolojiyi daha çevreci bir yaşam biçimine entegre etmeyi öngörmekte ve kentsel kalite için teknolojinin ve teknolojik altyapıdaki tesislerin kurulması teşvik edilmektedir. Metin içerisinde sıklıkla vurgulanan yavaşlık kavramı daha iyi bir yaşam kalitesine vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda; tüm kenti fiber optik kablolu ve kablosuz sistemlerle donatmak, vatandaşların internet yolu ile bilgilenmelerine yardımcı olmak ve isteyenlerin evden çalışmalarını (telework, homeoffice) sağlamak istenmektedir. Çevre politikaları ile uyumlu yeni teknolojiler desteklenmektedir.

Yerel Ürünlerin ve Üretimin Desteklenmesi Faaliyetleri(11 Madde): Bu kriter kapsamında, organik çiftçiliğin geliştirilmesi için gerekli planların yapılması, yerel ve geleneksel ürünlerin desteklenmesi, sertifikalandırılması ve tanıtılması, yerel mutfak kültürünün yaygınlaştırılması, geleneksel zanaatların yaşatılması, doğal alanların korunması ve bu konuda bilincin artırılmasına yönelik çalışmaların gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Kriterler arasında yerel üretimi yaygınlaştırmak ve kente ekonomik girdi sağlayacak her türlü yerel etkinliği ve üretimi desteklemek gibi sorunluluklar yanında kentlerin dış güçlere ve ekonomilere bağlı olmaksızın kendi mikroekonomilerini oluşturmak, kendi üreticilerini direkt kendi müşterileri ile buluşturup aracısız temiz ekonomi yaratmak da bulunmaktadır.

Konukseverlik Ölçütü (5 Madde): Bu kapsamda halkı ve çalışanların konukseverlik konusunda eğitilmesi, turistik mekânların yönlendirme işaretleri ile kolay ulaşılabilir hale getirilmesi, mağazalarda dürüst ve basit ticaret kurallarının kullanılması, gezi programları ve yerleşim yerini tanıtıcı broşürler oluşturulup bunların nasıl edinilebileceği konusunda duyurular yapılması bulunmaktadır.

Farkındalık Ölçütü (3 Madde): Bu kapsamda kentin değerlerinin ve Cittaslow felsefesinin gelen ziyaretçiye en iyi şekilde tanıtılması hedeflenmektedir.

Slow Food Faaliyet ve Projelerinin Desteklenmesi Çalışmaları (7 Madde): Yerel ürünler ve geleneksel beslenme alışkanlıkları korunmak istenmektedir. Öte yandan Birlik farklı yeni kriterler de geliştirmiştir.

Yavaş şehirlerin gelişmesinin temelinde yavaş hareketi bulunmaktadır ve yavaş hareketi kültürel bir değişim, bir yaşam felsefesidir. Bizatihi tarifi ve özüyle yaşamın ta kendisidir. Birçok açılım sunabilecek yavaş şehirlerin, olumlu yansımalarının gerçekleşmesinde öğrenme, tanıma, bilinçlenme ve uygulama büyük bir önem taşımaktadır. Yavaş şehirlerin olumlu yönleri şu şekilde sıralanabilir(Sezgin & Ünüvar, 2011: 191; Olgun; 2016: 24-25; Özhancı vd., 2012: 164);

- Yavaş şehirler, modern ile geleneksel arasında bağlantılar kurarak kentsel yaşam kalitesini artırmaya çalışmaktadır.
- Yavaş şehirler, kentlerin, kendilerine özgü kaynaklarını ön plana çıkararak organik ürünlerin tüketimini teşvik etmekte ve insanların sağlıklı yaşaması için oldukça önemli açılımlar sunmaktadır.

- Yavaş şehirler, hazır gıda kullanımını azaltacak önlemler almakta, bu kapsamda kent insanının yaşam kalitesi, yiyecek kültürü göz önünde bulundurularak artırılmak istenmektedir.
- Yavaş şehirler, kentlerin ulusal kimliğine sahip çıkması için önemli çalışmalar yürütmekte ve bu kentleşme hareketiyle şehirlerin aynışmasının önüne geçilmek istenmektedir.
- Yavaş şehir akımının temel felsefesi insan odaklıdır. Daha yaşanılabilir bir dünya için yenilenebilir enerji kullanımı teşvik edilmektedir. Kaynakların kullanımı ve tüketimi yavaşlatılarak, sürdürülebilirliğin artırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca var olan çevrenin ve yeşil alanların korunarak artırılması, bisiklet ve yaya yolları sayısının artırılması, alternatif enerji kaynaklarının kullanılması ve çevreye dost mimarinin geliştirilmesi yavaş şehir olabilmek için zorunluluktur.
- Yavaş şehir akımıyla yerel kimlik canlandırılarak, şehir pazarlama politikalarının kalitesi ve verimliliği artmaktadır. Yerel ürünlerin pazarlamasındaki kolaylık bölge kalkınmasına önemli katkı sağlayacaktır.
- Hayatın giderek anlamsız olması ve aynışması insanların psikolojilerini olumsuz şekilde etkilemektedir. Buna göre yavaş şehir akımı bu aynışmayı ortadan kaldırmak için fırsattır.
- Yavaş şehirler, modern ve geleneksel olan arasında bağlantılar kurarak zaman yoksunluğu sorununa da çözüm üretmeyi amaçlamaktadır. İnsanın doğası ile uyumlu bir tempoyla yaşaması gerektiğini insanlara hatırlatmaktadır.

Öte yandan yavaş şehirlere yönelik çalışmalar hakkında halkın bilinçlendirilememesi durumunda, yürütülen faaliyetlerin ciddiye almaması riski bulunmaktadır. Ayrıca şehirler dışarıdan yavaş ve/veya elit görülerek yavaş şehir felsefesi yanlış anlaşılabilir (Ergüven, 2011, 208; Canlı, 2016: 45-47). Ancak tüm bu risk ve sorunlar uygun programların oluşturulması, yavaş felsefesinin doğru anlaşılması ve bu konuda farkındalığın artırılması için çaba gösterilmesi ile aşılabilir görülmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında ve yaşam kalitesinin artırılmasında yavaş şehirlerin sunacağı açılımlar, bu çabayı karşılar niteliktedir (Berkün, 2018: 212).

3. YAVAŞ ŞEHİRLER VE TÜRKİYE

Türkiye’de yavaş şehir akımının yansıması ilk kez İzmir’e bağlı Seferihisar’da görülmüştür. Uluslararası Yavaş Şehirler Birliği’nin kuruluşundan on yıl sonra, 28 Kasım 2009’da Seferihisar yavaş şehir unvanını almaya hak kazanmıştır. Bu tarihten günümüze

Seferihisar Belediyesi'nin girişimi ile Ulusal Koordinatörlük kurulması, Cittaslow Bilim Kurulu'nun oluşturulması gibi örgütlenme çalışmaları yürütülmektedir (Savaş Yavuzçehre & Donat, 2017: 302). 2010 yılında Sakarya Taraklı ilçesi, Çanakkale Gökçeada ilçesi, Aydın Yenipazar ilçesi ve Muğla Akyaka beldeleri, yavaş şehir ağına katılabilmek için çalışmalara başlamış, 2011 tarihinde Türkiye'deki Yavaş Şehir sayısı 5'e çıkmış ve böylece Türkiye'de Yavaş Şehir Ulusal Ağı kurulmuştur (Sırım, 2012:126).

Uluslararası Cittaslow Birliğine başvuru süreci Cittaslow Türkiye Ağı tarafından yürütülmekte ve nüfusları 50.000'den küçük, Cittaslow felsefesiyle uyumlu olarak yönetilen kentler üye olmak için başvuru yapabilmektedir. Bu süreçte öncelikle Uluslararası Cittaslow Başkanlığı'na yazılmış, aday kentin Cittaslow Birliği'ne üyeliğini açıklayan bir başvuru mektubu hazırlanmakta, mektubunun içeriğinde; kentin tanıtımı yapılmakta, yavaş şehir ağına başvurma neden ve gerekçeleri sıralanmaktadır. Ayrıca cttaslow kriterlerinden hangilerine hâlihazırda sahip olduğu başvuru mektubunda belirtilmeli ve kriterleri gerçekleştirmek için yürüttüğü projeler yer almaktadır (Sezgin ve Ünüvar, 2011:181).

Türkiye'de yavaş şehir unvanı taşıyan beldelerin sayısı 15 olmakla birlikte (Çorum İskilip, Siirt Aydınlar/Tillo gibi) birçok ilçe de bu unvanı edinmek için başvuru yapmış durumdadır (Yılmaz vd. 2016: 5). Türkiye'de bulunan yavaş şehirler şu şekildedir (cittaslowturkiye.org; listelist.com):

1. Çanakkale Gökçeada
2. Muğla Akyaka
3. Ordu Perşembe
4. Şanlıurfa Halfeti
5. İzmir Seferihisar
6. Artvin Şavşat
7. Sakarya Taraklı
8. Erzurum Uzundere
9. Aydın Yenipazar
10. Isparta Yalvaç
11. Kırklareli Vize
12. Isparta Eğridir
13. Bolu Göynük
14. Bolu Mudurnu
15. Sinop Gerze

Yerel yönetimler için sürdürülebilir bir kalkınma modeli sunan yavaş şehir ağı uluslararası bir belediyeler birliği ağıdır (Baldemir vd., 2013: 35). Bu özelliği ile yavaş şehirler; yerel yönetim birliklerinin sunduğu açılımlara sahiptir. Yerel yönetim birlikleri; ortak bazı yerel kamusal hizmetlerin daha etkin, verimli, sürekli ve kaliteli bir şekilde sunulması amacıyla ilgili kanununda gösterilen şekilde bir araya gelen ve karar ve yürütme organları bu yerel yönetimlerin tercihleriyle oluşturulan kamu tüzel kişileri şeklinde tanımlanmaktadır (Özhan & Yeter, 1995: 9; Eryiğit, 2016: 286). Yavaş şehir ünvanına sahip olmak isteyen yerleşim birimleri de, Cittaslow Türkiye Ulusal Ağı'nın yönlendirme ve deneyimlerinden yararlanmaktadır.

Yerelliklerini ve özgün dokularını kaybetmeden kentlere bir kalkınma modeli sunan yavaş şehirler; bazı kentlerin aşırı büyük, kalabalık ve karmaşık bir yapıya bürünerek tek tipleştiği Türkiye gibi ülkelerde sürdürülebilir kentleşmeye katkı sağlamaktadırlar. Türkiye'de yukarıda belirtilen 15 yerleşim biriminde, yavaş şehir kalkınma stratejileri ile turizmin ve ekonominin canlandığı görülmektedir. Türkiye'de bulunan yavaş şehirlerde yöre halkının daha yaşanabilir mekânlarda yaşama imkânına sahip olması çok önemli bir kazanımdır. 15 yerleşim biriminde, sürdürülebilirlikle uyumlu yavaş şehir politikaları ile çevre sorunlarının azaldığı, çarpık kentleşmenin önüne geçildiği, kültürel mirasın ve özgün dokunun korunduğu, yerel lezzetlerin sunulduğu görülmektedir.

Türkiye'de yavaş şehirleri konu alan lisansüstü tezler ve akademik çalışmalar son dönemlerde artış göstermektedir. Bu çalışmalar içerisinde; yavaş şehirlerin marka imajını inceleyen çalışmalar (Çerçi 2013), yavaş şehirleri inceleyen çalışmalar (Doğutürk, 2010; Eşitti ve Harputoğlu, 2015; Gökçan, 2012; Ergüven, 2011; Olgun, 2016; Canlı, 2016; Alagöz, 2018), yavaş şehirlerin web siteleri üzerinde görünürlüğünü konu alan çalışmalar (Çoban ve Harman, 2016) ve bizzat yavaş şehirlerin Türkiye'deki gelişimini inceleyen çalışmalar (Sırım, 2012; Coşar, 2013; Çakar, 2016; Savaş Yavuzçehre ve Donat, 2017) bulunmaktadır.

Elbette yavaş şehirlerin sunabileceği açılımlardan yararlanabilmek ve bu açılımların sürekliliğini sağlamak yavaş şehir felsefesinin ve politikalarının doğru anlaşılması ve uygulanabilmesi ile mümkündür. Bu noktada karar alıcılar kadar yöre halkının da yavaş şehir kriterlerinin sağlanması ve sağlanan kriterlerin korunması için bilgi ve farkındalığa sahip olması gerekmektedir. Öte yandan toplumun genelinin bilgi düzeyi de yavaş şehir akımının benimsenmesi ve yavaş şehirlerin çoğalmasını kolaylaştıracaktır. Dolayısıyla yavaş şehirlerin yönetimi, tanıtımı ve pazarlanmasını konu alan çalışmalar başta olmak üzere ampirik çalışmaların artması, yavaş şehir kavramının bütünsel bir bakış açısıyla anlaşılmasına olanak

sağlayacaktır (Çoban & Harman, 2016: 241). Çalışmanın son bölümünde, Türkiye’de yavaş şehir unvanına sahip iki ilçesi bulunan Isparta ili merkezinde halkın yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyini öğrenmeye yönelik alan araştırması yapılmıştır.

4. ISPARTA HALKININ YAVAŞ ŞEHİRLERE YÖNELİK BİLGİ VE FARKINDALIĞI

Yüzölçümü 8.913 km² olan Isparta ilinde 2017 yılı itibariyle toplam nüfus 433.830 olarak hesaplanmıştır. En kalabalık nüfus il merkezinde olan Isparta ilinde Eğirdir ilçe nüfusu 2017 yılında 32.503, Yalvaç ilçe nüfusu ise 46.823 olarak hesaplanmıştır (<https://www.nufusu.com>). Isparta ilinde yerel kimliğini koruma projeleriyle dikkatleri üzerine çeken Yalvaç ilçesi 2012 yılında yavaş şehir unvanını almıştır (Ünal, 2016: 24). Eğirdir ilçesi ise Türkiye’deki 12. yerleşim yeri olarak 11 Haziran 2016 tarihinde yavaş şehir olmuştur (Alagöz, 2018: 143).

Isparta ilinin Yalvaç ilçesi Akdeniz Bölgesi’nin batı bölümünde, Göller Yöresinin en kuzeyinde yer almaktadır. Yalvaç unutulmaya yüz tutan dericilik, keçecilik, halıcılık ve demircilik gibi el sanatlarını hâlâ yaşatan bir ilçedir. Sultan Dağları eteklerindeki Yalvaç tarihi Osmanlı Hamamı, 800 yıllık Çınaraltı Meydanı ve kendine özgü mutfak kültürüyle turistlerin ilgi gösterdiği yerlerden biridir (cittaslowturkiye.org; listelist.com).

Isparta’nın ikinci yavaş şehri unvanına sahip ilçesi olan Eğirdir, Isparta’ya 34 km uzaklıktaki Eğirdir gölü kıyısında bulunmaktadır. Eğirdir Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerine ev sahipliği yapmıştır. Eğirdir, M.Ö. 4.Yüzyıldan kalan Eğirdir Kalesi ile 13. Yüzyıldan gelen Hızırbey Camii ve Dünderbey Medresesi gibi tarihi yerlere sahiptir. Eğirdir halkı tarafından Atatürk’e verilen Can Adası, Türk Silahlı Kuvvetlerinin Dağ Komando Okulu, ender rastlanan Kasnak Meşesi ve Sığla Ormanları, Türkiye’nin en önde gelen Kemik Hastalıkları Hastanesi, elması ve sadece Eğirdir’de görülen Apollon Kelebeği ile tarih ve doğa zengini bir ilçedir. Eğirdir’in aynı adı taşıyan gölü de Türkiye’nin en büyük 2. tatlı su gölüdür (cittaslowturkiye.org; listelist.com). Öte yandan panoramik bir güzelliğe sahip olan ve günümüze kadar doğallığını koruyan Eğirdir’in sürdürülebilir kırsal turizm potansiyeli açısından Cittaslow üyeliğinin önemli bir katkı sunacağı yönünde akademik çalışmalar da bulunmaktadır (Alagöz, 2018: 148).

Kentlerin kalabalık, çevre sorunlarının yoğun olarak yaşandığı ve tek tipleştiği mekânlar haline dönüştüğü günümüz toplumlarında, bu durumu değiştirmeye yönelik alternatif kent merkezleri çözümlerden biri olan yavaş şehirlere yönelik açıklamalarda bulunularak çalışmanın

kurgusu oluşturulmaktadır. Çalışmayla; küreselleşmenin şehirleri standartlaştırmasına bir tepki olarak gelişen yavaş şehirlerin, yeterince tanıtımın yapılmadığı argümanına destek aranmaktadır. Çalışmanın temel amacı; yavaş şehirlerin sunabileceği açılımlara dikkat çekmek ve yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalığı artırmaktır. Bu kapsamda Türkiye’de yavaş şehir unvanına sahip iki ilçesi bulunan Isparta ili merkezinde halkın yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi öğrenilmeye çalışılmıştır.

Alan araştırması için Isparta ili ana evren olarak seçilmiş, anket uygulamaları Isparta kent merkezinde yaşayan ve araştırmaya gönüllülük esası ile katılım gösteren hemşerilerle gerçekleştirilmiştir. 380 katılımcıdan oluşan örneklemin seçiminde, amaçlı örnekleme² yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak literatürden yararlanılarak soru formu oluşturulmuştur. Uygulama sürecinde, soru formları araştırmacı tarafından elden dağıtılmış ve toplanmıştır.

Yapısal olarak 22 sorudan oluşan soru formunda; likert ölçekli sorular, açık uçlu sorular ve çoktan seçmeli sorular yer almaktadır. İçerik olarak ise soru formunda, demografik özellikler ve yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyini öğrenmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Elde edilen verilerin analizinde, SPSS 13 programı kullanılmıştır. Araştırmada t testi ve varyans analizi ve güvenilirlik analizi de yapılmıştır. Soru formunda 16 madde için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 8770 olarak hesaplanmıştır. Araştırmaya ilişkin temel hipotezler ise şu şekildedir;

H₁: Yavaş şehirlere yönelik halkın bilgi ve farkındalık düzeyi sınırlıdır.

H₂: Yavaş şehirlere yönelik halkın bilgi ve farkındalık düzeyi demografik değişkenlere göre farklılaşmamaktadır.

4.1. Demografik Bulgular

- Örnekleme “cinsiyet” değişkeni dağılımına göre 180 erkek (%47,4) ve 200 (%52,6) kadından oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu kadındır.
- “Yaş” değişkeni dağılımına göre örneklem incelendiğinde; 20-29 yaş aralığında olan 170 (%44,7), 30-39 yaş aralığında olan 160 (%42,1) ve 40 ve üstü yaş aralığında olan 50 (% 13,2) katılımcı bulunmaktadır.
- “Eğitim Durumu” değişkenine göre dağılımlar incelendiğinde; orta öğretim ve altı mezunu olan 60 (% 15,8), ön lisans ve lisans mezunu 310 (%81,6) ve lisansüstü eğitim almış 10 (%)

² Amaçlı örnekleme örnekleme oluşturulan elemanların, araştırmacının araştırma problemine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmasının sağlandığı örneklemedir (Altunışık vd., 2007, s. 132).

2,6) katılımcı bulunmaktadır. Dolayısıyla örneklem eğitim düzeyi yüksek katılımcılardan oluşmaktadır.

- Örneklem grubunun “Isparta’da yaşama süresi” değişkenine göre dağılımı incelendiğinde 10 yıldan uzun bir süredir Isparta’da yaşayanlar, 320 kişi olup (%84,2) çoğunluğu oluşturmaktadır. Katılımcıların 60 kişiden oluşan küçük bir bölümü ise %15,8) 10 yıldan kısa bir süredir Isparta’da yaşamaktadır.

4.2. Diğer Bulgular

Soru formunda demografik sorulardan sonra yavaş şehirlere yönelik kısa bir tanım yapılmıştır. Daha öncede ifade edildiği gibi likert ölçekli sorularda hemşerilerin yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi öğrenilmeye çalışılmıştır. Likert ölçekli sorularda 5’li likert ölçeği kullanılmıştır ve olumlu ve olumsuz tutum ifadelerini içeren her maddenin karşısında “5 Kesinlikle Katılıyorum”, “4 Katılıyorum”, “3 Kararsızım”, “2 Katılmıyorum” ve “1 Kesinlikle Katılmıyorum” seçenekleri bulunmaktadır. Yanıt ortalamalarının 1’e yakın olması önermelere olumsuz duruşu ve 3’e yakın olması ise kararsızlığı gösterir. Yanıt ortalamalarının 5’e yakın olması ise önermelerle ilgili olumlu düşünüldüğü anlamına gelmektedir. Aşağıdaki tabloda katılımcıların yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalıklarını öğrenmeye ilişkin sorulan sorular ve sorulara verdikleri yanıtlar ile ortalamalar görülmektedir.

Tablo 1: Isparta Halkının Yavaş Şehirler Hakkındaki Bilgi ve Farkındalıkları

Madde No	Ortalama	Standart Sapma
1. Yavaş şehirler doğal kaynaklarını korunmasını ve bilinçli kullanımını içeren bir kent yönetim modeli sunmaktadırlar.	3,36	0,91
2. Yavaş şehir logosunu biliyorum.	2,36	1,05
3. Isparta ili yakınlarda yavaş şehir ünvanlı yerleşim birimleri vardır.	3,07	1,12
4. Yavaş şehir kent yönetim modeli teknolojik gelişmelerle bağdaşmaz.	2,44	1,08
5. Türkiye’de yavaş şehir akımının gelişimini ilgiyle takip ediyorum.	2,65	1,07
6. Türkiye’de yavaş şehir ünvanına sahip birçok yerleşim birimi bulunmaktadır.	4,13	1,27
7. Yavaş şehir olabilmek için gerekenlere yönelik bilgi sahibiyim.	1,71	0,86
8. Yavaş şehirler, kentlerin ulusal kimliğine sahip çıktığı için herkes tarafından bilinmektedirler.	2,05	0,92
9. Yavaş şehirler, modern yaşam ile geleneksel yaşam arasında köprüler kurmaktadır.	3,86	1,39
10. Yavaş şehirlerin yaygınlaşması için halkın yavaş şehirler hakkında bilinçlendirilmesi gerekir.	4,05	0,80
11. Çevre sorunlarının çoğalmasında yavaş şehirlerin artması da etkilidir.	2,26	1,15
12. Bir yavaş şehri ziyaret etmeyi düşünmüyorum.	2,71	1,35
13. Yavaş şehirlerin çoğalmasına karşıyım.	2,57	1,05
14. Yavaş şehirler, kentlerin, kendilerine özgü kaynaklarını ön plana çıkarır.	3,39	0,91
15. Yavaş şehirlerin üst düzeyde tanıtımı yapılmaktadır.	2,23	0,97
16. Yavaş şehirler sürdürülebilir çevre politikaları ile uyumlu bir kent yönetim modeli sunmaktadırlar.	3,13	0,99

Soru formunda son iki soru açık uçludur. İlk olarak katılımcılardan Türkiye’de bulunan yavaş şehirlerden bildiklerinin isimlerini yazmaları istenmiştir. Katılımcılardan sadece 50’si (% 13,2) soruyu cevaplandırabilmiştir. “Isparta il sınırlarında yavaş şehir var mıdır? Varsa ismini/isimlerini yazar mısınız?” şeklindeki ikinci soruyu ise cevaplayan yalnızca 10 (% 2,6) katılımcı bulunmaktadır. Yapılan alan araştırmasından elde edilen bulgular Isparta halkının yavaş şehirler hakkındaki bilgi ve farkındalık düzeyinin oldukça düşük olduğunu göstermekte ve “**H₁**: *Yavaş şehirlere yönelik halkın bilgi ve farkındalık düzeyi sınırlıdır*” hipotezinin doğrulanmaktadır.

Yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve Isparta’da yaşama süresi değişkenlerine bağlı olarak herhangi bir ilişkinin bulunup bulunmadığını saptanması amacıyla varyans analizi (anova) ve t-testlerinden yararlanılarak analizler yapılmıştır. Bulgular “**H₂**: *Yavaş şehirlere yönelik halkın bilgi ve farkındalık düzeyi demografik değişkenlere göre farklılaşmamaktadır*” hipotezinin doğrulanmaktadır.

- Yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi ile yaş değişkeni arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda F değeri 0,48 ve anlamlılık değeri $p=0,953$ olarak hesaplanmıştır. ($p>0,05$) Yani farklı yaş düzeyleri ile yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi arasında anlamlı bir farklılık yoktur.
- Yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla yapılan t testi sonucunda t değeri 0,393 ve anlamlılık değeri $p=0,629$ olarak hesaplanmıştır. ($p>0,05$) Bu durum kadın ve erkeklerin yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyleri arasında bir farklılık olmadığını göstermektedir.
- Yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda F değeri 0,671 ve anlamlılık değeri $p=0,518$ olarak hesaplanmıştır. ($p>0,05$) Yani farklı eğitim düzeyleri ile yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi arasında da anlamlı bir farklılık yoktur.
- Son olarak yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi ile Isparta’da yaşama süresi değişkeni arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla yapılan t testi sonucunda t değeri 0,353 ve anlamlılık değeri $p=0,882$ olarak hesaplanmıştır. ($p>0,05$) Bu durum Isparta’da yaşama süresi ile yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir.

5. SONUÇ

Yavaş şehirler dünya genelinde sayıları gitgide çoğalan, sürdürülebilir kalkınma ile uyumlu bir kent yönetim modeli olarak bilinmektedirler. Türkiye’de yavaş şehir unvanı taşıyan beldelerin sayısı 15 olmakla birlikte, pek çok küçük yerleşim birimi, sunduğu açılımlar nedeniyle yavaş şehir olmak için bu ağa başvurmuş durumdadır.

Türkiye’de son zamanlarda yavaş şehirlere yönelik ilgi artmış ve bu durum akademik çalışmalara da yansımıştır. Konuya ilişkin ampirik çalışmalar daha sınırlı olmakla birlikte, yaygın görüş genel olarak yavaş şehir felsefesinin küçük yerleşimlerin gelişmesini olumlu yönde etkilediği yönündedir.

Yavaş şehirlerin sunabileceği fırsatlardan yararlanabilmek ve bu açılımların sürekliliğini sağlamak yavaş şehir felsefesinin ve politikalarının doğru anlaşılması ve uygulanabilmesi ile mümkündür. Bununla birlikte yapılan alan araştırması, Isparta’da yavaş şehirlere yönelik bilgi ve farkındalık düzeyinin oldukça sınırlı olduğu, demografik değişkenlere bağlı olarak bilgi ve farkındalık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmadığı ve yavaş şehirlerin tanıtımına yönelik eğitim ve faaliyetlere ihtiyaç bulunduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Alagöz, M. (2018) “Sürdürülebilir Kent Bağlamında Cittaslow: Eğirdir İlçesinin Cittaslow Kriterleri Açısından İncelenmesi”, *Asia Minor Studies- International Journal of Social Sciences*, 6, AGP Özel Sayı, ss. 138-149..
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, 5. b, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Baldemir, E. - Kaşmer Şahin T. & Kaya, F. (2013) “Yavaş Şehir Olma Durumunun Analitik Hiyerarşi Süreci İle Değerlendirilmesi”, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), ss: 29-50.
- Berkün, S. (2018) “Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Yavaş Şehirler”, *Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Akademik Araştırmalar*, Editörler: Babacan, H. – Soldatovic, T. & Delobegovic Dzanic, N., Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara.
- Canlı, V. D. (2016) “Yavaş Şehir Akımı ve Sürdürülebilirlik: Konaklama İşletmeleri Açısından Değerlendirme: Muğla Akyaka Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği Turist Rehberliği Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Coşar, Y. (2013) “Yavaş Şehir (Cittaslow) Olgusunun Turist Davranışları ve Yerel Halkın Kentsel Yaşam Kalitesi Algısına Etkileri”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Çakar, D. (2016) “Kültürel Miras Koruma Bağlamında “Yavaş Şehir” (Cittaslow) Hareketi: Türkiye Örneği”, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Restorasyona Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Çerçi, A. (2013) “Destinasyon Markalama ve Yavaş Şehir Seferihisar’ın Destinasyon Marka İmajı”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Uzmanlığı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Çoban, Ö. & Harman, S. (2016) “Yavaş Şehir (Cittaslow) Türkiye Ağına Üye Olan Şehirlerin İnternet Sitelerinde Yavaş Şehir Temasının Görünürlüğü Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 17(2), 235-253.
- Daly, H. E. (1990) “Toward Some Operational Principles of Sustainable Development”, *Ecological Economics*, 2 (1), pp. 1-6.
- Doğutürk, G. (2010) “Mimari ve Yaşam Kalitesi Bağlamında Yavaş Şehir Hareketi ve Seferihisar Örneği”, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Uzmanlığı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ergüven, M. H. (2011) “Cittaslow – Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), ss.201-210.
- Eryiğit, B. (2016) “Yerel Kalkınma Bağlamında Yerel Yönetim Birliklerinin Kuruluş Sürecinde Uygulanan Vesayet Denetimi ve Bir Model Önerisi”, *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(1), ss. 283-295.
- Eşitti, B. & Harputoğlu, D., D. (2015) “Citta Slow Şehirlerde Yerel Halkın Earth Markete Yaklaşımı: Gökçeada Destinasyonu Örneği”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), ss.64-71.

- Günerhan, S.A., Erdem, Ü. & Günerhan, H. (2010). “Çevre ve Enerji Açısından Yavaş Şehir Hareketlerinin Gelişimi”, *Tesisat Mühendisliği Dergisi*, 118, ss: 32-37.
- Gökçan, E. (2012) “İzmir ili Yavaş Şehir Seferihisar Örneğinde Doğal ve Kültürel Yapı Üzerine Araştırmalar”, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Honore, C. (2008) *YAVAŞ! Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi*, (çev: Gür, E.), Alfa Yayınları, İstanbul.
- Keskin, E. B. (2015) *Yavaş Şehir*, Uludağ Yayınları, Bursa.
- Mayer, H. & Knox, P. L. (2006) “Slow Cities: Sustainable Places In A Fast World”. *Journal Of Urban Affairs*, 28(4),pp. 321-334.
- Miele, M. (2008) “CittaSlow: Producing Slowness Against the Fast Life”. *Space and Polity*, 12(1), pp.135-156.
- Olgun, A. (2016) “Yavaş Şehir (CittaSlow): Seferihisar Örneğiyle Ekonomik ve Mali Yapı”, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Maliye Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Özhan, H. & Yeter, E. (1995), *Mahalli İdare Birlikleri*, Ankara: Türk Belediyecilik Derneği Mahalli İdareler Eğitim Araştırma Geliştirme Merkezi Yayınları.
- Özgenç, Ö. (2012) “İdeal Toplum Düzeni Arayışında Kurgulanan Kentsel Planlamalar, Ütopyalar ve Yavaş Şehir Akımı”, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Mimari Tasarım Sorunları Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özhan, H. & Yeter, E. (1995), *Mahalli İdare Birlikleri*, Ankara: Türk Belediyecilik Derneği Mahalli İdareler Eğitim Araştırma Geliştirme Merkezi Yayınları.
- Özhancı, E. – Bozhüyük Ardahanlıoğlu, Z. & Yılmaz, H. (2012) “Sakin Şehir Üyelik Süreci Analizi”, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 43(2), ss.163-173.
- Özkan, H. C. (2011) “Bir Sürdürülebilir Kent Modeli: Yavaş Şehir Hareketi”, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Bina Araştırma ve Planlama Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Pearce, P. L. (2011) *Tourist Behaviour and the Contemporary World*, Channel View Publications, Bristol.
- Pink, S., (2008) “Sense and Sustainability: The Case of the Slow City Movement”, *Local Environment*, 13(2), pp.95-106.
- Raadstrom, S. (2011), “A Place Sustaining Framework for Local Urban Identity: An Introduction and History of Cittaslow”, *Italian Journal of Planning Practice*, 1 (1), pp. 312-393.
- Savaş Yavuzçehre P. & Donat, O. (2017) “Türkiye’de Sakin Kent (Cittaslow) Üyelikinin Kamusal Mekânlara Etkisine Yönelik Bir İnceleme”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, ss.299-320.
- Sezgin, M. & Ünüvar, Ş. (2011) *Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir*, Çizgi Kitabevi, Konya.

Sırım, V. (2012) “Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi Ve Türkiye’nin Potansiyeli”, Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(4), ss.119-131.

Tayfun, A. & Acuner, Z. (2014) “Cittaslow: A Model Proposal For Çamlıhemşin (Cittaslow: Çamlıhemşin İçin Bir Model Önerisi)”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), ss. 46-54.

Ünal, M. & Zavalı, Y. S. (2016) “Küreselleşme Karşısı Bir Hareket: Yavaş Hareketi”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), ss.889-912.

Ünal, Ç. (2016) “Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar ‘Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm’”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 36, ss.13-28.

Yılmaz, A. – Tuncer, M. & Zorlu, K. (2016) “Yavaş Şehir (Sürdürülebilir Yerel Kalkınma) Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Güzelyurt, Aksaray”, *Studies Of The Ottoman Doman*, 6 (10), ss.1-18.

<http://cittaslow.org/> (11. 12. 2017).

<http://cittaslowturkiye.org/> (02.04.2018).

<https://listelist.com/turkiyenin-en-sakin-sehirleri/> (03.04.2018).

<https://www.nufusu.com/ilceleri/isparta-ilceleri-nufusu> (20.12.2018).

<https://www.nufusu.com/il/isparta-nufusu> (20.12.2018).

<https://listelist.com/turkiyenin-en-sakin-sehirleri/> (03.04.2018).

Citation: Uysal, H. T. (2018), Çalışanlarda İşe Yabancılaşmanın Üretkenlik Karşıtı İş Davranışlarına Etkisi, BMIJ, (2018), 6(4): 1434-1454 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.405>

ÇALIŞANLARDA İŞE YABANCILAŞMANIN ÜRETKENLİK KARŞITI İŞ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

H. Tezcan UYSAL¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 14/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 28/12/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Bu araştırmanın amacı; işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını incelemek, eğer anlamlı bir ilişki var ise üretkenlik karşıtı iş davranışı üzerinde işe yabancılaşmanın hangi boyutunun ne düzeyde bir etkisi olduğunu tespit etmek ve bu sonuçları örgütsel açıdan yorumlamaktır. Bu amaca bağlı olarak Zonguldak ilinde özel sektörde çalışan 246 kişiden yüz yüze anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler SPSS programı ile değerlendirilmiş ve verilere yönelik olarak; Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), güvenilirlik analizi, normallik analizi, Pearson korelasyon analizi, çoklu regresyon analizi, Independent Sample T testi ve One-Way ANOVA testi uygulanmıştır. Gerçekleştirilen bu analizler sonucunda; işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmış ve işe yabancılaşmanın üç boyutunun da çalışanlarda üretkenlik karşıtı iş davranışlarını önemli düzeyde arttırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Sapma, İşe Yabancılaşma, Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları

JEL Kodları: M1, M12, J81

THE EFFECT OF WORK ALIENATION ON COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIORS IN WORKERS

ABSTRACT

This research aims to determine whether there is a significant relationship between alienation and anti-productivity work behavior and if there is, to determine the extent and level of alienation on counterproductive work behavior and to evaluate the results in terms of organizational aspects.. For this purpose, data were obtained from 246 individuals working in the private sector in Zonguldak province via face-to-face survey method. This obtained data were evaluated using the SPSS program. Confirmatory Factor Analysis, reliability analysis, normality analysis, Pearson correlation analysis, multiple regression analysis, Independent Sample T test and One-Way ANOVA test were implemented to the data. As a result of these analyses, a significant and medium-level relationship was determined between the alienation to work and anti-productivity work behavior and found that all three dimensions of the alienation to work significantly increased the anti-productivity work behavior of the employees.

Keywords: Organizational Deviance, Work Alienation, Counterproductive Work Behaviors

JEL Codes: M1, M12, J81

¹ Öğr.Gör.Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, h.tezcanuysal@hotmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8962-7824>

1. GİRİŞ

Örgütlerde iletişime bağlı olarak çalışanların diğer çalışanlara, örgüt yöneticilerine ve organizasyon yapısına karşı geliştirdiği olumlu ve olumsuz tutumlar bütünlük olarak örgüt atmosferini oluşturmaktadır. Bu atmosferin çalışanlar üzerinde yüksek düzeyde etkisi bulunmaktadır. Özellikle de kötü örgüt atmosferinin pozitif tutumlara sahip çalışanlar üzerinde olumsuz yönde etkisi daha yoğun olarak görülmektedir. Modern işletmecilikte ise artan rekabet içerisinde işgören performansının gerekliliği de dikkate alındığında örgüt atmosferinin optimal olması daha çok önem kazanmaktadır. Bu nedenle de örgüt içerisinde çalışanlara olumsuz etki eden faktörlerin ve bu faktörlerin neden olduğu sonuçların önemsenerek incelenmesi gerekmektedir.

İşe yabancılaşma kavramı çeşitli etkenler sonucunda gelişerek çalışanları olumsuz yönde etkileyen ve incelenmesi gereken örgütsel davranışlardan birisidir. Bu davranış; her örgütte bulunan örgütsel normlarla çalışanın uyumsuzluğu, geleceğe yönelik kariyer planlamasında çalışanın kendisini konumlandıramaması, kişi-iş uyumundaki bozukluk, hatalı iş dizaynı, psikolojik güçlendirmenin eksikliği, kişi-iş bütünleşmesinin desteklenmemesi gibi yönetsel ve örgütsel eksikliklerin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Daha çok bireysel bir dışa vurum olarak görülse de işe yabancılaşma çalışanlarda olumsuz tutumlara neden olmasından dolayı önemlidir. Bir çalışanda gelişmekte olan işe yabancılaşmaya yönelik engelleyici veya iyileştirici herhangi bir hamle gerçekleşmediğinde çalışanda işten ayrılma niyetinin oluşacağı ve bu niyetin gerçekleşeceği düşünülebilir. Ancak, her işten ayrılma niyetinin işten ayrılmaya dönüşeceğine dair bir kesinlik bulunmamaktadır. Özellikle de devamlılık bağlılığı bu ayırımı önemli bir faktördür. Devamlılık bağlılığı bulunan çalışanların finansal açıdan örgüt içerisinde çalışması gerekmektedir.

Finansal açıdan örgütü terk edemeyen çalışanlarda olumsuz duyguların da gelişmesi örgütün bütünlüğüne ve performansına zarar verecek davranışları tetikleyebilmektedir. Literatürde “üretkenlik karşıtı iş davranışları” olarak ifade edilmektedir. Temel amacı çalışma arkadaşlarına, yöneticilere, örgütün işleyişine veya örgütün imajına zarar vermek olan bu davranışlar, örgüt atmosferini oldukça bozmakta ve örgütün hedeflerine ulaşmasını engellemektedir. Dolayısıyla da çalışanlarda üretkenlik karşıtı iş davranışlarının saptanması, bu davranışların gelişmesine neden olan faktörlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu nedenle de gerçekleştirilen araştırmada örgütlerin varlığını tehdit ederek

performansı olumsuz etkileyen üretkenlik karşıtı iş davranışı ile çalışanlarda bu davranışı tetikleyebileceği düşünülen işe yabancılaşma kavramları incelenmiştir.

2. İŞE YABANCILAŞMA

Örgüt çalışanlarının işe karşı geliştirdikleri tutumlar, bu çalışanların örgüt üyelerine ve örgüte karşı davranışlarının anlaşılabilmesi ve nedenlerinin sorgulanabilmesi için oldukça önemlidir. Literatürde geniş bir yere sahip bu tutumlardan birisi de işe yabancılaşmadır. Yabancılaşma kavram olarak ilk defa Karl Marx tarafından geliştirilmiştir. Marx, büyük fabrika sistemlerini ve bu sistemlerin işçilerin sömürsü üzerindeki sonuçları vurgulayarak kapitalizmi ve sanayileşmeyi eleştirmiştir (Fedi vd., 2016). Ancak Marx yabancılaşma kavramını endüstriyel çalışanların aidiyet ayrılığı ve iş üzerinde kontrolsüzlük haline odaklanmış olsa da kavram olarak bir tanımlama yapmamıştır (Nair ve Vohra, 2012). Seeman (1975) genel olarak yabancılaşmayı bireyler ve toplum arasındaki değerlerin, davranışların ve beklentilerin sapsması, Nair ve Vohra (2009) ise kişinin çevreden veya kendinden uzaklaşması veya kopukluk yaşaması olarak ifade etmiştir. Çalışma ortamı açısından Kanungo (1979) işyeri hakkında çalışanın belirgin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için yeterli potansiyelinin olmadığı düşüncesine bağlı olarak ortaya çıkan işten psikolojik ayrılmanın bilişsel durumu, Tan (2016) ise çalışanın gerçekleştirdiği iş üzerindeki kontrolünü kaybetmesi ve örgütün amaçlarının gerçekleştirilmesinde kendini gösteremediği hissine kapılması şeklinde tanımlamıştır. Seeman (1983) bu kavramı güçsüzlük, anlamsızlık ve kendine yabancılaşma olarak ifade etmiştir (Banai ve Reisel, 2007).

Camerino ve diğerleri (2015) işe yabancılaşmanın örgüt içerisindeki süreçlerde karar almada, karar alma için yeterli zaman ve bilgi eksikliğinden kaynaklanan tekrarlayan bir bozukluk gibi düşünülebileceğini ifade etmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde işe yabancılaşmanın kronik seyre sahip olduğu belirtilebilir. Bundan dolayı da örgütsel bağlılığı, işe adanmayı ve örgütsel vatandaşlık davranışını doğrudan olumsuz etkilemesi nedeniyle işe yabancılaşmanın nasıl azaltılabileceği veya önlenerek ortadan kaldırılabilceği literatürde araştırılan ve önemsenen bir konudur (Li vd., 2016). Bu derece önemli etkileri bulunan işe yabancılaşmanın nedenlerinin de saptanması araştırmalarda izlenecek yöntem ve dizayn için farklı bir öneme sahiptir. Bugüne kadar yapılan çeşitli çalışmalar incelendiğinde, yabancılaşma kavramının, bireyin içinde yaşadığı toplumun koşullarından, sosyal çevresi ve iş çevresinin koşullarından kendi bireysel koşullarına kadar birçok farklı faktörden etkilendiğini söylemek mümkündür (Çalışkan ve Pekkan, 2017:20). İşe yabancılaşmanın yan etkisi sonucunda çalışanlarda sadece fiziksel ve ruhsal bozukluklar gelişmemekte; yabancılaşma aynı zamanda

çalışanların davranışlarını ve örgütsel performanslarını da olumsuz etkileyerek işe devamsızlık, müşteri sayısında azalma ve müşteri memnuniyetsizliği gibi sonuçlara da neden olmaktadır (Alizadeh ve Frizhendi, 2013). Dolayısıyla örgütsel açıdan bazı araştırmacılar işe yabancılaşmanın çeşitli nedenleri üzerine odaklanmıştır. Bu nedenler; çalışılan kurumun yapısı, yapılan işin özelliği, çalışma ortamı (Tuğal vd., 2017:480), yönetim tarzı, geçmiş olaylar ve deneyimler, örgüt büyüklüğü, bilgi akışı, grup özellikleri, modüler ilişkiler, üretim biçimi, işbölümü, çalışma koşulları, inanç ve tutumlardır (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016:5).

İşe yabancılaşma, çalışanın üretim çıktısı ve çalışma süreci üzerindeki kontrolünü kaybettiğinde ortaya çıkmakta ve bu nedenle de kişinin işyerinde kendini ifade etme kapasitesi olarak nitelendirilmektedir (Sua'rez-Mendoza ve Zoghbi-Manrique-de-Lara, 2008). Bununla birlikte birey ile örgüt arasındaki değerlerdeki uyumsuzluğa bağlı olarak gelişen işe yabancılaşma, çalışanın iş arkadaşları ve yaptığı işi denetleyenlerle olan memnuniyetsizliği, soyutlanmayı ve örgüte aitlikte azalma duygusunu da yansıtmaktadır (Hou vd., 2016; Aiken ve Hage, 1966). İşe yabancılaşmanın işgören performansı, örgütsel vatandaşlık davranışı, işe devamsızlık, sağlık problemleri, üretkenlik karşıtı iş davranışları ve sanal kaytarma gibi birçok kavramla ilişkisi bulunmaktadır (Kartal, 2018). Literatür incelendiğinde, liderlik tarzının işe yabancılaşmayı etkilediği (Hosseinzadeh vd., 2014), örgütsel sinizmin çalışanlarda işe yabancılaşmayı tetiklediği (Yıldız ve Şaylıkay, 2014; Kökalan ve Anaş, 2016), aktif iş karakteristiklerinin işe yabancılaşmayı azalttığı (Li vd., 2016), çalışanların algıladığı rol belirsizliğinin işe yabancılaşmayı arttırdığı (Atay ve Gerçek, 2017), örgütte artan iş stresiyle birlikte işe yabancılaşmanın da arttığı ve buna bağlı olarak da performansın azaldığı (Santas vd., 2016), psikolojik sözleşme ihlalinin işe yabancılaşmayı attırdığı (Demirkan vd., 2016), örgüt iklimi optimalleştikçe işe yabancılaşmanın azaldığı (Demirez ve Tosunoğlu, 2017) tespit edilmiştir.

3. ÜRETKENLİK KARŞITI İŞ DAVRANIŞLARI

Örgüt atmosferi çalışanların aktif olarak davranış ve tutumlarının bütünleştiği bir yapıdır. Bu yapının en önemli özelliği çalışanların örgüt yapısına ve çalışma arkadaşlarına karşı gerçekleştirdiği davranışların aynı örgütteki tüm çalışanları etkileyebilmesidir. Bu nedenle de örgüt içerisinde çalışanların olumsuz davranışlarının dikkatle incelenmesi gerekmektedir. Bu davranışlar genellikle üretkenlik karşıtı iş davranışları olarak ifade edilmektedir. Psikolojik açıdan değerlendirildiğinde olumsuz davranışlar, bilişsel süreç sonucunda, duygusal süreç

sonucunda ve belirli durumlarda bireyin kendini kontrol etmesi sonucunda gelişmektedir (Zheng vd., 2017). Ancak bu davranışların üretkenlik karşıtı olarak nitelendirilebilmesi için örgüte zarar verme amacı ile yapılmış olması gerekmektedir (Öcel, 2010). Bu nedenle de üretkenlik karşıtı iş davranışının ne olduğunun ve hangi davranışların bu kapsamda değerlendirilmesi gerektiğinin belirlenmesi de önemlidir. Literatürde kavrama ilişkin benzer yapıda çeşitli tanımlamalar yer almaktadır. Üretkenlik karşıtı iş davranışlarını Sackett (2002) örgütün meşru menfaatlerine aykırı olarak gördüğü herhangi bir kasıtlı davranış, Ariani (2013) örgütün normlarını kasıtlı olarak ihlal ederek örgütün ve örgüt üyelerinin refahını tehdit eden gönüllü davranışlar, Sackett ve DeVore (2001) örgütün yasal çıkarlarına aykırı bir şekilde bir örgüt üyesinin kasti sergilediği davranış, Polatçı ve diğerleri (2014) örgütün norm ve değerlerine ters düşen, örgüt üyeleri tarafından bilinçli ve planlı bir şekilde gerçekleştirilen davranışlar olarak tanımlamıştır.

Literatürde işgören performansı; görev performansı, bağlamsal performans ve üretkenlik karşıtı iş davranışları olmak üzere üç boyutta incelenmiştir (Koopmans vd., 2011). Bu açıdan örgütlerin performansının üretkenlik karşıtı iş davranışıyla doğrudan ilişkili olduğu belirtilebilir. Bu nedenle de süreklilik arz eden olağanüstü performans düzeyi ile yüksek performanslı örgüt olma amacı taşıyan yapılarda, üretkenlik karşıtı iş davranışı geliştiren çalışanlarına ve onların bu davranışlarına yeterince odaklanılmazsa belirlenen amaca ulaşılması mümkün değildir (Self ve Self, 2014). Bunun nedeni üretkenlik karşıtı iş davranışlarının, örgütün genel performansına zarar vererek örgüt başarısını engelleyen oldukça geniş çeşitliliğe sahip olmasıdır (Thornton vd., 2013).

Üretkenlik karşıtı iş davranışları çalışanlar arasındaki günlük etkileşimden örgütün genel maliyetine kadar neredeyse her açıdan örgütü etkileyebilmektedir (Whelpley ve McDaniel, 2016). Örgütlerde verimsizliğin temel nedeni olan üretkenlik karşıtı iş davranışları çok büyük finansal kayıplara sebep olabilmektedir (Tian vd., 2014). Bundan dolayı da karşılaşılacak istenilmeyen çok yüksek finansal ve psikolojik maliyetler, araştırmacıları bu davranışların öncülerini saptamaya ve bu öncüler aracılığıyla da davranışların yapısını anlamaya yöneltmektedir (Jawahar vd., 2018). Literatür incelendiğinde; işe devamsızlık, geri çekilme, cinsel taciz, etik dışı davranışlar, çaba azaltma, yöneticilerin talimatlarına uymama, çalışmayı kasıtlı yavaşlatma, işe geç kalma, vandalizm, dedikodu çıkartma, kuruma yönelik sabotaj, hırsızlık, madde bağımlılığı, mülkü tahrip etme, bilginin kötüye kullanılması, zaman ve kaynakları kötüye kullanma, güvensiz davranışlar sergileme, geri bildirim yapmama, bilgi manipülasyonu ve diğer çalışanları engelleme davranışlarının üretkenlik karşıtı iş davranışı

olduğu ifade edilmiştir (Muafi, 2011; Koopmans ve diğerleri, 2011; Mann ve diğerleri, 2012; Thornton ve diğerleri, 2013; An ve Wang, 2016).

Örgütlere yüksek derecede zararlara neden olabilen üretkenlik karşıtı iş davranışına çalışanları sevk eden nedenler de bulunmaktadır. Viswesvaran ve diğerleri (1998) öncül olarak örgütün sadece parasal çıktılara odaklandığı algısının ve örgütün normlarına aykırı davranışların tespit edilerek bu davranışların cezalandırmasına yönelik inancın çok düşük olmasının çalışanlara üretkenlik karşıtı iş davranışı gerçekleştirmek için daha geniş bir eylem alanı sunduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte Knights ve Kennedy (2005) memnuniyetsiz çalışanların da örgüt içerisinde kalmaya devam etmesinin bu çalışanlarda üretkenlik karşıtı iş davranışına neden olmasının muhtemel olduğu belirtmiştir. Klotz ve Buckley (2013) ise örgütlerde gerçekleştirilen zararlı davranışların genellikle örgüt içinde algılanan adaletsizliğe karşı verilen bir cevap olduğunu vurgulamıştır. Chernyak-Hai ve Tziner (2014)'e göre örgüt içerisinde çalışanlar ile lider arasındaki ilişki kalitesinin, üretkenlik karşıtı iş davranışları üzerinde algılanan dağıtım adaletinin azaltıcı etkisinin sağlanabilmesi için önemli düzeyde baskın bir faktördür. Wu ve diğerleri (2016) ise konuya ahlaki açıdan yaklaşarak yüksek ahlaki kimliğe sahip çalışanlarda üretkenlik karşıtı iş davranışı gerçekleştirmenin özsaygı algısını olumsuz yönde etkileyerek çalışanın ahlaki benliğini tehdit ettiğini ve bu nedenden dolayı da üretkenlik karşıtı iş davranışının bu çalışanlarda frenlendiğini ifade etmiştir.

Robinson ve Bennett (1995) üretkenlik karşıtı iş davranışlarını kişilerarası sapkınlık ve üretim sapması ile mülkiyet sapmasını kapsayan örgütsel sapkınlık olarak ikiye ayırmıştır (Al-Atwi ve Bakir, 2014). Bireylerin kendi aralarında birbirlerine karşı yaptıkları üretkenlik karşıtı iş davranışları; bireylerarası ilişkiler sonucu bireyin kendi çıkarlarını örgütün amaç ve çıkarlarının üzerinde görmesi sonucu oluşmaktadır (Fettahlıoğlu vd., 2016:424). Örgütsel sapma ise çalışanın üyesi olduğu örgütü hedef alan hırsızlık, kasıtlı zarar verme ve çaba azaltma gibi davranışları içerirken, kişilerarası sapma ise örgütteki diğer çalışanları hedef alan etik dışı davranışlar, dedikodu çıkartma ve alay etme gibi davranışları içermektedir (Gonzalez-Mule' vd., 2013). Bu davranışların örgüt içerisinde işle ilgili iyi tutum ve davranışların geliştirilerek sürdürülmesi üzerinde önemli etkileri vardır (Allen vd., 2015). Bu tür davranışlar sadece örgütsel amaç hedeflere zarar vermekle kalmaz, aynı zamanda çalışanların günlük yaşamlarını ve iş yaşamlarını da olumsuz etkilemektedir (Demirel, 2009:122). Çünkü çalışanlar örgüt içerisinde yöneticileri, arkadaşları ve asları ile davranışsal etkileşime girer ve bu süreçte de hoş olmayan etkileşimleri de algılar (Chand ve Chand, 2014). Buna bağlı olarak özellikle de grup

içerisinde üretkenlik karşıtı iş davranışında bulunulduğunda, bu davranış diğer çalışanlar tarafından yararlı sonuçlar elde etmek için izlenen bir yoldan ziyade grup üyelerinin refahını ve başarısını tehdit eden bir davranış olarak algılanır (Aubé ve Rousseau, 2011). Sonuç olarak gerçekleştirilen bu olumsuz davranış, uygulayan çalışanı, bu çalışanla etkileşimde bulunan diğer çalışanlar ile çalışanın üyesi olduğu örgütün refahını ve performansını doğrudan etkileyebilmektedir (Whelpley ve McDaniel, 2016).

Örgütlerde üretkenlik karşıtı iş davranışına neden olan faktörlerin araştırılması ve saptanması bireysel ve örgütsel zararların minimize edilmesi için oldukça önemlidir. Dolayısıyla bu konuda gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde; örgütsel sinizmin (Abdi ve Rouzbahani, 2016), iş tatminsizliğinin (Yean vd., 2016), psikolojik şiddetin (Tangem, 2017), psikolojik sözleşme ihlalinin (İyigün ve Çetin, 2012), örgütsel dışlanmanın (Fatima, 2016) üretkenlik karşıtı iş davranışlarını önemli derecede arttırdığı belirlenmiştir. Örgütsel adalet algısının (Al-A'wasa, 2018), duygusal emek davranışının (Fettahlıoğlu vd., 2016), duygusal zekanın (Ying ve Ting, 2013) ve örgütsel vatandaşlık davranışının (Polatçı vd., 2014) ise üretkenlik karşıtı iş davranışını azalttığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte çalışanların üretkenlik karşıtı iş davranışı sergilemesinin örgütte algıladıkları liderlik tarzıyla da ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Doğan ve Deniz, 2017). Araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi üretkenlik karşıtı iş davranışlarıyla ilişki olan çok sayıda örgütsel faktör bulunmaktadır. Ancak literatür taramasında işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışının incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda, işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışları arasındaki ilişkiye yönelik hipotez oluşturulurken üzerinde durulan hususlar şöyle açıklanabilir;

Kılıç (2017) işe yabancılaşmanın, çalışanlarda motivasyonun düşmesi, bireysel düzeyde ruh sağlığının olumsuz etkilenmesi, iş tatminsizliği, stres, depresyon ve psikosomatik rahatsızlık gibi sorunlara neden olabildiğini belirtmiştir. Bu açıdan işe yabancılaşma, çalışanların ve örgütün performansını olumsuz etkileyen örgütsel olaylardan birisi olarak kabul edilmektedir (Kurdi, 2018). Dolayısıyla bu araştırmada da işe yabancılaşmanın çalışanlar üzerinde olumsuz etkileri sebebiyle üretkenlik karşıtı iş davranışının ortaya çıkmasına neden olabileceği, işe yabancılaşmanın alt boyutlarının da üretkenlik karşıtı iş davranışına farklı düzeyde etki edebileceği ve üretkenlik karşıtı iş davranışının demografik faktörlere göre farklılık gösterebileceği düşünülmüştür. İfade edilen bu görüşe dayanarak aşağıdaki hipotezler öne sürülmüştür;

H_{1a}: İşe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}: İşe yabancılaşmanın güçsüzleşme boyutunun üretkenlik karşıtı iş davranışı üzerinde

anlamli bir etkisi vardir.

H_{1c}: İŖe yabancılaŖmanın anlamsızlaŖma boyutunun üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖı üzerinde anlamlı bir etkisi vardir.

H_{1d}: İŖe yabancılaŖmanın kendine yabancılaŖma boyutunun üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖı üzerinde anlamlı bir etkisi vardir.

H_{1e}: Üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖları demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

3. MATERYAL VE METHOD

3.1. AraŖtırmanın Amacı ve Önemi

AraŖtırmanın amacı; çalıŖanların iŖe yabancılaŖma düzeyini ve üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖlarını saptayarak bu iki kavram arasında anlamlı bir iliŖki olup olmadığını incelemek, eğer anlamlı bir iliŖki var ise üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖı üzerinde iŖe yabancılaŖmanın hangi boyutunun ne düzeyde bir etkisi olduğunu tespit etmek ve bu sonuçları örgütsel açıdan yorumlamaktır. Bu amaca bağlı olarak özel sektörde çalıŖanlara yönelik bir araŖtırma gerçekteŖtirilmiŖtir. GerçekteŖtirilen araŖtırma; örgüt çalıŖanlarının refahı ile örgütün devamlılığını tehdit eden üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖını incelemesi, bu olumsuz davranıŖlara etki edebileceği düşünölen iŖe yabancılaŖmayı ele alarak literatürde daha önce rastlanılmayan bir çalıŖmayı ortaya koymasını ve örgütsel davranıŖ literatürüne katkı sağlamasını açısından önemlidir.

3.2. AraŖtırmanın Evreni ve Örneklemi

AraŖtırmanın evreni, Türkiye'deki özel sektör çalıŖanlarından oluŖmaktadır. AraŖtırmanın örneklemi ise, Zonguldak'ta özel sektörde çalıŖan ve araŖtırmaya katılan iŖgörenlerden oluŖmaktadır. AraŖtırmada olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 246 çalıŖandan veri elde edilmiŖtir.

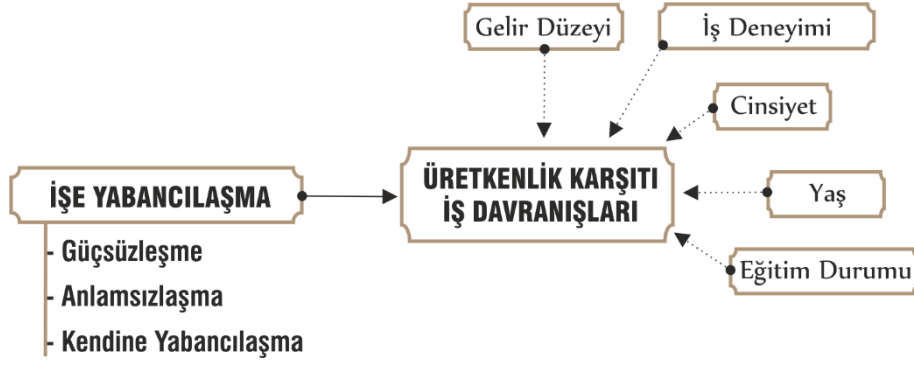
3.3. AraŖtırmanın Veri Toplama Metodu

AraŖtırma kapsamında veriler özel sektör çalıŖanlarından yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiŖtir. AraŖtırmada kullanılan anket; iŖe yabancılaŖma ve üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖı olmak üzere iki ölçekten oluŖmaktadır. ÇalıŖanların iŖe yabancılaŖma düzeyinin ölçölmesi için Mottaz (1981) tarafından geliŖtirilen ve üç boyutlu yapısı korunarak Moç (2018) tarafından Türkçeye uyarlanan 21 maddelik ölçek kullanılmıŖtır. Üretkenlik karŖıtı iŖ davranıŖı için ise Spector ve diğerleri (2010) tarafından geliŖtirilen ve Behrem (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan 10 maddelik ölçek kullanılmıŖtır. AraŖtırma kapsamında içeriği

korunarak alınan ölçeklere yönelik yapısal geçerlik ve iç tutarlılık testleri uygulanmıştır.

3.4. Araştırmanın Modeli

Tarama modeli kullanılan araştırmanın bağımlı değişkeni üretkenlik karşıtı iş davranışı, ana bağımsız değişkeni işe yabancılaşma, alt bağımsız değişkenleri ise işe yabancılaşmanın güçsüzleşme, anlamsızlaşma ve kendine yabancılaşma boyutlarıdır.



Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 20.0 ve AMOS 24.0 (Analysis of Moment Structures) programları kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerinin yapısal geçerliğinin tespitinde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), iç tutarlığının tespitinde güvenilirlik analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini saptamak amacıyla korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla çoklu regresyon analizi, farklılıkları saptamak amacıyla da Independent Sample T testi ve One-Way ANOVA testleri kullanılmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo 1’de araştırmaya katılan özel sektör çalışanlarına ilişkin betimleyici istatistikler yer almaktadır. Elde edilen verilere göre; örneklemin %54,5’inin erkek, %45,5’inin ise kadın olduğu, yaş dağılımı incelendiğinde %79,2 ile büyük çoğunluğun 21-40 yaş aralığındaki genç çalışanlardan oluştuğu, gelir düzeyleri incelendiğinde çalışanların %43,9’unun 1000TL-2000TL arasında asgari ücret düzeyinde aylık geliri olduğu, iş deneyimi süresi açısından %85’inin 1 yıldan daha fazla bir iş deneyimine sahip olduğu, eğitim durumu açısından ise örneklemin %55,3’ünün üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1: Betimleyici İstatistikler

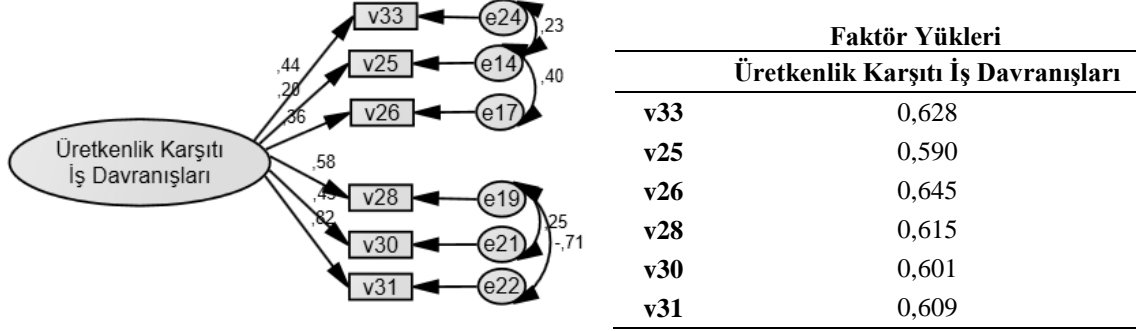
	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Cinsiyet		
<i>Erkek</i>	134	% 54,5
<i>Kadın</i>	112	% 45,5
Yaş		
<i>21' den küçük</i>	14	% 5,7
<i>21-30</i>	127	% 51,6
<i>31-40</i>	68	% 27,6
<i>41-50</i>	32	% 13,0
<i>51-60</i>	3	% 1,2
<i>60' tan büyük</i>	2	% 0,8
Aylık Gelir Düzeyi		
<i>1000 TL' den az</i>	15	% 6,1
<i>1001-2000 TL arası</i>	108	% 43,9
<i>2001-3000 TL arası</i>	69	% 28,0
<i>3001-4000 TL arası</i>	32	% 13,0
<i>4001-5000 TL arası</i>	10	% 4,1
<i>5001 TL veya daha fazla</i>	12	% 4,9
Eğitim Durumu		
<i>İlköğretim</i>	35	% 14,2
<i>Lise</i>	75	% 30,5
<i>Önlisans</i>	73	% 29,7
<i>Lisans</i>	53	% 21,5
<i>Yüksek Lisans</i>	8	% 3,3
<i>Doktora</i>	2	% 0,8
İş Deneyimi		
<i>1 yıldan az</i>	37	% 15,0
<i>1-2 yıl arası</i>	52	% 21,1
<i>2-3 yıl arası</i>	43	% 17,5
<i>3-4 yıl arası</i>	27	% 11,0
<i>4 yıl veya daha fazla</i>	87	% 35,4

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen değerlerin incelenmesi için “uyum iyiliği istatistikleri” olarak adlandırılan referans değerler kullanılmıştır. Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 14 maddeden oluşan “Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı” ölçeğinden elde edilen önerilen uyum değerleri Tablo 2’de ifade edilmiştir.

Tablo 2: Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı Ölçeği - Uyum Değerleri

Uyum Kriteri	χ^2	p	χ^2 / df	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	GFI
Önerilen Uyum Değerleri	9,976	0,076	1,995	0,064	0,039	0,960	0,979	0,987

Tablo 2’de yer alan önerilen uyum değerleri incelendiğinde ki-kare değeri 9,976; p değeri 0,076; RMSEA değeri 0,064; GFI değeri 0,987; ki-kare/serbestlik derecesi 1,995; SRMR değeri 0,039; CFI değeri 0,979 ve NFI değeri 0,960 saptanmıştır. Şekil 2’de test edilen üretkenlik karşıtı iş davranışı ölçeğine ilişkin standardize edilmiş çözümlenme değerleri belirtilmiştir.



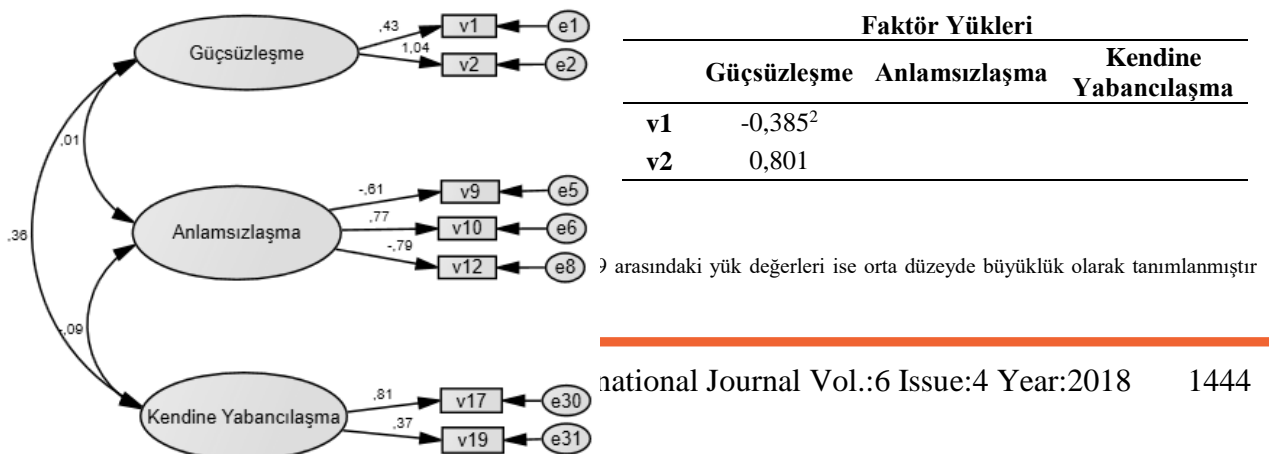
Şekil 2: Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları / Standardize Edilmiş Çözümlenme Değerleri

Her boyutta 7 madde olmak üzere toplam 21 maddeden oluşan işe yabancılaşma ölçeğine Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanması sonucunda elde edilen önerilen uyum değerleri Tablo 3’te ifade edilmiştir.

Tablo 3: İşe Yabancılaşma Ölçeği - Uyum Değerleri

Uyum Kriteri	χ^2	p	χ^2 / df	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	GFI
Önerilen Uyum Değerleri	11,177	0,429	1,016	0,008	0,042	0,963	0,999	0,987

Tablo 3’te yer alan önerilen uyum değerleri incelendiğinde ki-kare değeri 11,177; p değeri 0,429; RMSEA değeri 0,008; GFI değeri 0,987; ki-kare/serbestlik derecesi 1,016; SRMR değeri 0,042; CFI değeri 0,999 ve NFI değeri 0,963 saptanmıştır. Şekil 3’te test edilen işe yabancılaşma ölçeğine ilişkin faktör yükleri ve standardize edilmiş çözümlenme değerleri belirtilmiştir.



v9	0,771
v10	-0,818
v12	0,827
v17	0,774
v19	0,765

Şekil 3: İşe Yabancılaşma / Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri

Tablo 2’de ve Tablo 3’te ifade edilen önerilen uyum değerlerinin Tablo 4’te yer alan uyum iyiliği istatistiklerine uygun olduğu ve araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Uyum İyiliği İstatistikleri

Uyum Kriteri	Uyum = İyi	Uyum = Kabul Edilebilir
χ^2	$0 \leq \chi^2 \leq 2sd$	$2sd < \chi^2 \leq 3sd$
p değeri	$0.05 < p \leq 1.00$	$0.01 \leq p \leq 0.05$
χ^2 / sd	$0 \leq \chi^2 / sd \leq 2$	$2 < \chi^2 / sd \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 < SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI < 0.95$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI < 0.95$

Kaynak: Schermelleh-Engel, Karin, Helfried Moosbrugger ve Hans Müller (2003); “Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures,” *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), s.52.

Yapı geçerliği sağlanan ölçeklere ilişkin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 5’te ifade edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda; Cronbach’s Alpha katsayısı üretkenlik karşıtı iş ölçeği için 0.768, işe yabancılaşma ölçeği için 0.736, işe yabancılaşmanın güçsüzleşme boyutu için 0.711, anlamsızlaşma boyutu için 0.762 ve kendine yabancılaşma boyutu için 0.741 saptanmıştır. Elde edilen bu değerler, araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığa sahip olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5: Güvenirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı Ölçeği</i>	<i>0.768</i>	<i>6</i>
<i>İşe Yabancılaşma Ölçeği</i>	<i>0.736</i>	<i>7</i>
• <i>Güçsüzleşme Boyutu</i>	<i>0.711</i>	<i>2</i>
• <i>Anlamsızlaşma Boyutu</i>	<i>0.762</i>	<i>3</i>
• <i>Kendine Yabancılaşma Boyutu</i>	<i>0.741</i>	<i>2</i>

4.6.2. Normallik Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilere yönelik gerçekleştirilen normallik testi sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır. Örneklem büyüklüğü kriteri nedeniyle tabloda yer alan Kolmogorov-Smirnov değerleri dikkate alındığında ölçeklere ilişkin anlamlılık değerlerinin 0.05’ten küçük olduğu görülmektedir. Bundan dolayı bu ölçeklere ilişkin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri de incelenmiştir.

Tablo 6: Normallik Test Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı Ölçeği</i>	0.122	246	0.000	0.931	246	0.000
<i>İşe Yabancılaşma Ölçeği</i>	0.075	246	0.002	0.990	246	0.106

Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 7’de ifade edilmiştir. George ve Mallery’nin (2003) sınıflandırması dikkate alındığında; bu ölçeklerden elde edilen verilere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olduğu ve normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu nedenle de araştırma kapsamında parametrik teknikler kullanılmıştır.

Tablo 7: Normallik Testleri - Betimleyici İstatistikler

		Statistic	Std. Error
<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı Ölçeği</i>	<i>Skewness</i>	0.908	0.155
	<i>Kurtosis</i>	0.993	0.309
<i>İşe Yabancılaşma Ölçeği</i>	<i>Skewness</i>	0.056	0.155
	<i>Kurtosis</i>	0.030	0.309

Tablo 8’de normallik testi sonucunda normal dağılım gösterdiği saptanan değişkenlere yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları görülmektedir. Bu tabloya göre; bağımlı değişken üretkenlik karşıtı iş davranışı ile ana bağımsız değişken işe yabancılaşma arasında orta seviyede ve pozitif yönde, alt bağımsız değişken güçsüzleşme ve anlamsızlaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde, kendine yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında ise çok düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Tablo 8: Korelasyon Analizi Sonuçları

<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı</i>	
--	--

<i>İşe Yabancılaşma</i>	<i>Pearson Correlation</i>	0.462
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000
• <i>Güçsüzleşme</i>	<i>Pearson Correlation</i>	0.287
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000
• <i>Anlamsızlaşma</i>	<i>Pearson Correlation</i>	0.369
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000
• <i>Kendine Yabancılaşma</i>	<i>Pearson Correlation</i>	0.178
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.005

Tablo 9’da üretkenlik karşıtı iş davranışı ile işe yabancılaşma boyutlarına yönelik çoklu regresyon analizi görülmektedir. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda istatistiksel anlamlılık değerinin 0.05’ten küçük olduğu, dolayısıyla da kurulacak regresyon modelinin de istatistiksel olarak anlamlılık ifade ettiği saptanmıştır.

Tablo 9: ANOVA

		<i>Sum of Squares</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı</i>	Regression	1010.567	336.856		
	Residual	2996.526	12.382	27.205	0.000
	Total	4007.093			

Çoklu regresyon analizine ilişkin model özeti Tablo 10’da ifade edilmiştir. Bu tabloya göre; üretkenlik karşıtı iş davranışındaki değişimin %24,3’ünü işe yabancılaşmanın üç boyutundaki değişimin açıkladığı saptanmıştır.

Tablo 10: Model Özeti

	β	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>R</i> ²	<i>Adjusted R</i> ²
<i>Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı</i>	<i>Constant</i>	-2.389	-1.517	0.130	
	<i>Güçsüzleşme</i>	0.545	4.888	0.000	0.252
	<i>Anlamsızlaşma</i>	0.876	7.132	0.000	
	<i>Kendine Yabancılaşma</i>	0.330	2.457	0.015	
				0.243	

İstatistiksel olarak anlamlılığı saptanan modele göre üretkenlik karşıtı iş davranışının alabileceği değer aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir;

$$\text{“Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı} = (0.545 \times \text{Güçsüzleşme}) + (0.876 \times \text{Anlamsızlaşma}) + (0.330 \times \text{Kendine Yabancılaşma})\text{”}$$

Elde edilen bu formül incelendiğinde; işe yabancılaşmanın güçsüzleşme boyutundaki 1 birimlik artışın üretkenlik karşıtı iş davranışı üzerinde 0.545 birimlik bir artışa, anlamsızlaşma boyutundaki 1 birimlik artışın 0.876 birimlik bir artışa, kendine yabancılaşma boyutundaki 1 birimlik artışın ise 0.330 birimlik bir artışa neden olduğu görülmektedir.

Araştırmanın bağımlı değişkeni üretkenlik karşıtı iş davranışı ile cinsiyete yönelik farklılık analizi sonucu Tablo 11’de ifade edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda anlamlılık değerinin 0.05’ten küçük olduğu saptanmıştır. Buna göre, özel sektör çalışanlarının üretkenlik karşıtı iş davranışlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, erkek çalışanlarda kadın çalışanlara göre bu davranışların daha yoğun olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11: Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı & Cinsiyet / Independent-Samples T Testi

	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	7.109	0.008	2.336	244	0.020	1.19843	0.51313
Equal variances not assumed			2.381	243.676	0.018	1.19843	0.50338
Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı	Cinsiyetiniz	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
	Erkek	134	11.6716	4.37315	0.37778		
	Kadın	112	10.4732	3.52075	0.33268		

Tablo 12’de çalışanların aylık gelir düzeyi ile üretkenlik karşıtı iş davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu tabloya göre, çalışanların üretkenlik karşıtı iş davranışlarının aylık gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ancak hangi gelir düzeyi arasında farklılığın olduğunun saptanabilmesi için Post-Hoc analizi yapılmıştır.

Tablo 12: Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı & Aylık Gelir Düzeyi / One-Way Analizi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	F	Sig.
<i>1000 TL'den az</i>	15	10.6000	3.13506	0.80947		
<i>1001 - 2000 TL arası</i>	108	10.4722	3.48953	0.33578		
<i>2001 - 3000 TL arası</i>	69	11.3768	3.93365	0.47356	2.366	0.040
<i>3001 - 4000 TL arası</i>	32	11.4688	4.19665	0.74187		
<i>4001 - 5000 TL arası</i>	10	12.5000	4.83621	1.52934		
<i>5001 TL veya daha fazla</i>	12	14.1667	7.19638	2.07742		

Post-Hoc analizi içerisinde seçilecek tekniğin belirlenmesi için gerçekleştirilen homojenlik test sonuçları Tablo 13’te ifade edilmiştir.

Tablo 13: Varyansların Homojenliği Testi

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5.849	5	240	0.000

Tablo 13'te yer alan sonuçlar incelendiğinde varyansların homojen olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte gruplardaki dağılımların eşit olmadığı da dikkate alındığında Post-Hoc analizi içerisinde Tamhane'nin T2 testi tercih edilmiştir. Gerçekleştirilen bu test sonucunda ise tüm gelir grupları arasındaki anlamlılık değeri 0.05'ten büyük saptanmıştır. Dolayısıyla üretkenlik karşıtı iş davranışının aylık gelir düzeyine göre farklılığının gruplar arasından değil grup içinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Üretkenlik karşıtı iş davranışı ile diğer demografik faktörlere ilişkin farklılık analizi sonucunda ise; üretkenlik karşıtı iş davranışlarının çalışanların iş deneyimine göre, eğitim durumuna göre ve yaşına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gerçekleştirilen araştırma ile çalışanların işe yabancılaşma düzeyleri incelenmiş ve işe yabancılaşma düzeylerinin üretkenlik karşıtı iş davranışları üzerinde anlamlı bir etkiye neden olup olmadığı analiz edilmiştir. Özel sektör çalışanları üzerinde uygulanan araştırmanın örneklem yapısında cinsiyet dominantlığının olmadığı, popülasyonun yoğun olarak gençlerden oluştuğu, eğitim seviyesinin yüksek olduğu ve çalışanların iş deneyiminin işe yabancılaşma için gerekli süre açısından yeterli olduğu belirlenmiştir. Bu örneklem yapısı kullanılarak araştırmada 5 hipotez öne sürülmüş ve bu hipotezlerin sınanması için yüz yüze anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler istatistik programlarıyla işlenmiş, yapılan analizler sonucunda; işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında pozitif yönde ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmış, özel sektör çalışanlarının üretkenlik karşıtı iş davranışındaki değişimin %24,3'ünü işe yabancılaşmadaki değişimin açıkladığı belirlenmiş, bununla birlikte; işe yabancılaşmanın güçsüzleşme, anlamsızlaşma ve kendine yabancılaşma olmak üzere tüm boyutlarının üretkenlik karşıtı iş davranışları üzerinde yüksek düzeyde etkiye neden olduğu saptanmıştır. Demografik bulgular açısından ise, üretkenlik karşıtı iş davranışının erkek çalışanlarda kadın çalışanlara göre daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiş, yaş, aylık gelir düzeyi, iş deneyimi ve eğitim durumuna göre ise üretkenlik karşıtı iş davranışının anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır. Bu sonuçlar dikkate alındığında 5 hipotezin de kabul

edildiği görülmektedir. Sonuç olarak, işe yabancılaşma ile üretkenlik karşıtı iş davranışı arasında yüksek bağlılık gösteren bir ilişki saptanmış ve işe yabancılaşma, örgütsel performans açısından çok önemli olan üretkenlik karşıtı iş davranışına doğrudan etki eden yeni bir faktör olarak literatüre kazandırılmıştır.

Sosyolojik açıdan insan gücü her zaman “işe yabancılaşma” olarak ifade edilen bir tür yabancılaşmaya yatkındır. İşe yabancılaşmış çalışanlarda güçsüzlük, monotonluk ve değersizlik hissi var olduğu için bu çalışanların duygularında, tutumlarında ve davranışlarında önemli değişiklikler olmaktadır (Guo vd., 2016). Çalışanda işe yabancılaşma geliştiğinde ürettiği ürünle bağ kuramama, üretime verdiği katkının farkında olamama, umutsuzluk ve kendini yetersiz görme gibi belirtiler ortaya çıkmaktadır (Valikhani ve Soltani, 2015). Bu süreçte çalışanlar görevlerin nasıl yerine getirileceğine dair kontrole sahip olmadıkları ve karar alma otoriteleri olmadığı için fikirlerini ifade edemezler, bu nedenle de örgütün başarısında hiçbir rolleri bulunmamaktadır (Amirkhani ve Safikhani, 2015). Dolayısıyla işe yabancılaşmanın örgütün işleyişi üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Özellikle de üretkenlik karşıtı iş davranışını tetiklemesi, örgütün bütünlüğü ve devamlılığı açısından önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Bu nedenle de işe yabancılaşmanın minimize edilerek engellenmesi için işe yabancılaşmaya neden olan faktörlerin değerlendirilmesi gerekmektedir (Nojabae ve Ahmadi, 2014). Dolayısıyla örgütsel tehdit unsuru olan üretkenlik karşıtı iş davranışlarına önemli düzeyde etki eden işe yabancılaşmanın minimize edilmesi için liderlik tarzı, örgütsel sinizm, iş karakteristikleri, rol belirsizliği, iş stresi, psikolojik sözleşme ihlali ve olumsuz örgüt iklimi faktörlerinin dikkate alınarak bu faktörlere yönelik yönetsel çözümlerin geliştirilmesi önerilmektedir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma aşağıdaki varsayımlara ve kısıtlara bağlı olarak gerçekleştirilmiştir;

- Araştırmaya katılan çalışanların kendilerine yöneltilen soruları gerçeği yansıtacak şekilde cevaplandığı varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan çalışanların üretkenlik karşıtı iş davranışlarına yönelik değerlendirmelerinde objektif olduğu varsayılmıştır.
- Araştırma kapsamı nedeniyle sadece özel sektör çalışanlarına uygulanmıştır.
- Araştırma zaman ve veriye erişimin kısıtlı olması nedeniyle sadece Zonguldak ilindeki çeşitli işletmelerde aktif olarak çalışan bireylere uygulanabilmiştir.
- Araştırmada farklı katılım düzeyi nedeniyle mesleki bazda bir karşılaştırma yapılamamıştır.

KAYNAKÇA

- Abdi, P., & Rouzbahani, R. (2016). The Effect of Organizational Cynicism and Injustice on Counter Productive Behaviors of Staff Considering Demographic Factors. *Journal of Global Pharma Technology*, 12(8), 202-214.
- Aiken, M., & Hage, J. (1966). Organizational Alienation: A Comparative Analysis. *American Sociological Review*, 31, 497-507.
- Al-A'wasa, S. I. S. (2018). The Impact of Organizational Justice on the Counterproductive Work Behavior (CWB): A Field Study Conducted in the Jordan Customs Department (JCD). *International Journal of Business and Social Science*, 9(1), 27-38.
- Al-Atwi, A. A., & Bakir, A. (2014). Relationships between Status Judgments, Identification, and Counterproductive Behavior. *Journal of Managerial Psychology*, 29(5), 472-489.
- Alizadeh, M. J., & Frizhendi, A. A. G. H. (2013). Description of Bureaucracy Structure of the University and Job-Alienation of Its Staff. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), 2567-2575.
- Allen, J. A., Yoerger, M. A., Lehmann-Willenbrock, N., & Jones, J. (2015). Would You Please Stop That!?: The Relationship between Counterproductive Meeting Behaviors, Employee Voice, and Trust. *Journal of Management Development*, 34(10), 1272-1287.
- Amirkhani, A., & Safikhani, R. (2015). The Study of Job Alienation Concept and its Relationship with Some Within-Organization Approaches of Human Resources System. *Teknologi Tanaman*, 12(2), 331-335.
- An, F., & Wang, B. (2016). Abusive Supervision and Counterproductive Work Behavior: Moderating Effect of Negative Affectivity. *Journal of Service Science and Management*, 9, 66-73.
- Ariani, D. W. (2013). The Relationship between Employee Engagement, Organizational Citizenship Behavior, and Counterproductive Work Behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46-56.
- Atay, S. E., & Gerçek, M. (2017). Algılanan Rol Belirsizliğinin İşe Yabancılaşma Üzerindeki Etkisinin ve Demografik Değişkenlere Göre Farklılıklarının İncelenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 321-332.
- Aubé, C., & Rousseau, V. (2014). Counterproductive Behaviors: Group Phenomena with Team-Level Consequences. *Team Performance Management*, 20(5/6), 202-220.
- Banai, M., & Reisel, W. D. (2007). The influence of Supportive Leadership and Job Characteristics on Work Alienation: A six-country investigation. *Journal of World Business*, 42, 463-476.

- Behrem, Ü. (2017). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Adalet Algısı Aracılığıyla Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Camerino, D., Conway, P. M., Heijden, B.I.J.M., Schott, E., Pokorski, J., Estryn-Behar, M., & Hasselhorn, H.M. (2015). The Concepts of Alienation and Involvement Revisited. *Psychological Bulletin*, 86(1), 119-38.
- Chand, P., & Chand, P. K. (2014). Job Stressors as predictor of Counterproductive Work Behaviour in Indian Banking Sector. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management*, 3(12), 43-55.
- Chernyak-Hai, L., & Tziner, A. (2014). Relationships between Counterproductive Work Behavior, Perceived Justice and Climate, Occupational Status, and Leader-Member Exchange. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 30, 1-12.
- Çalışkan, A., & Pekkan, N. Ü. (2017). Psikolojik Sermayenin İşe Yabancılaşmaya Etkisinde Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(1), 17-33.
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 115-132.
- Demirez, F., & Tosunoğlu, N. (2017). Örgüt İkliminin İşe Yabancılaşma Üzerine Etkisi: Gazi Üniversitesi Rektörlüğünde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 69-88.
- Demirkıran, M., Taşkaya, S., & Yorulmaz, M. (2016). The Effects of Psychological Contract Violations in Organizations on Organizational Trust and Alienation: An Application in the Healthcare Sector. *Sanitas Magisterium*, 2, 85-95.
- Doğan, A., & Deniz, N. (2017). Algılanan Liderlik Tarzının Üretkenlik Karşıtı İş Davranışlarının Ortaya Çıkmasındaki Etkisinde Örgüt Kültürünün Rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 1014-1024.
- Fatima, A. (2016). Impact of Workplace Ostracism on Counter Productive Work Behaviors: Mediating Role of Job Satisfaction. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 9(2), 388-408.
- Fedi, A., Pucci, L., Tartaglia, S., & Rollero, C. (2016). Correlates of Work-Alienation and Positive Job Attitudes in High- and Low-Status Workers. *Career Development International*, 21(7), 713-725.
- Fettahlıoğlu, Ö. O., Bıyıkbeyi, T., Güler, B., & Demir, S. (2016). Duygusal Emeğin Üretkenlik Karşıtı Davranışa Etkisi ve Sosyal Bağlılık İlişkisi: Çağrı Merkezinde Bir Uygulama. *International Journal of Social Science*, 51, 421-434.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows Sep by Step: A Simple Guide and Reference. 4th ed., Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Gonzalez-Mulé, E., DeGeest, D. S., Kiersch, C. E., & Mount, M. K. (2013). Gender differences in personality predictors of counterproductive behavior. *Journal of Managerial Psychology*, 28(4), 333-353.
- Guo, W., Dai, R., & Yang, J. (2016). The Effect of Leadership Task Behavior and Relational Behavior on Job Performance: Investigating the Moderating Role of Work Alienation. *Journal of Service Science and Management*, 9, 97-110.
- Hosseinzadeh, A., Nazem, F., & Eimani, M. N. (2014). A Structural Model For Transformational Leadership Style Based On Job Alienation İn District 2 of Islamic Azad University. *Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences*, 3(1), 01-05.
- Hou, A., Chen, Y., & Shang, R. (2016). Mutual Relations in ERP Implementation: the Impacts of Work Alienation and Organizational Support in State-Owned Enterprise. *Procedia Computer Science*, 100, 1289-1296.
- İyigün, N. Ö., & Çetin, C. (2012). Psikolojik Kontratın Örgütsel Sapma Üzerindeki Etkisi ve İlaç Sektöründe Bir Araştırma. *Öneri Dergisi*, 10(37), 15-29.
- Jawahar, I. M., & Schreurs, B., & Mohammed, S. J. (2018). How and When LMX Quality Relates to Counterproductive Performance: A Mediated Moderation Model. *Career Development International*, DOI: <https://doi.org/10.1108/CDI-05-2018-0134>.

- Kanungo, R. N. (1979). The Concepts of Alienation and Involvement Revisited. *Psychological Bulletin*, 86(1), 119-138.
- Kartal, N. (2018). Evaluating the Relationship between Work Engagement, Work Alienation and Work Performance of Healthcare Professionals. *International Journal of Healthcare Management*, DOI: 10.1080/20479700.2018.1453969.
- Kılıç, İ., Saraçlı, S., Doğan, İ., & Pelit, E. (2017). Hastane İşletmelerinde Mobbingin Örgütsel Yabancılaşma Üzerine Etkisi: Afyonkarahisar'da Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 734-747.
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide To Factor Analysis*. New York: Routledge.
- Klotz, A. C., & Buckley, M. R. (2013). A Historical Perspective of Counterproductive Work Behavior Targeting the Organization. *Journal of Management History*, 19(1), 114-132.
- Knights, J. A., & Kennedy, B. J. (2005). Psychological Contract Violation: Impact on Job Satisfaction and Organizational Commitment Among Australian Senior Public Servant. *Applied HRM Research*, 10(2), 57-72.
- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Schaufeli, W. B., Vet, H., & Beek, A. (2011). Conceptual Frameworks of Individual Work Performance. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 53(8), 856-866.
- Kökalan, Ö., & Anaş, K. (2014). Çalışanların Örgütsel Sinizm Tutumlarının İşe Yabancılaşmaları Üzerine Etkisi: Vakıf Üniversiteleri Üzerine Bir Çalışma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 6(2), 97-109.
- Kurdi, F. (2018). The Impact of Job Alienation on the Performance among Palestine Medical Complex Employees. *International Humanities Studies*, 5(3), 15-29.
- Li, H., Weizheng, C., Lixin, X., Shiqing, D., Yuan, M., & Chaohong, N. (2016). Exploring the Effects of Active Job Characteristics on Employee' Work Alienation and Work Performance-Employment Form as Moderator. *Journal of Residuals Science & Technology*, 13(7), 214.1-214.7.
- Mann, S. L., Budworth, M. H., & Ismaila, A. S. (2012). Ratings of Counterproductive Performance: the Effect of Source and Rater Behavior. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(2), 142-156.
- Moç, T. (2018). Örgütsel Adalet Algısının Çalışanların İşte Yabancılaşmaya Etkisinde Tükenmişliğin ve Presenteizmin Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Mottaz, C. J. (1981). Some Determinants of Work Alienation. *The Sociological Quarterly*, 22(4), 515-529.
- Muafi (2011). Causes and Consequence Deviant Workplace Behavior. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2(2), 123-126.
- Nair, N., & Vohra, N. (2012). The Concept of Alienation: Towards Conceptual Clarity. *International Journal of Organizational Analysis*, 20(1), 25-50.
- Nojabae, S. S., & Ahmadi, G. (2014). Identification of Factors Affecting Teachers' Job Alienation in Western Mazandaran Province. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 4(7), 136-143.
- Öcel, H. (2010). Üretim Karşıtı İş Davranışları Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 13(26), 18-26.
- Polatçı, S., Özçalık, F., & Cindiloğlu, M. (2013). Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerinde Kişi-Örgüt Uyumunun Etkileri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 1-12.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- Sackett, P. R. (2002). The Structure of Counterproductive Work Behaviors: Dimensionality and Relationships with Facets of Job Performance. *International Journal of Selection And Assessment*, 10(1/2), 5-11.
- Sackett, P. R., & DeVore, C. J. (2001). Counterproductive Behaviors at Work. In N. Anderson, D. Ones, H. Sinangil, & C. Viswesvaran (Eds.), *Handbook of Industrial, Work, and Organizational Psychology*, 145-164.

- Santas, G., Isik, O., & Demir, A. (2016). The Effect of Loneliness at Work; Work Stress on Work Alienation and Work Alienation on Employees' Performance in Turkish Health Care Institution. *South Asian Journal of Management Sciences*, 10(2), 30-38.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Seeman, M. (1975). Alienation studies. *Annual Review of Sociology*, 1, 91-123.
- Seeman, M. (1983). Alienation Motifs in Contemporary Theorizing: The Hidden Continuity of the Classic Themes. *Social Psychology Quarterly*, 46(3), 171-184.
- Self, D. R., & Self, T. B. (2014). Negligent Retention of Counterproductive Employees. *International Journal of Law and Management*, 56(3), 216-230.
- Spector, P. R., Bauer, J. A., & Fox, S. (2010). Measurement Artifacts in the Assessment of Counterproductive Work Behavior and Organizational Citizenship Behavior: Do we know what we think we know?" *Journal of Applied Psychology*, 95(4), 781-790.
- Suárez-Mendoza, M. J., & Zoghbi-Manrique-de-Lara, P. (2008). The Impact of Work alienation on Organizational Citizenship Behavior in the Canary Islands. *International Journal of Organizational Analysis*, 15(1), 56-76.
- Tan, B. U. (2016). The Role of Work Centrality in the Relationship between Work Alienation and Organisational Commitment: A study of Turkish SMEs. *Journal for East European Management Studies*, 21(1), 60-81.
- Tangem, S. (2017). The Effect of Workplace Bullying and Sexual Harassment on Counterproductive Workplace Behavior A Study on Bangladeshi Private Banks. *International Journal of Business, Economics and Law*, 14(5), 57-64.
- Tanrıverdi, H., & Kılıç, N. (2016). Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1(1), 1-18.
- Thornton, L. M., Esper, T. L., & Morris, M. L. (2013). Exploring the Impact of Supply Chain Counterproductive Work Behaviors on Supply Chain Relationships. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43(9), 786-804.
- Tian, Q., Zhang, L., & Zou, W. (2014). Job Insecurity and Counterproductive Behavior of Casino Dealers – the Mediating Role of Affective Commitment and Moderating Role of Supervisor Support. *The International Journal of Hospitality Management*, 40, 29-36.
- Tuğal, F. N., Topsakal, Y., & İplik, E. (2017). Örgütsel Sağlığın Çalışanların İş Tatmini ve Yabancılaşma Düzeyine Etkisinde Örgütsel Adaletin Aracı Rolü. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 479-488.
- Valikhani, M., & Soltani, E. (2015). Investigating the Effect of Job Alienation on the Organizational Citizenship Behavior (Branches of Sepah Bank in Shahreza and Dehaghan as Case Study). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(1), 277-286.
- Viswesvaran, C., Deshpande, S. P., & Milman, C. (1998). The Effect of Corporate Social Responsibility on Employee Counterproductive Behavior. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 5(4), 5-12.
- Whelpley, C. E., & McDaniel, M. A. (2016). Self-esteem and Counterproductive Work Behaviors: A Systematic Review. *Journal of Managerial Psychology*, 31(4), 850-863.
- Wu, M., Sun, X., Zhang, D., & Wang, C. (2016). Moderated Mediation Model of Relationship between Perceived Organizational Justice and Counterproductive Work Behavior. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 7(2), 64-81.
- Yean, T. F., Johari, J., & Yahya, K. K. (2016). The Effect of Job Dissatisfaction on Counterproductive Work Behavior. *International Business Management*, 10(2), 6036-6039.
- Yıldız, S., & Şaylıkay, M. (2014). The Effect of Organisational Cynicism on Alienation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 622-627.

- Ying, C. Y., & Ting, S. K. T. (2013). The Effects of Emotional Intelligence on Counterproductive Work Behaviors and Organizational Citizenship Behaviors. *International Journal of Accounting & Business Management*, 1(1), 162-174.
- Zheng, W., Wu, Y. J., Chen, X., & Lin, S. (2017). Why do Employees have Counterproductive Work Behavior? The Role of Founder's Machiavellianism and the Corporate Culture in China. *Management Decision*, 55(3), 563-578.

Citation: Ergün, E. & Eyişoy, M.E. (2018), Takım Çalışması Özelliklerinin Takım Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1455-1475 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.406>

TAKIM ÇALIŞMASI ÖZELLİKLERİNİN TAKIM PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ercan ERGÜN¹

Mustafa Emre EYİŞOY²

Received Date (Başvuru Tarihi): 16/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 31/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Günümüzde güncellenen rekabet koşullarında organizasyonlar içinde takım olarak tanımlanabilecek küçük grupların kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Yapılan çalışmalar takımların bireysel çalışma modellerine görece daha yüksek üretkenlik becerilerine sahip olduklarını ve çalışan mutluluğu açısından daha yüksek potansiyel taşıdığını göstermektedir. Takımların yüksek performans göstermesi ve hedefledikleri amaçlara ulaşabilmeleri için bazı temel özelliklere sahip olmaları gerekir. Bu çalışma ile “İş dizaynı”, “karşılıklı bağlılık”, “uyuşma”, “bağlam (görev içeriği)” ve “süreç” kavramlarının takım performansına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında on farklı spor takımının farklı branşlardaki üyelerine etkin takım özellikleri hakkında anket uygulanmış ve bu özelliklerin takım performansına etkileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, uyuşma, bağlam (görev içeriği) ve süreç boyutlarının takımların hem takım başarısına hem de takım etkinliğine önemli derecede olumlu etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Takımlar, Etkin Takım Özellikleri, Takım Performansı

JEL Kodları: L83, M12, M53

A RESEARCH TO DETERMINE THE IMPACTS OF TEAM WORK FACTORS ON TEAM PERFORMANCE

ABSTRACT

Due to the updated conditions of the competitive environment, today's organizations require to use small groups called as “team” in their structure. Researches indicate that teams have higher productivity skills when compared to individual work models. Teams are to have some basic features to reach their defined targets. It was targeted to investigate the effects of the concepts of “Job Design”, “Interdependence”, “Composition”, “Context”, “Process” on team performances. A survey was applied to the team members from ten different sport teams acting in different branches and the effects of these characteristics to the team performance were investigated. As a result of the study, “Composition”, “Context”, “Process” had a positive effect on both team success and team effectiveness.

Keywords: Teams, Effective Team Characteristics, Team Performance

JEL Codes: L83, M12, M53

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gebze Teknik Üniversitesi, eergun@gtu.edu.tr

² FIFA Kokartlı Hakem, Gebze Teknik Üniversitesi, emre.eyisoy@mno.org.tr

<http://orcid.org/0000-0002-9168-7340>

<http://orcid.org/0000-0002-8559-1318>

1. GİRİŞ

Her geçen gün daha zorlaşan rekabet şartları tüm organizasyonlarda etkinliğin ve verimliliğin artması ile örgüt performansının yükselmesi ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Bu durumun yarattığı arayışlar ise birey odaklı uygulamaların hızla terk edilmesini ve örgüt yapısının takım odaklı oluşturulmasını tercih edilir hale getirmiştir. Champion, Medsker ve Higgs (1993), organizasyonlar içinde takım oluşumlarının her geçen gün arttığını vurgulamıştır. Champion vd. (1993) bazı araştırmalarda her ne kadar grup çalışmalarının zaman zaman düşük üretkenlik, zayıf karar mekanizmaları gibi olumsuz sonuçları ortaya çıkabilse de birçok güncel çalışmalarda takım çalışmalarının eş zamanlı olarak hem üretkenliği hem de çalışan memnuniyetini artırdığını ortaya koymuştur. Özler ve Koparan (2006) ise çalışmalarında bireysel performansın artmasının organizasyonun performansının da artmasını sağladığını öne sürmüştür. Araştırmacılar takım çalışmasının daha yüksek verimlilik, daha düşük emek maliyeti getirdiğini ve bireysel performansı artırdığını gözlemlemişlerdir. Özler ve Koparan (2006) aynı zamanda takım üyelerinin farklı yeteneklerinden faydalanarak bir sinerji ortaya çıkartılacağını düşünmektedirler. Kwak (2004) ise çalışmasında takım içinde çalışan bir üyenin bireysel çalışma modeline nazaran çok daha yüksek yaratıcılık ve problem çözme becerisine sahip olacağını belirtmektedir.

Bütün bu araştırmaların ışığında bireysel modellenmiş organizasyon yapısından uzaklaşarak takım çalışması şeklinde modellenmiş organizasyonlara geçişin kaçınılmaz olduğu, ancak bu geçiş esnasında ortaya çıkabilecek yapısal sorunların en aza indirgenmesi gerektiği aşikardır. Buradan yola çıkarak takım oluşumu için ve takım performansının artması için bazı kavramların incelenmesi gerekliliği doğmaktadır. Bu gereklilik çerçevesinde bu araştırma kapsamında; takım performansına etki eden “iş dizaynı”, “karşılıklı bağlılık”, “uyuşma”, “bağlam (görev içeriği)” ve “süreç” karakteristikleri ile bu karakteristiklerin alt faktörlerinin takım performansına etkisi incelenecektir. Takım performansı kavramı ise “takım başarısı” ve “takım etkinliği” faktörlerine bağlı olarak ele alınacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde takım kavramı, takımların özellikleri, takım çalışmasının özellikleri ve faydaları incelenecektir.

2.1. Takım Kavramı ve Takımların Temel Özellikleri

Takım, belirli amaçların başarılması için ortak değerler ve çıkarlar doğrultusunda bir araya gelen paydaşlardan oluşan topluluktur. Takımlar ortak amaca odaklanan, sorumlu oldukları alanda ortak bir yaklaşım belirleyen ve üyeleri birbirini tamamlayan gruplardır (Straub, 2002). Takımlar halinde çalışmanın zaman zaman düşük verimlilik, zayıf karar alma mekanizmaları ve çatışmalar gibi olumsuz sonuçları da olabilmektedir. Ancak yapılan çalışmalar takımların daha yüksek üretkenlik ve çalışan mutluluğu açısından daha yüksek potansiyel taşıdığını göstermektedir (Campion vd., 1993). Karmaşık organizasyonların bireysel çalışmalar ile hedeflenen sonuçlara ulaşması mümkün değildir. Tüm mecralarda hızla yaşanan gelişme ve değişimler ile bunların yerel ve küresel sonuçları organizasyonları zorlamaktadır. Bir organizasyonun fırsatları kullanma becerisi organizasyon içindeki yetenekli insanların bir araya getirilmesi ve etkili şekilde yönetilmeleri ile doğru orantılıdır (Sarıhan, 1998).

Proehl (1996)'e göre takımlar paylaşılan ortak kimlik, bağlılık, bireysel ve karşılıklı etkileşim, ortak hedefler ve yapılandırılmış ilişkilere sahiptir. Guzzo ve Dickson'a göre (1996) ise takımlar; başkaları tarafından aynı sosyal grubun üyesi olarak görünen ve ortak amaç için bu grubun bir parçası olarak çalışan bireylerin oluşturduğu sosyal varlıklardır.

Günümüzde süreçlerin hızlanmasıyla birlikte organizasyonlar sürekli gelişen iletişim becerilerine ve yeni düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda organizasyonlarda bilgi, tecrübe ve yenilikçi bakış açılarının başarıyla kaynaştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Takımlar öncelikle yöntemlere yönelik tecrübeler oluştururlar, devamında uzun süreli çözümler yaratacak teknikleri geliştirerek bilginin örgütsel kademelere daha hızlı ulaşmasını sağlarlar. Takımlarda esas olan üyelerin düşünme, planlama ve karar alma süreçlerine katılmalarını sağlamaktır. Böylece bireyler kendi uzmanlık alanları dışında da roller üstlenme fırsatı bulurlar. Çalışanlar takımlarda hem kendini daha özerk hem de ortak sorumlulukları hissederek çalışanlar arasında karşılıklı bağlılığın ve sinerjinin gelişmesine yol açar (Yılmaz, 1999). Bir takım sinerji yaratarak güç kaynaklarını birleştirip birlikte çalışarak çok daha fazla güç üretebilir. Sinerjiyi yaratabilmek için ise takım üyelerinin istekleri ve becerileri gereklidir. Mensubu olunan örgütün de takıma ve takım üyelerine değer vermesi kişisel doyumu en üst düzeye taşır. Yüksek uyumun olduğu takımlarda bireyler hem kendi hedefini gerçekleştirirken hem de takımın hedeflerini gerçekleştirir. Böylece bireylerin iş tatmini ve performansları yükselir, bu durum da takım performansını yükseltir (Kwan, 2004; Baltaş, 2003; Yılmaz, 1999).

2.2. Takım Çalışmasının Amacı ve Önemi

Takım çalışması, organizasyonlarda çalışanların ve yöneticilerin örgütsel hedeflerin tanımlanması, yöntem, süreçlerin belirlenmesi ve örgütlerin sürekli geliştirilmesi için bir arada çalışmaları şeklinde tanımlanabilir. Takım çalışması organizasyonlarda rekabet üstünlüğü kazanma düşüncesinin temelini oluşturmaktadır. Richter, Hemman ve Pohlandt (1999) yaptığı çalışmada takım içi işbirliğinde doğal öğrenme süreçlerinin, iletişimin şekline, iletişimin miktarına ve iletişimin içeriğine bağlı olduğunu göstermiştir. Campion, Papper ve Higgs (1996) ise takım içindeki bağlılık düzeyinin tüm süreçleri etkilediğini öne sürmüştür.

Günümüzün fazlasıyla dinamik çevre koşullarına ayak uydurabilmek için organizasyonlar örgütsel yönetim stratejilerinin ve yöntemlerinin güncellenmesine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu değişim ve gelişim süreci organizasyonlarda yeniden yapılanmayı ve takım çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle takım faaliyetleri verimlilik ve performansı arttırarak stratejik amaçları gerçekleştirecek ve rekabette üstünlük yaratacak şekilde yeniden dizayn edilmelidir. Belirtilen bu sebeplerin yanı sıra örgütlerde takım anlayışına geçişin farklı nedenlerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Sarhan, 1998):

- Dış çevredeki hızlı gelişmeler farklı alanlarda takım bilgi ve becerisini gerektirmesi
- Takım sinerjisinin takımı bireylerden daha güçlü yapması
- Örgütsel verimliliğin artması
- İş mükemmelliği anlayışına ulaşılması
- Bireylerin motivasyonlarının arttırılması
- Takım üyelerine birlikte ve bağımsız çalışma anlayışlarının kazandırılması
- Örgüt gerçeklerine uygun etkili fikirlerin üretilmesi
- İş tatmini ve örgütsel bağlılık duygularının gelişmesinin sağlanması
- Esnek ve yalın örgüt yapısı oluşturulması
- Çalışanların liderlik ve yaratıcılık özellikleri ile ilgili teşvik edilmeleri
- Problem çözme becerilerinin arttırılması
- Örgütsel amaçlara olan bağlılığın artırılması.

Yakın geçmişe kadar tepe yönetimi odaklı bölümlere ayrılmış örgüt anlayışları uygulanmıştır. Ancak günümüzde dış dünyaya daha duyarlı, yüksek performanslı yapılanmalar yaratma ihtiyacı nedeniyle yatay örgüt, matriks örgüt gibi takım çalışması uygulamalarına geçilmiştir. Takım çalışmalarını destekleyen örgüt yapıları ile farklı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkması amaçlanmaktadır. Takım çalışmaları uygulamalarıyla da ulaşılmak istenen kurumundaki etkinliğini arttırmak ve işbirlikleri oluşturabilmektir.

3. ETKİN TAKIMLARIN ÖZELLİKLERİ VE TAKIM PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Araştırmanın bu bölümünde etkin takımların karakteristik özelliklerinden “iş dizaynı”, “karşılıklı bağlılık”, “uyuşma”, “bağlam (görev içeriği)” ve “süreç” kavramları ile bu kavramlara ilişkin alt faktörler incelenecektir. Etkin takım özelliklerinin yanı sıra “takım etkinliği” ve “takım başarısı” alt faktörleri ayrımı ile “takım performansı” kavramı incelenecek olup etkin takım özellikleri ile takım performansı arasındaki ilişkiler tüm alt faktörlerle ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Etkin takımların karakteristik özelliklerinin takım performansına ve etkinliğine etkisini inceleyen araştırmalara rastlamak mümkündür (Kwak, 2004).

3.1. Takım Performansı

Günümüzde organizasyonlar takım kavramı ve buna bağlı alt başlıklar olan takım çalışması, takım ruhu, işbirliği, katılım, bağlılık, örgüt yapısı gibi kavramlara odaklanmakta ve bu kavramların geliştirilmesi için kaynak ayırmaktadır. Organizasyonların takım çalışmasına önem vermesinin sebebi muhakkak ki performans artışının sağlanmasıdır. Başarıyla uygulanan takım çalışmaları sonucunda takım üyelerinin motivasyonları ve bireysel performansları artmakta, buna bağlı olarak takım performansı yükselmektedir (Guzzo ve Shea, 1992).

Takımlar, rastlantısal olarak bir araya gelen bireyler topluluğuna nazaran daha verimli ve performans sahibi olmaktadır. Başarılı bir takım için somut performans sonuçlarının takip edilmesi gerekmektedir. Özetle “takım” ve “performans” kavramları ayrılamaz kavramlardır (Katzenbach, Smith ve Muallimoğlu, 1998). Farklı düzeyde tecrübe, yetkinlik ve bilgiye sahip takım üyelerinin takımın ortak amaçlarına ve değerlerine yönelik inançları takım ruhunu yaratmaktadır. Bu nedendir ki takım performansı kavramı tekil ve bağımsız takım üyelerinin performansını değil üyelerden oluşan takımın topyekûn performansını ifade etmektedir (Straub, 2002). Ancak bu durum takım üyelerinin bireysel performanslarının uzağında değerlendirilemez. Zira takım ruhunun yakalandığı durumlarda takım üyeleri içinde buldukları takımlara yaptıkları bireysel katkılarla da değerlendirilmek ve anılmak isterler.

Takım çalışmasını destekleyen en önemli kriterlerden biri de performans ölçümüdür. Organizasyonlarda takım performansının ölçümü yapılırken kalite, etkinlik ve verimlilik önemli boyutlar olarak dikkate alınmalıdır. Çalışma kapsamında takım performansı kavramı “takım başarısı” ve “takım etkinliği” alt faktörleri ayrımında incelenecektir. Takım başarısı daha çok anlık somut sonuçları, önceden belirlenmiş hedeflerin gerçekleştirilme durumunu gösteren alt faktördür. Takım etkinliği ise daha çok süreçleri, ilişkileri, psikolojik faktörleri, işbirliği ve iletişim gibi soyut kavramları ifade eden alt faktördür (Gladstein, 1984). Dikkate

alınması gereken bir diğer konu ise takım başarısı ve etkinliği ölçümünün bireysel performans odağında yapılmasının yanlış bir yaklaşım olacağıdır. Bireysel odaklı performans değerlendirme sistemleri takım ruhu kavramına olumsuz yansımakta ve takım üyelerinin takım çalışması konusunda motivasyonlarını düşürmektedir. Bu nedenle performans değerlendirmesinde bütünlük yöntemler kullanılmalıdır. Bütünlük yöntemden kasıt, takım performansı bütün olarak değerlendirilirken bireysel hedeflerin de değerlendirmeye tabi tutulmasıdır. Tanımlanan bireysel hedefler ise tüm örgütün hedefleriyle uyumlu olarak belirlenmelidir. Bu bağlamda performans değerlendirme sistemlerinde öncelikle birey, takım ve örgütün ayrı ayrı hedefleri açıkça ortaya koyulmalı, tanımlanmalı ve ilan edilmelidir. Tanımlanan hedefler öncelikle örgütün istenen doğrultuda ilerlemesini sağlayacak şekilde belirlenmelidir. Yapılan değerlendirme çalışmaları mutlaka sistematik şekilde takip edilmeli, belirlenmiş performans standartları üzerinden belirli aralıklarda takımlara ve bireylere geri bildirimlerin yapılması sağlanmalıdır (Yılmaz, 2011). Özetle değerlendirme sistemi hem takım hem de birey performansını kapsayacak şekilde kurgulanmalı, takım ve birey etkileşimini gözlemlemeli ve örgüt hedefleri ile aynı doğrultuda belirlenmelidir.

3.2. İş Dizaynı ve Takım Performansı İlişkisi

İş dizaynı çalışanlar açısından işin daha fazla anlam ifade edecek şekilde tatmin edici bir hale gelmesi ve bunun için işin yapısal niteliklerinde değişim yaratan düzenlemelerdir. İş dizaynının özelliklerinden biri öz-yönetimdir. Öz-yönetim, bir bireyin takım içindeki kendi görevlerini yerine getirdiği öz-kontrol derecesini ifade eder. Öz-yönetim, bireysel iş tanımlarından yola çıkar ve örgütlerde takım verimliliğini artırıcı önemli bir etken haline bürünür. Bir diğer ilgili karakteristik ise katılımdır. Katılım, yönetim kademesinin karar alma mekanizmalarındaki ağırlığından bağımsız olarak grup üyelerinin kendi iş süreçlerinin belirlenmesi ve yürütülmesi faaliyetlerinde etkin rol almalarıdır. Kararlara katılım düzeyi grup verimliliği için önemli bir girdi oluşturmaktadır. İş dizaynı ile ilgili başka bir karakteristik ise görev çeşitliliğidir. Bu karakteristik sayesinde grup üyeleri birden çok görev üstlenebilirler. Bu görev çeşitliliği grup üyelerinin farklı yeteneklerini kullanmalarına ve böylece motivasyon düzeylerinin yükselmesine olanak sağlar. Böylece önemli ve önemsiz görevler grup üyeleri içinde daha adilane dağıtılmış olur. Son olarak en önemli karakteristiklerden biri de görev kimliğidir. Her grup tanımlı olan bütün bir görevi tamamlamak için bağımsız parçaların tamamlanmasına gereksinim duyar. Görev kimliği karakteristiği grup içindeki sorumluluk duygusunu artırır, iş birliğini kolaylaştırır ve tüm kaynakların etkin kullanılması sayesinde

tamamının kontrol altında tutulabilmesine olanak sağlar (Campion vd., 1993). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H_{1a,b,c,d,e}: İş dizaynı boyutları takım başarısını pozitif yönde etkiler.

H_{2a,b,c,d,e}: İş dizaynı boyutları takım etkinliğini pozitif yönde etkiler.

3.3. Karşılıklı Bağlılık ve Takım Performansı İlişkisi

Karşılıklı bağlılık kavramı belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere birlikte çalışan takım üyeleri arasındaki etkileşimi ortaya koymaktadır. Karşılıklı bağlılık kavramının bir kolu görev bağlılığıdır. Görev bağlılığı, takımdaki her bir işi oluşturan farklı parçaların birbiri ile olan ilişkisini gösterir. Her bir faaliyetle ilgili görevli ekip üyeleri işlerini ne kadar etkin yürütürse diğer ekip üyeleri de kendi rollerini daha etkin yürütmesini sağlayacaktır. Yapılan araştırmalar görev bağlılığının grup motivasyonunu yükselttiğini, grup üyelerinin diğer üyelerin görevleri ve yürüttükleri işler üzerine de sorumluluk duymaya başlamasına bağlı olarak takım etkinliğinin yükseldiğini göstermektedir (Kiggundu, 1983). Yüksek dayanışma ve iletişim halinde olan takım üyeleri görevlerin tamamlanması ve hedef gerçekleştirme süreçlerinde diğer takım üyeleri ile çok daha yakın ilişki içinde çalışabilirler. Bunun yanı sıra kuvvetli arkadaşlık ilişkilerinin bulunduğu takımlarda karşılıklı ve sosyal etkileşimin de kuvvetlendiği bilinmektedir (Bowler ve Braas, 2006). Karşılıklı bağlılığın bir diğer şekli ise amaç bağlılığıdır. Amaç bağlılığı; ekip üyelerinin her birinin ve ekibin amaçlarının ve hedeflerinin ilişkili olmasıdır. Takımlarda amaçların üyelerinin ve hedeflerin somut ve açık olarak tanımlanmış olması grubun performansını ve etkinliğini doğrudan etkileyecektir. Araştırmalar gruplara tanımlanan hedeflerin mutlaka takım üyelerine tanımlanan somut hedeflerle desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunların yanı sıra bütünleşik geri dönüşler ve takım ödül sistemleri de karşılıklı bağlılığı ve takım performansını olumlu etkilemektedir. Bu nedenle bireysel hedef ve ödüller takım hedeflerini destekleyecek şekilde belirlenmelidir (Guzzo ve Shea, 1992). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H_{3a,b,c}: Karşılıklı bağlılık boyutları takım başarısını pozitif yönde etkiler.

H_{4a,b,c}: Karşılıklı bağlılık boyutları takım etkinliğini pozitif yönde etkiler.

3.4. Uyuşma ve Takım Performansı İlişkisi

Takım üyelerinin görevlerini ve içinde buldukları takımı sevmelerinde ve performanslarının artmasında etkili olan faktörlerden birisi de diğer takım üyelerine ve çevresel faktörlere uyum sağlayabilmeleridir. Bir takım üyesinin diğer takım üyeleriyle kurduğu

ilişkilerin güçlü olması birlikte çalıştığı kişilerle arasında yaşanabilecek potansiyel sorunları en aza indirmektedir. Heterojenlik, etkin takımlardaki uyuşma karakteristiğinin önemli özelliklerinden biridir. Takım üyelerinin birbirine benzeşmesinden daha çok farklı yetenek, beceri ve tecrübelerinin olması etkinliğinin artmasına olanak tanıyacaktır, zira bu şekilde dizayn edilmiş gruplarda takım üyeleri birbirlerinden öğrenme fırsatına sahip olacaktırlar (Gladstein, 1984). Bazı çalışmalar heterojenlik sayesinde takım üyelerinin memnuniyetinin, çatışma yönetimi becerilerinin ve iletişim yetkinliklerinin de artış gösterdiğini ortaya koymaktadır (Jackson, Brett, Sessa, Copper, Julin ve Peyronin; 1991). Etkin takımların bir diğer uyuşma karakteristiği de esnekliktir. Esneklik yeteneğine sahip takımlar, ihtiyaç anında birbirinin görev tanımını bilir ve yerine getirebilir. Bu da takımlarda etkinliği oldukça artırmaktadır (Sundstrom v.d, 1990). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H_{5a,b,c}: Uyuşma boyutları takım başarısını pozitif yönde etkiler.

H_{6a,b,c}: Uyuşma boyutları takım etkinliğini pozitif yönde etkiler.

3.5. Bağlam (Görev İçeriği) ve Takım Performansı İlişkisi

Bağlam kavramı genel bakış açısı ile eğitim, yönetsel destek, takımlar arası iletişim ve işbirliği unsurlarını kapsar. Bağlam (görev içeriği); ekip üyelerinin işlerini yürütürken işin daha anlamlı olmasını, sorumluluk almayı ve ekipler arasında daha etkin iletişim sağlamaları anlamına gelmektedir. Takımların ihtiyaç duyduğu önemli kaynaklardan biri yeterli eğitimin alınmasıdır. Bu eğitimin içeriğinde takım felsefesi, karar alma yetkinlikleri, iletişim becerileri ve teknik bilgilerin olması beklenir. Yapılan çalışmalar takım üyelerinin yapılan işi ve işin yapıldığı çevreyi tanımalarının üretkenliği arttırdığını göstermektedir (Goodman ve Leyden; 1991).Yönetsel destek unsuru da bağlamsal karakteristik olarak karşımıza çıkmaktadır. Organizasyonlarda yönetim seviyesi kaynakları kontrol etmesi, grup fonksiyonlarını destekleyecek şekilde kaynakları yönlendirmesi ve organizasyon için grup çalışması kültürünü desteklemesi gerekir. Birçok araştırma yönetim desteğinin grup etkinliğine doğrudan etkisi olduğunu göstermektedir (Sundstrom vd., 1990). Bağlamsal karakteristiklerin en önemlilerinden biri de grupların birbiriyle olan iletişim ve işbirliği yetkinlikleridir. Grupların sınırlarının belirlenmesi ve bağımsız grupların organizasyon içindeki rollerinin doğru tanımlanması grup etkinliğini arttırmaktadır (Sundstrom vd., 1990). Takım davranışlarının analiz edilmesinde takımları büyük birer sistemin parçaları olarak ele almak gerekmektedir. Bu nedenle araştırmacılar her geçen gün bağlam (içerik) kavramının takım etkinliği ve yaratıcılığı

üzerindeki pozitif etkisine daha çok dikkat çekmektedirler (Kwak, 2004; Campion vd., 1996). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H_{7a,b}: Bağlam (görev içeriği) boyutları takım başarısını pozitif yönde etkiler.

H_{8a,b}: Bağlam (görev içeriği) boyutları takım etkinliğini pozitif yönde etkiler.

3.6. Süreç ve Takım Performansı İlişkisi

Süreç kavramı; takım üyelerinin birbirlerine karşı davranışları, bilgi paylaşımı, duygularını ifade edebilmesi, işbirliği grupları oluşturulması, takım liderinin desteklenmesi veya reddedilmesi öğelerini içerecek şekilde tanımlanır (Guzzo ve Shea, 1992). Süreçlerin belirlenmesinde takım koordinasyonu göz önüne alınmalıdır. Aynı görev için farklı üyelerin eş zamanlı çaba harcaması gereksiz kaynak tüketimi yaratacak ve takım ruhu ve enerjisini gereksiz tüketecektir. Bu nedenle iç uyumu yüksek takımlarda takım ruhu ve takım etkinliği yükselecektir. Süreç kavramı yaşayan bir olgudur. Bu nedenle zaman içinde süreç iyileştirmeleri yönünde ortaya koyulacak yaratıcı yaklaşımlar çözüme giden yolu, takım etkinliğini ve takım ruhunu olumlu etkileyecektir.

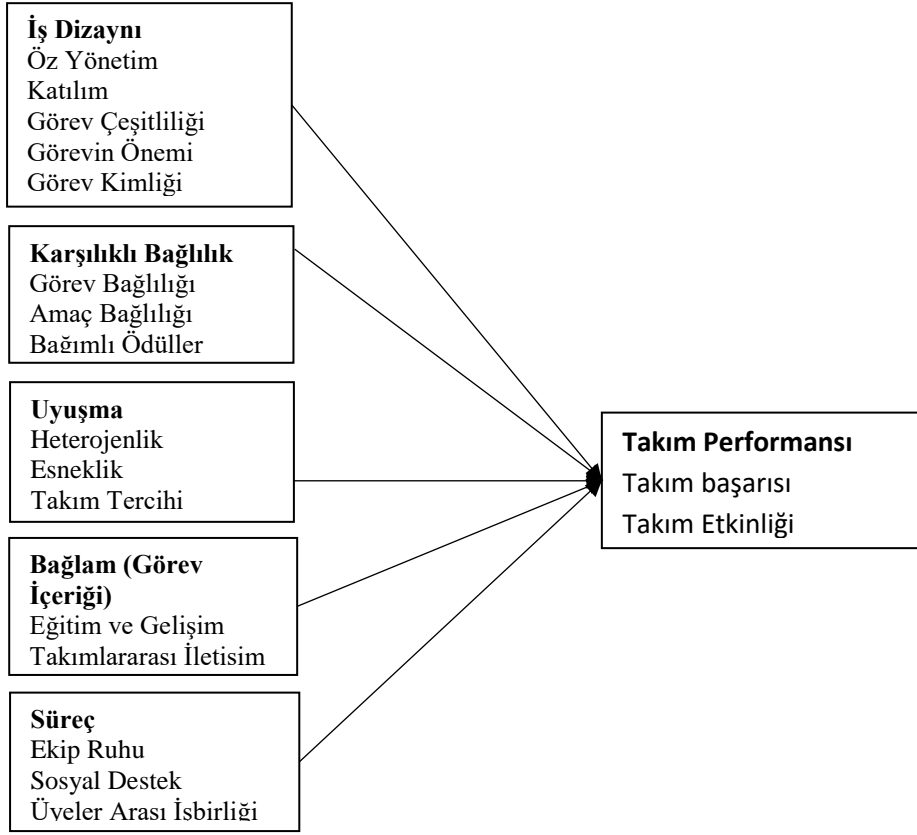
Süreç kavramındaki önemli karakteristiklerden biri takımın görevi yapabilme potansiyeline duyduğu inançtır. Bu kavram karşımıza takım ruhu olarak da çıkmaktadır. Araştırmalar takım ruhuna sahip grup üyelerinin grup başarısı için çok daha fazla çalışıp çaba sarf ettiklerini göstermektedir (Guzzo, Yost, Campbell ve Shea, 1993). Süreçlere etki eden bir diğer özellik ise sosyal destek unsurudur. Birbirleriyle olumlu sosyal ilişkiler kuran üyelerden oluşan takımların birbirine daha çok yardım etme eğiliminde olduğu gözlenmektedir. Sosyal destek altında çalışan takım üyelerinin iletişim becerileri ve katılım düzeyleri yükselmekte iken stres düzeyleri azalmaktadır (Wolken ve Good, 1995). Süreçler tanımlanırken takım etkinliğinin arttırılabilmesi için iş yükü dağıtımının eşit ve adaletli yapılması gerekir. Aksi durumlar takım içinde huzursuzluklara ve bireyselleşme eğilimine sebep olacaktır. Paylaşımı arttırmak takım üyelerinin kendi performansları ile takım performansı arasında doğrudan ilişki olduğuna inanması üretkenliğe ve etkinliğe doğrudan etki edecektir (Sundstrom, vd., 1990). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H_{9a,b,c}: Süreç boyutları takım başarısını pozitif yönde etkiler.

H_{10a,b,c}: Süreç boyutları takım etkinliğini pozitif yönde etkiler.

Takım Karakteristikleri

Performans Kriterleri



Şekil 1. Etkin Takım Özellikleri İle Takım Performansı Arasındaki İlişki

4. ARAŞTIRMAYA YÖNELİK METODOLOJİ VE BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde; araştırmanın amacı, kullanılan yöntem ve veri işleme tekniği hakkında bilgiler, uygulanan anket detayları paylaşılacaktır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışma ile etkin takım özelliklerinin 14–18 yaş aralığında farklı spor branşlarında faaliyet gösteren genç sporcular üzerinde yapılan incelemeler ışığında takım başarıları ve takım etkinliği alt faktörlerine bağlı olarak takım performansına etkisinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Etkin takım özellikleri kapsamında “iş dizaynı”, “karşılıklı bağlılık”, “uyuşma”, “bağlam (görev içeriği)” ve “süreç” özellikleri incelenmiş ve bunlara ait alt faktörler analiz edilmiştir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Evreni

Bu çalışmada, birincil veri toplama tekniği olarak anket uygulaması yapılmıştır. Bu bağlamda veriler, ilgili örnekleme dâhil edilen kişilerden yazılı anket formu kullanılarak elde

edilmiştir. Anket formundaki değişkenler; gruplar halinde sorulmuş, değişkenler arasındaki farklılıkları göstermek ve birbiriyle karıştırılmaması için açıklayıcı cümlelerle ifade edilmiştir. Veri toplamak için kullanılan anket formlarının cevaplandırılmasında 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ankette, etkin takımların karakteristik özelliklerini belirlemek için Campion vd., (1993) tarafından oluşturulan 56 adet soru ifadesi kullanılmıştır. Takım başarısı ile ilgili 3 adet soru ifadesi (Conger, Kanungo ve Menon, 2000), takım etkinliği ile ilgili 6 adet soru ifadesi kullanılmıştır (Tjosvold, Law ve Sun, 2003). Araştırma evreni İstanbul ili Anadolu yakasında faaliyet gösteren on farklı amatör spor kulübüne bağlı farklı branşlarında takım sporu ile uğraşan, yaşları 14–18 aralığında olan toplam 171 genç sporcu olarak belirlenmiştir.

4.3. Araştırma Bulguları ve Analiz

Araştırmada kullanılan analizler; güvenilirlik, faktör analizi, korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesi için yapılan regresyon analizlerinden oluşmaktadır. Araştırmadaki bulgular, $p < 0.01$ ve $p < 0.05$ anlamlılık düzeylerinde sınanmıştır. Faktör analizlerinde tüm maddelerin, 0,50 ve üzeri faktör yüküne sahip olması kabul görmektedir (Büyüköztürk, 2018). Dolayısıyla takım özellikleri ifadelerinden 4 soru, 0,50 yük değerinin altında olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Aşağıdaki tablolarda, faktör analizlerinin sonuçları verilmiştir. Faktör analizini uygularken bağımsız ve bağımlı değişkenler ayrı ayrı ele alınmıştır.

Tablo 1. İş Dizaynı Boyutları İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans :%58,25)	Faktör
Öz Yönetim	F1
2-Ekip/Takım olarak, kimin hangi işi yapacağına üst yöneticilerden ziyade ekipçe karar verebiliriz.	,842
3-İşimizle ilgili pek çok kararı üst yönetimden ziyade ekip üyeleri tarafından verilir.	,579
7-Takım üyeleri, takımın gerçekleştirdiği farklı görevlerde bulunarak öğrenme fırsatı bulur.	,571
Katılım	F2
4-Ekibin bir üyesi olarak, maçın yürütülmesi, planlamasına dair söz sahibiyim	,605
5-Takım üyeleri, karar alma sürecine katılma şansı bulur.	,773
6-Ekipler, herkesin karar alma sürecine katılmasına imkân verecek biçimde kurulup tasarlanmıştır.	,678
Görev Çeşitliliği	F3
8-Ekipteki herkes, daha ilgi çekici görevleri gerçekleştirmek için fırsat bulur.	,591
10-Verilen görevler genellikle takımın iş yükü ihtiyaçlarını karşılamak için günden güne değişir.	,758
13-Takımım, yaptığım işin kulübüm için önemli olduğunu hissetmeme yardımcı olur	,557
Görevin Önemi	F4
11-Takımım tarafından gerçekleştirilen işler, takımımız için önemlidir.	,778
12-Takımın gerçekleştirdiği işler, kulübün görev alanı içindeki paydaşlar açısından önemlidir.	,586
Görev Kimliği	F5
9-Ekip sorumluluklarını karşılamak için, üyelerin görev tanımları günden güne değişir.	,584
14-Ekibin görev alanı (konsepti), işin tamamlanmasında her bir ekip üyesinin katkısına olanak sağlar.	,782
15-Ekibim, yürüttüğümüz işin tüm yönlerinden sorumludur.	,717

Tablo 2. Karşılıklı Bağlılık Boyutları İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans :%54,26)	Faktör
Görev Bağlılığı	F1
18-Ekibimin diğer üyeleri, görevlerini daha iyi yerine getirebilmek için birbirine ihtiyaç duyar.	,764
19-Ekibimin içinde herkesin görevi birbiriyle ilişkilidir.	,680
Amaç Bağlılığı	F2
17-Takımımızın üyeleri ile işimize yönelik paylaşımlar olmaksızın görevimi yerine getirmekte zorlanırım	,604
20-Performansıyla ilgili başarımla, doğrudan takımımın performansına bağlantılıdır.	,700
21-Herhangi bir müsabakadaki görevim; ekibimin o gün görevli olduğu maça göre belirlenir	,598
22-Performansım ile ilgili hedeflerim, ekibimin hedefleri ile benzerdir.	,588
Bağimli Ödüller	F3
23-Görevimi ne kadar iyi yaptığıma dair geribildirimler; ekibimin, işini ne kadar iyi yaptığıyla bağlantılıdır.	,742
24-Performansıyla ilgili değerlendirme, ekibimin performansının ne kadar iyi olduğuyla ilişkilidir.	,566
25-Görevimle ilgili ödüllendirmelerin çoğu; ekibin bir üyesi olarak yaptığım katkılarla belirlenir.	,735

Tablo 3. Uyuşma Boyutları İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans :%57,99)	Faktör
Heterojenlik	F1
26-Ekibimin üyeleri, uzmanlık alanlarıyla çeşitlilik gösterir.	,734
27-Ekibimin üyeleri, çeşitli deneyim ve geçmişe sahiptir.	,766
Esneklik	F2
28-Ekibimin üyeleri, birbirini tamamlayan farklı yetenek ve tecrübelere sahiptir.	,670
29-Ekibimin üyeleri, birbirlerinin görevlerini bilir.	,639
30-Gerekli olduğunda, ekibimdekiler birbirinin görevini üstlenebilir.	,759
31-Takımım, görev değişimi açısından esnektir.	,648
Takım Tercihi	F3
33-Tercih yapmam gerekseydi, yalnız çalışmaktan ziyade ekibin bir parçası olarak çalışmayı seçerdim	,805
34-Ekip olarak çalışmakla, kabiliyetimi daha da arttırdığımı düşünüyorum.	,745
35-Genellikle ekibin bir parçası olarak çalışmayı tercih ederim.	,805

Tablo 4. Bağlam (Görev İçeriği) Boyutları İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans :%57,47)	Faktör
Eğitim ve Gelişim	F1
36- Kulübüm; ekibim için yeterli teknik eğitimi sağlar.	,737
37- Kulübüm, ekibim için gerekli kalite ve paydaş hakları eğitimi sağlar.	,694
38- Kulübüm; ekibim için yeterli ekip becerileri (iletişim, problem çözme, vb.) eğitimi sağlar.	,708
39- Kulübüm; ekibim için yeterli fiziksel eğitim sağlar.	,656
40- Kulübüm, ekip çalışmasını destekler.	,687
41- Antrenörler, takım çalışmasını destekler.	,732
Takımlar arası İletişim	F2
42- Ekip arkadaşlarımla yanı sıra, diğer kulüp çalışanlarıyla da sıklıkla konuşurum.	,771
43- Takımımızla diğer takım üyeleri arasında rekabet çok azdır.	,821
44- Tüm takım üyeleri diğer takım üyeleri ile iş birliği içerisindedir	,707

Tablo 5. Süreç Boyutları İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans : %54,28)	Faktör
Ekip Ruhu	F1
46- Ekibim, herhangi bir görevi üstlenip başarıyla tamamlayabilir.	,711
47- Ekibim, güçlü bir takım ruhuna sahiptir.	,731
Sosyal Destek	F2
45- Ekibimin üyeleri; ekibin işlerini etkin yerine getireceğine dair inanca sahiptir.	,634
48- Bu ekip/takım işimi daha iyi yapabilmem için destek olur, fırsat sağlar.	,727
51- Ekibimdeki herkes, adil bir iş dağılımına göre çalışır.	,540
53- Ekibimdeki tüm üyeler, görevlerini elinde geldiğince katkıda bulunur.	,650
56- Ekibimin üyeleri, hedeflerin gerçekleştirilmesi için iş birliği yapar.	,494
Takım Üyeler arası İşbirliği	F3
49- Ekibim, sosyal etkileşim fırsatımı artırır.	,533
50- Ekibimin üyeleri; ihtiyaçları olduğunda, iş dışında da birbirlerine yardım eder.	,735
54- Ekibimin üyeleri, işle ilgili bilgileri ekip üyeleri ile paylaşmaya oldukça isteklidir.	,692
55- Ekibimin üyeleri, birbiriyle iletişimini sürekli sürdürür.	,580

Tablo 6. Takım Performansı İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Anket İfadeleri (Toplam Açıklanan Varyans :%55,32)	Faktör
Takım Etkinliği	F1
57- Takım üyeleri etkin ve verimli bir şekilde çalışır.	,719
58- Takım üyeleri işlerinde dikkate değer çaba ortaya koyar.	,596
59- Takım üyeleri işlerinin kaliteli olmasına önem verir.	,571
60- Takım üyeleri kendilerinden beklenenin ya da onun üstünde verim ile çalışır.	,738
61- Takım üyeleri yapılan işin kaliteli olması konusunda sorumluluğa sahiptir.	,647
62- Takım üyeleri işlerini zamanında teslim etmek konusunda üzerlerine düşen görevi yapar.	,665
Takım başarısı	F2
63- Yüksek performansı sahibiz.	,828
64- Her zaman performans hedefimizi yüksek standartlarda belirleriz.	,749
65- Her zaman yüksek standartlardaki görevleri başarıyla sonuçlandırırız.	,696

4.4. Korelasyon Katsayıları

Bu kısımda iki değişken arasındaki ilişkinin ölçütü ve yönü hakkında bilgi edinebileceğimiz korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 7’de, araştırma sonucundaki bulgular $p<0.01$ ve $p<0.05$ anlamlılık düzeylerinde çift taraflı olarak sınanmıştır. Korelasyon tablosunda değişkenlere ait ortalama, güvenilirlik katsayısı ve standart sapmalar gösterilmiştir. Tablo 7’deki korelasyon tablosuna göre; takım etkinliği ile etkin takım özellikleri arasında en yüksek ilişki eğitim ve gelişim ve takım ruhu değişkenleri arasında pozitif korelasyon $p<0,01$ (0,504 ve 0,499) düzeyinde anlamlıdır. Takım başarısı ile etkin takım özellikleri arasında en yüksek ilişki yine eğitim ve gelişim ve takım içi iletişim, işbirliği değişkenleri arasında pozitif korelasyon $p<0,01$ (0,457 ve 0,374) düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7. Korelasyon Tablosu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	Oryantasyon	3,94	0,68	0,52	1												
2	Katılım	3,9	0,75	0,38	0,311(**)	1											
3	Görev Çeşitliliği	4,04	0,69	0,382(**)	0,260(**)	0,260(**)	1										
4	Görevin Önemi	4,31	0,67	0,406(**)	0,164(*)	0,260(**)	0,164(*)	1									
5	Görev Kimliği	3,86	0,68	0,305(**)	0,280(**)	0,378(**)	0,277(**)	0,277(**)	1								
6	Görev Bağlılığı	4,05	0,77	0,5	0,368(**)	0,244(**)	0,193(*)	0,238(**)	0,381(**)	1							
7	Amaç Bağlılığı	3,65	0,71	0,52	0,235(**)	0,046	0,194(*)	0,022	0,282(**)	0,244(**)	1						
8	Bağımlı Ödüller-Geri Besleme	3,94	0,67	0,53	0,232(**)	0,036	0,132	0,061	0,164(*)	0,296(**)	0,302(**)	1					
9	Heterojenlik	3,9	0,77	0,42	0,153(*)	0,052	0,141	0,203(**)	0,166(*)	0,190(*)	0,048	0,203(**)	1				
10	Esneklik	3,97	0,66	0,63	0,301(**)	0,153(*)	0,264(**)	0,279(**)	0,401(**)	0,271(**)	0,174(*)	0,274(**)	0,125	1			
11	Takım tercihi	4,08	0,81	0,7	0,082	0,062	-0,003	-0,005	0,093	0,143	0,168(*)	0,314(**)	0,078	0,172(*)	1		
12	Eğitim, Gelişim	4,04	0,7	0,82	0,231(**)	0,219(**)	0,232(**)	0,119	0,220(**)	0,185(*)	0,136	0,231(**)	0,247(**)	0,338(**)	0,285(**)	1	
13	Takım İlerişimi	3,95	0,79	0,7	0,220(**)	0,052	0,222(**)	0,093	0,11	0,1	0,082	0,312(**)	0,289(**)	0,339(**)	0,238(**)	0,454(**)	1
14	Ekip Ruhu	4,24	0,68	0,61	0,148	0,132	0,263(**)	0,145	0,234(**)	0,234(**)	0,154(*)	0,093	0,118	0,353(**)	0,385(**)	0,487(**)	0,335(**)
15	Sosyal destek	4,09	0,58	0,67	0,300(**)	0,270(**)	0,325(**)	0,258(**)	0,222(**)	0,061	0,083	0,127	0,243(**)	0,362(**)	0,200(**)	0,518(**)	0,387(**)
16	Üyeler arasındaki İlişimi	4,01	0,59	0,67	0,224(**)	0,174(*)	0,212(**)	0,121	0,186(*)	0,170(*)	0,116	0,261(**)	0,254(**)	0,344(**)	0,222(**)	0,546(**)	0,529(**)
17	Takım Etkinliği	3,92	0,62	0,79	0,209(**)	0,217(**)	0,251(**)	0,153(*)	0,269(**)	0,125	0,038	0,046	0,177(*)	0,274(**)	0,238(**)	0,499(**)	0,373(**)
18	Takım Başarıları	3,98	0,73	0,7	0,172(*)	0,247(**)	0,233(**)	0,03	0,231(**)	0,155(*)	0,146	0,121	0,181(*)	0,296(**)	0,222(**)	0,457(**)	0,350(**)
																	0,374(**)
																	0,507(**)

** Korelasyon 0,01 derecesinde anlamlı, * Korelasyon 0,05 derecesinde anlamlı.

4.5. Regresyon Analizleri ve Hipotez Testi Sonuçları

Araştırma kapsamındaki hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma kapsamındaki tüm modeller SPSS 16.0 istatistiksel paket programı ile analiz edilmiştir ve elde edilen sonuçlar ve hipotezlerin testi, aşağıda sırası ile açıklanmıştır.

Tablo 8. Etkin Takım Özellikleri İle Takım Performansı Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler Takım Performansı			
	Takım Başarısı		Takım Etkinliği	
	β	t	β	t
İş Dizaynı Boyutları	Model 1		Model 2	
Özyönetim	,059	,727	,071	,882
Katılım	,159	1,990*	,118	1,493
Görev Çeşitliliği	,137	1,675	,130	1,611
Görevin Önemi	-,072	-,972	,102	1,378
Görev Kimliği	,118	1,434	,163	2,003*
	F: 4,183**, R ² : 112, Dzt. R ² : 086		F: 4,910**, R ² : 130, Dzt. R ² : 103	
Karşılıklı Bağlılık	Model 3		Model 4	
Görev Bağlılığı	,113	1,406	,121	1,481
Amaç Bağlılığı	,101	1,251	,006	,070
Bağımlı Ödüller-Geri Besleme	,057	,690	,009	,108
	F: 2,264, R ² : 039, Dzt. R ² : 022		F: 888 R ² : ,016 Dzt. R ² : -,002	
Uyuşma Boyutları	Model 5		Model 6	
Heterojenlik	,137	1,884	,134	1,840
Esneklik	,250	3,408**	,225	3,054**
Takım tercihi	,168	2,296*	,188	2,568**
	F: 8,779** R ² : ,136 Dzt. R ² : ,121		F: 8,335** R ² : ,130 Dzt. R ² : ,115	
Bağlam (Görev İçeriği) Boyutları	Model 7		Model 8	
Eğitim ve Gelişim	,376	4,961**	,414	5,625**
Takımlara arası İletişim	,180	2,373*	,187	2,535**
	F: 25,795** R ² : ,235 Dzt. R ² : ,226		F: 32,152** R ² : ,277 Dzt. R ² : ,268	
Süreç Boyutları	Model 9		Model 10	
Ekip Ruhü	,206	2,567**	,344	4,643**
Sosyal destek	,145	1,685	,193	2,441**
Üyeler arası İşbirliği	,210	2,514**	,162	2,106*
	F: 14,351** R ² : ,205 Dzt. R ² : ,191		F: 26,828** R ² : ,325 Dzt. R ² : ,315	

Katsayı 0.01 düzeyinde anlamlı *Katsayı 0.05 düzeyinde anlamlı **Dzt. R²: Düzeltilmiş R²

Etkin takım özelliklerinin beş temel boyutunun (iş dizaynı, karşılıklı bağlılık, uyuşma, bağlam (görev içeriği) ve süreç) takım performansı boyutları (takım başarısı, takım etkinliği) üzerine etkisinin araştırıldığı çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

İş dizaynı boyutlarının takım başarısı üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 1, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=4,183; p<0,01). Regresyon analizi sonucunda iş dizaynının; katılım (β = 0,159, p<0,05) boyutunun takım başarısını artırdığı; diğer boyutların ise takım başarısı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgular

doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H1b desteklenirken H1a,c,d,e desteklenmemiştir. İş dizaynı boyutlarının takım etkinliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 2, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=4,910$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda İş dizaynının; görev kimliği ($\beta= 0,163$, $p<0,05$) boyutunun takım etkinliğini artırdığı; diğer boyutların ise takım etkinliği üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H2e desteklenirken; H2a,b,c,d desteklenmemiştir.

Karşılıklı bağıllık boyutlarının, takım başarısı ve takım etkinliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 3 ve Model 4, istatistiksel olarak anlamlı sonuç görülmemiştir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H3a,b,c ve H4a,b,c desteklenmemiştir.

Uyuşma boyutlarının takım başarısı üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 5, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,779$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda uyuşmanın; esneklik ($\beta= 0,250$, $p<0,01$) boyutunun ve takım tercihi ($\beta= 0,168$, $p<0,05$) boyutunun takım başarısını artırdığı; heterojenlik boyutunun ise takım başarısı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H5b ve H5c desteklenirken H5a desteklenmemiştir. Uyuşma boyutlarının takım etkinliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 6, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,335$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda uyuşmanın; esneklik ($\beta= 0,225$, $p<0,01$) boyutunun ve takım tercihi ($\beta= 0,188$, $p<0,01$) boyutunun takım etkinliğini artırdığı; heterojenlik boyutunun ise takım etkinliği üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H6b ve H6c desteklenirken; H6a desteklenmemiştir.

Bağlam (görev içeriği) boyutlarının takım başarısı üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 7, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=25,795$; $p<0,01$). Bağlam (görev içeriğinin) boyutlarından; eğitim ve gelişim ($\beta= 0,376$, $p<0,01$) ve takımlar arası iletişimin ($\beta= 0,180$, $p<0,05$) takım başarısını artırdığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H7a ve H7b desteklenmiştir. Bağlam boyutlarının takım etkinliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 8, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=32,152$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda bağlam boyutlarından; eğitim ve gelişim ($\beta= 0,414$, $p<0,01$) ve üyeler arası iletişimin ($\beta= 0,187$, $p<0,01$) takım etkinliğini artırdığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H8a ve H8b desteklenmiştir.

Süreç boyutlarının takım başarısı üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 9, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=14,351$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda süreç boyutlarından; ekip ruhu ($\beta= 0,206$, $p<0,01$) ve üyeler arası işbirliğinin ($\beta= 0,210$, $p<0,01$)

takım başarısını artırdığı; diğer boyutun ise takım başarısı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H9a ve H9c desteklenirken; H9b desteklenmemiştir. Süreç boyutlarının takım etkinliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı Model 10, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=26,828$; $p<0,01$). Regresyon analizi sonucunda süreç boyutlarından; ekip ruhu ($\beta= 0,344$, $p<0,01$), sosyal destek ($\beta= 0,193$, $p<0,01$) ve üyeler arası işbirliğinin ($\beta= 0,162$, $p<0,05$) takım etkinliğini artırdığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma hipotezlerinden H10a, H10b ve H10c desteklenmiştir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada İstanbul Anadolu Yakası'nda bulunan on farklı spor kulübünün farklı spor branşlarında faaliyet gösteren 14 – 18 yaş aralığındaki genç sporcular üzerinde etkin takım özelliklerinin takım performansına etkisi araştırılmış, araştırmaya esas teşkil eden veriler 65 sorudan oluşan anket sonucu elde edilmiş ve elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Korelasyon analizine göre etkin takım özellikleri arasında en yüksek ilişki eğitim ve gelişim ile üyeler arası işbirliği boyutları arasında ortaya çıkmıştır. Bu verilere göre; eğitimlerine önem verilmesi ve takım üyelerinin kendini geliştirmesine fırsat sunulması takım içindeki işbirliği ile ilişkisi olduğu görülmektedir. Etkin takım özellikleri arasında başka bir önemli ilişki üyeler arası iletişim ile üyeler arası işbirliği boyutları arasında ortaya çıkmıştır. Takım performansına etkin takım özelliklerinden eğitim ve gelişim, takım ruhu, üyeler arası iletişim ve takım üyelerine yapılan destek arasında yüksek ilişki görülmektedir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre iş dizaynı özelliğinin boyutlarından katılımın takım başarısına, görev kimliği boyutunun ise takım etkinliğine olumlu katkı yaptığı görülmüştür. İlgili yaş grubu sporcuların antrenör ve yöneticileri ile de yapılan görüşmelerde oyunculara görevlerinin tam olarak ifade edilmesi ve tanımlanmasının olumlu sonuçlar doğurduğu görüşü ortaya çıkmıştır. Yaş grubu itibarıyla henüz kendi öz yönetim özelliklerini geliştirme fırsatları olmadığından belirlenmiş görev kimliği altında çalışmanın oyuncu motivasyon ve performansında artış sağladığı düşünülmektedir. Aynı şekilde genç sporcularda katılımının desteklediği çalışma ortamlarında oyuncuların takımlarına aidiyetlerinin yükseldiği, kendilerini takımın bir parçası olarak hissetme duygularının arttığı ve bu durumun da önce bireysel devamında takım performansına olumlu yansıdığı kabul edilmektedir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre karşılıklı bağlılık karakteristiği boyutlarının takım performansını desteklemediği görülmüştür. Bu konu saha çalışmalarında incelendiğinde sporcuların henüz bir görev veya amaç bağlılığı hissedemedikleri yöneticileri tarafından teyit

edilmiştir. Bu durumun geliştirilmesi için yöneticiler tarafından sporculara takım sporu yaparken takım başarısının kendi profesyonel kariyerlerine doğrudan olumlu etki edeceği düşüncesinin sistematik olarak aktarılması gerektiği konusunda hemfikir olunmuştur.

Regresyon analizi sonuçlarına göre uyuma karakteristiğinin esneklik ve takım tercihi faktörlerinin hem takım başarısı hem de takım etkinliğini artırdığını dolayısı ile takım performansına olumlu etki yaptığı görülmüştür. Sistematik veya arıza gerekçelerle takım oyuncularının birbirinin görevlerini yerine getirmek durumunda kaldıkları anlarda oyuncuların kendilerini kanıtlamak adına daha yüksek efor ve konsantrasyon ile çalıştıkları, bu durumun da takım performansına etki ettiği gözlenmiştir. Bunun yanı sıra saha çalışmalarında geri dönüşlerine başvuru sporcuların çok büyük bir bölümünde bireysel branşlar yerine takım sporu yapma eğilim ve isteklerinin çok daha yüksek olduğu görülmüştür.

Regresyon analizi sonuçlarına göre bağlam (görev içeriği) karakteristiğinin eğitim ve gelişim ile üyeler arası iletişim değişkenlerinin genç sporcular için hem takım başarısı hem de takım etkinliğini artırdığını dolayısı ile takım performansına olumlu etki yarattığı görülmüştür. Saha çalışmalarında birçok takım yöneticisinin müsabaka, deplasman seyahatleri ve antrenmanlar dışında iletişimi geliştirmeye yönelik sosyal faaliyetler düzenledikleri, bu sosyal iletişim sonucunun takım performansına mutlak olumlu yansıdığı teyit edilmiştir. Genç sporcularda gelişmeye açık olma özelliğinin çok daha yüksek olmasından yola çıkarak eğitim ve gelişim için zaman ayırıldığı, yalnızca branşa yönelik değil aynı zamanda kişisel gelişim ve psikolojik gelişim için kurum dışı danışmanlık hizmetlerinin alındığı görülmüştür.

Süreç karakteristiğinin regresyon analizi sonuçlarında ise ekip ruhu ve üyeler arası işbirliği faktörlerinin takım başarısını, ekip ruhu, sosyal destek ve üyeler arası işbirliği faktörlerinin takım etkinliğini artırdığını dolayısı ile takım performansına olumlu etki yarattığı görülmüştür. Genç sporcuların yaş itibarıyla rasyonel parametrelerden ziyade psikolojik motivasyon unsurlarına daha açık oldukları, bu anlamda yaratılacak takım sinerjisinin ve işbirliği ortamının sonuca olumlu etki yaratacağı muhakkaktır.

Sonuç olarak takım yöneticileri tarafından sporcular için beklenti ve görev tanımlarının açıkça ortaya koyulması, sporcular tarafından da beklentilerin tam olarak anlaşılması olduğundan emin olunması tavsiye edilmektedir. Genç sporculardaki takımın bir parçası olma eğilimi doğru işlenmeli ve motivasyon faktörleri ile bağlılık düzeyleri yükseltilerek takım sinerjisi yaratılmaya çalışılmalıdır. Bu yaratılacak sinerji ekip ruhu ile üyeler arası iletişim ve işbirliği özelliklerini geliştirecek ve doğrudan takım performansının artmasına katkı sunacaktır.

Buradan yola çıkarak genç takımlar düzeyinde takım antrenörlüğü veya yöneticiliği yapan kişilerin etkin takım özelliklerine yönelik yapacakları eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının alt yapı değerlerine katkı sağlayacağı düşünülmekte ve ilerleyen yaşlarda olası profesyonel sporculuk başarılarına olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak uygulayıcı grubunda bulunan spor takımlarının antrenör ve yöneticilerinin takım ruhu yaratmaya yönelik çalışmaların artırılması öncelikli tavsiye olarak ortaya çıkmaktadır. Genç sporcularda aidiyet hissinin yaratacağı olumlu motivasyonun bireysel ve takım performansına etkisi kuvvetli pozitif yönde olacaktır. Bu amaçla takım üyelerinin ortak işleri dışında da birlikte zaman geçirmelerinin temini sağlanmalıdır. Organize edilecek sosyal etkinlikler, sosyal paylaşım ve iletişimin artırılmasına yönelik faaliyetler performansla doğrudan olumlu etki yapacaktır. Takımların karakteristik özellikleri doğrultusunda genç sporcuların bilinçlendirilmesine yönelik bilgilendirme toplantıları düzenlenmesi, yaratılacak sinerjinin katma değerlerinin benimsenebileceği psikolojik gelişim ve kişisel gelişim danışmanlığı kapsamında eğitim çalışmalarının düzenlenmesi de yetişme dönemindeki sporcuların gelecek kariyerlerine katkı sağlayacaktır. Özellikle genç sporcularda öğrenme ve gelişmeye daha açık olma özelliğinden faydalanmak adına teorik eğitim çalışmalarının da süreçler içinde yer bulabilmesi yöneticilere tavsiye edilir.

Kanıksanan ve tekrarlanan görevlerin yarattığı olumsuz motivasyon genç sporcularda daha çok gözlenmektedir. Bu durumu önlemek ve çok yönlü gelişime açık bir sistem izleyebilmek adına zaman zaman takım üyelerinin birbirlerinin görevlerini yapmasına fırsat sağlanmalı, ağır ve sıkıcı görev tanımları üyelere rotatif sıra ile uygulanmaya gayret edilmelidir. Yaş grubu itibarıyla genç sporcuların öz yönetim özelliklerinin gelişmesi öncesinde görev tanımlarının, kendilerinden beklentilerin tam ve doğru şekilde ortaya koyulması ve anlaşılır şekilde tebliğ edilmesi de antrenör ve yöneticilere tavsiye edilmektedir.

Çalışmanın kısıtlarını şu şekilde belirtebiliriz. Çalışma İstanbul Anadolu Yakasında 10 farklı spor kulübündeki genç sporculara (14-18 yaş) uygulanmıştır. Çalışmaya katılanların genç olmasından dolayı verilerin daha sağlıklı toplanması için çalışma ankete katılanlara detaylı olarak anlatılarak yüz yüze yürütülmüştür. Bu tarz veri toplama, daha fazla veri toplanmasının önünde bir kısıt oluşturmuştur. Diğer bir kısıt ise çalışmada kullanılan anket ifadelerinin Türkçe 'ye ilk defa çevrilip uygulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Baltaş, A. (2003), "Değer Katan Ekip Çalışması.", İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Bowler, W. M., & Brass, D. J. (2006), "Relational correlates of interpersonal citizenship behavior: a social network perspective.", *Journal of Applied Psychology* 91(1), 70.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. *Pegem Atıf İndeksi*, 001-214
- Campion, M. A., Medsker, G. J., & Higgs, A. C. (1993), "Relations between work group characteristics and effectiveness: Implications for designing effective work groups.", *Personnel Psychology*, 46(4), 823-847.
- Campion, M. A., Papper, E. M., & Medsker, G. J. (1996), "Relations between work team characteristics and effectiveness: A replication and extension.", *Personnel Psychology*, 49(2), 429-452.
- Chen, C. H. V., Tang, Y. Y., & Wang, S. J. (2009), "Interdependence and organizational citizenship behavior: Exploring the mediating effect of group cohesion in multilevel analysis.", *The Journal of Psy.*, 143(6), 625-640.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., & Menon, S. T. (2000), "Charismatic leadership and follower effects.", *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 21(7), 747-767.
- Gladstein, D. L. (1984), "Groups in context: A model of task group effectiveness.", *Administrative Science Quarterly*, 499-517.
- Goodman, P. S., & Leyden, D. P. (1991), "Familiarity and group productivity.", *Journal of Applied Psychology*, 76(4), 578.
- Guzzo, R. A., & Dickson, M. W. (1996), "Teams in organizations: Recent research on performance and effectiveness.", *Annual Review of Psychology*, 47(1), 307-338.
- Guzzo, R. A., & Shea, G. P. (1992), "Group performance and intergroup relations in organizations.", In Dunnette MD, Hough LM (Eds.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology (Vol.3)*.
- Guzzo, R. A., Yost, P. R., Campbell, R. J., & Shea, G. P. (1993), "Potency in groups: Articulating a construct.", *British Journal of Social Psychology*, 32(1), 87-106.
- Jackson, S. E., Brett, J. F., Sessa, V. I., Cooper, D. M., Julin, J. A., & Peyronnin, K. (1991), "Some differences make a difference: Individual dissimilarity and group heterogeneity as correlates of recruitment, promotions, and turnover.", *Journal of Applied Psychology*, 76(5), 675.
- Katzenbach, J. R., Smith, D. K., & Muallimoğlu, N. (1998), "Takımların bilgeliği: Yüksek performanslı organizasyonlar yaratmak.", Epsilon Yayıncılık.
- Kiggundu, M. N. (1983), "Task interdependence and job design: Test of a theory.", *Organizational Behavior and Human Performance*, 31(2), 145-172.
- Kwak, E.J.L. (2004), "Team effectiveness and characteristics: apparel product development teams", unpublished doctoral thesis, Florida State University, Tallahassee, FL
- Özler, E. ve Koparan, E. (2006). "Takım Performansına Etki Eden Takım Çalışmasına İlişkin Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Akademik Bakış, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler e-Dergi*. 8, 1-29.
- Özkalp, E. (1997), "Takım Çalışmalarının Günümüz Yönetim Sistemlerindeki Yeri ve Takım Yönetimi Tekerleği.", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1-2), 431-460.
- Proehl, R. A. (1996), "Enhancing the effectiveness of cross-functional teams". *Leadership & Organization Development Journal*, 17(5), 3-10.

- Richter, P., Hemman, E., & Pohlandt, A. (1999), "Objective task analysis and the prediction of mental workload: Results of the application of an action-oriented software tool (REBA).", *New Approaches for Modern Problems in Work Psychology*, 67-76.
- Sarıhan, H. İ. (1998), "Rekabette başarının yolu teknoloji yönetimi.", Desnet Yayınları.
- Straub, J. T. (2002), *Ekip Kurma ve Yönetme*. (Çev: Savaş Şenel), Hayat Yayıncılık.
- Sundstrom, E., De Meuse, K. P., & Futrell, D. (1990), "Work teams: Applications and effectiveness.", *American Psychologist*, 45(2), 120.
- Thompson, J. D. (1967), "Organizations in action: Social science bases of administration." McGraw-Hill
- Tjosvold, D., Law, K. S., & Sun, H. F. (2003), "Collectivistic and individualistic values: Their effects on group dynamics and productivity in China.", *Group Decision and Negotiation*, 12(3), 243-263.
- Wolken, W. S., & Good, L. K. (1995), "The retail environment: Relationship of tension and social support.", *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(4), 280-288.
- Yılmaz, H. (1999), "İşletmelerde Takım Çakışması Yoluyla Motivasyon.", *Standart Dergisi*, Nisan, 38, 28-33.
- Yılmaz, A. (2011). "Takım Esaslı Performans Ölçme Sistemlerinin Uygulanmasında Etkili Olan Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir İnceleme", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Cilt: 7(2), 114-124.