



TINI-SOS

The International New Issues In Social Sciences

TINI-SOS

The

International

New

Issues

in **SO**cial **S**cience

The International New Issues in Social Sciences

International Scientific Refereed Journal

Year: 2019 Summer

Volume: 7

Number: 2

ISSN: 2149-4266

eISSN: 2645-9140



The International New Issues in Social Sciences
Year 2019 Summer - Volume 7, Number 2



TINI- SOS

The International New Issues In Social Sciences



The International New Issues in Social Sciences
Year 2019 Summer - Volume 7, Number 2

TINI- SOS

The International New Issues In Social Sciences

TINI- SOS

Year: 2019 Summer Volume: 7 Number: 2

Editör: Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve İdari Editör: Öğr. Gör. Av. Nurten KÜÇÜK

Index

Acar index, **DergiPark**
AKADEMİK

Yayın Kurulu/ EditorialBoard

Dr. Akram Karimov (Taşkent Maliye Enstitüsü/Özbekistan)

Assoc. Prof. Binali MAMOEV (Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi/ Kırgızistan)

Dr. Gülzira ZHAXYGLOVA (Kocaeli Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Mehmetgali SARIBEKOV (Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan)

Assoc. Prof. Metin BAYRAK (Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan)

Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Ozodbek KARAMATOV (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)

Dr. Tohir Malikov (Taşkent Maliye Enstitüsü/Özbekistan)

Prof. Dr. Zafer AĞDELEN (Girne Amerikan Üniversitesi/Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti)

İletişim:

Editor: kucuktr@hotmail.com

Journal: tinissues@hotmail.com

Web: <http://www.tinisos.com/>

Matbaa: Sonçağ Yayıncılık Matbaacılık Reklam San Tic. Ltd. Şti. İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı
48/48, İskitler - Ankara Tlf: 0312 341 36 67 E-Posta: uzun@uzundijital.com



The International New Issues in Social Sciences
Year 2019 Summer - Volume 7, Number 2

Hakem Kurulu/ Board Of Referees

Prof. Dr. Atılhan NAKDİYOK (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)

Assoc. Prof. Binali MAMOEV (Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi/Kırgızistan)

Prof. Dr. Birdoğan BAKİ (Karadeniz Teknik Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Dilaver DÜZGÜN (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Fehim BAKIRCI (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)

Assoc. Prof. Hayrettin KESGİNGÖZ (Karabük Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Hilmi YÜKSEL (Dokuz Eylül Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. İsmail DEMİR (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Mahmut TEKİN (Selçuk Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Mehmetgali SARİBEKOV (Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan)

Assoc. Prof. Metin BAYRAK (Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan)

Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selçuk Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Muhsin HALİS (Kocaeli Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Murat NİŞANCI (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Osman DEMİRDÖĞEN (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Ozodbek KARAMATOV (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Ömer Faruk İŞCAN (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Selami ÖZCAN (Yalova Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Selami ŞİMŞEK (Gümüşhane Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Selim BAŞAR (Anadolu Üniversitesi/Türkiye)

Doç. Dr. Serkan DİLEK (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Doç. Dr. Turgut BAYRAMOĞLU (Bayburt Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Zafer AĞDELEN (Girne Amerikan Üniversitesi/Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti)

Dr. Gülzira ZHAXYGLOVA (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)



TINI-SOS Yazı Yayın Koşulları

1. The International New Issues in Social Sciences (TINI) dergisi, uluslararası hakemli bir dergi olup yıllık olarak basılı ve elektronik ortamda yayınlanmaktadır (<https://dergipark.org.tr/tinisos>). Makaleler Türkçe, İngilizce veya Rusça dillerinde gönderilebilir.

2. TINI dergisine gönderilen yazılar, daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere başka bir basılı/elektronik mecraaya sunulmamış olmalıdır. Böyle bir durumun tespiti halinde süreç iptal edilir. Makale sunum ücreti iade edilmez.

3. Makaleler mail adresine (tinissues@hotmail.com veya kucuktr@hotmail.com) gönderilmeli, dergi editörlüğü ile makale sunum ve değerlendirme süreçlerine ilişkin tüm iletişim mail üzerinden gerçekleştirilmelidir. Telefonla bilgi verilmez.

4. TINI dergisine sunulan makaleler öncelikle şekil ve içerik yönünden ön incelemeye tabi tutulmakta, uygun bulunan makaleler en az 2 hakeme sunulmaktadır.

5. TINI'ya gönderilen makalelerin hakemlik sürecine girip girmeyeceği iki hafta içinde sonuçlandırılır. Ön inceleme sonucunda iade edilmesine karar verilen makalelere ait makale sunum bedeli iade edilir.

6. Yayın Kurulu tarafından incelenen makalelere uygun bulunduğu takdirde hakem/ler tayin edilmektedir. Hakem/ler'den gelen raporlar doğrultusunda, makalenin yayınlanmasına, rapor çerçevesinde yazar/lar'dan düzeltme, ek bilgi ve kısaltma istenmesine veya yayınlanmamasına karar verilmekte ve bu karar yazar/lar'a bildirilmektedir.

7. Gönderilen yazılar 1 satır aralıklı, paragraf aralığı önce 0 nk sonra 6 nk, tablo ve şekillerle birlikte en çok 25 sayfa, A4 veya A5 olmayıp Özel Boyut 16x24 cm sayfası boyutunda, üstten 3 cm., soldan ve alttan 2 cm. ve sağdan 1,5 cm. boşluk olmalıdır. Yazı 11 puntoda, Calibri, sola yaslı, Türkçe font kullanılarak hazırlanmalıdır. Şekil şartlarına veya dergi içeriğine uymayan yazılar ön inceleme sonrasında TINI Dergisine hakemlere gönderilmeden yazar/lar'a iade edilir.

8. TINI'ya gönderilen makalelerin şekil, grafik ve tabloların derginin belirttiği formata uygun olması gereklidir. Dipnotlar, grafikler ve tablolar olabildiğince atf yapılan sayfada veya hemen devamında yer almalıdır. Metne konan tablolar yazılım programı çıktısı olarak konmamalı, sonuçları yazar/lar kendileri tablo haline getirmelidir. Grafik, şekil ve tablolar dergi yazım boyutunda olmalıdır.

9. Tablo ve makale isimleri üstte, şekil ve grafik isimleri altta yer almalıdır. Yazı büyüklüğü ve girintiler yazım kuralları ile aynıdır.

10. Gönderilen bütün makalelerin başında, Türkçe başlık, Türkçe özet, İngilizce başlık, İngilizce özet yer almalıdır. Özet kısımları 120-150 kelime arasında olmalıdır.



Özetlerde; amaç, kapsam, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerinin yer almasına özen gösterilmelidir. Özet kısımlarının altında anahtar kelimeler (keywords) İngilizce ve Türkçe olarak yazılmalıdır. Özetlerde kısaltma kullanılmamalıdır.

11. TINI'ya gönderilecek makaleler, yazar isimli ve isimsiz olmak üzere iki word dosyası biçiminde telif hakkı formuyla birlikte dergipark sistemine yüklenmelidir.

12. Yazar isimleri makale başlığının hemen altında yer almalı, kariyer, kurum, adres ve mail bilgileri dipnotta bu sırayla verilmelidir.

13. Gönderilen makalelerde mutlaka, iki rakamlı düzeyde (örneğin; Q11) en az bir, en fazla üç adet jel (journal of economic literature) sınıflaması yapılmalıdır. Makalenin konu başlığına göre seçilmesi gereken jel sınıflamaları için http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html adresinden yararlanılabilir.

14. Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Birliği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan "The publication manual of the American Psychological Association (5th edition), 2001" isimli kaynaktaki belirtilen yazım ilkelerine uygun olarak yazılmalıdır. Bu kaynak genelde üniversite kütüphanelerinde kolaylıkla bulunabilen bir materyaldir ve yazım kuralları ile ilgili çok sayıda örnek bulunmaktadır.

15. Makalelerde Türk Dil Kurumu'nun (TDK yazım kılavuzu ve yazım kuralları örnek alınmalıdır. Detaylı bilgi için TDK'nın web sayfasına bakınız: www.tdk.gov.tr. Yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözlükler kullanılmalıdır. Türkçe'de alışılmamış sözcükler kullanılırken ilk geçtiği yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilebilir.

16. Metinde kaynaklara atıfta bulunurken isim (tarih) biçimine, kaynak gösterirken (isim, tarih: sayfa no) (Küçük, 2015: 327) biçimine uyulmalıdır. Birden fazla esere atıfta bulunuluyorsa aynı parantez içinde virgülle ayırmak suretiyle bütün kaynaklar peş peşe yazılmalıdır. Ayna yazarın aynı yıldaki ikinci ve üçüncü eseri için (2010a) ve (2010b) biçiminde harfler konmalıdır. Birden fazla yazarlı atıflarda eğer iki yazar varsa iki yazarın soy isimleri birlikte yazılmalı (Demir ve Soylu, 2015: 45), üç ve daha fazla yazarlı atıflarda ise (Efe vd., 2015: 43) biçiminde gösterim esas olmalıdır.

17. Ayrıca makalenin sonunda Soyisim, isim, tarih, Çalışma Adı, Yayınlandığı Eser ve Yer Bilgilerinin bu sırayla yer aldığı bir **Kaynakça** hazırlanmalıdır.

Küçük, Orhan (2014) Lojistik İlkeleri ve Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Demirdöğen, Osman ve Küçük, Orhan (2014), **Üretim İşlem Yönetimi**, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayınevi.

Pervaiz, Ahmed K. and Mohammed Rafiq, (1998), "Integrated Benchmarking: A Holistic Examination Of Select Techniques For Benchmarking Analysis", Benchmarking For Quality Management & Technology, MCB University Press, Vol: 5, No. 3, ss.



201-225.

Fidan, Yılmaz ve diğerleri (2009), **Sorulu Cevaplı Temel Dini Bilgiler**, İstanbul: Mart Matbaacılık Yayınları.

Schellhase, R. and others (2000), "Customer Satisfaction in Business-to-Business Marketing: The Case of Retail Organizations and Their Suppliers", *Journal Of Business & Industrial Marketing*, 15, 2/3.

Bayram, Güngör ve Şentürk, Suat Hayri (2003), "Hazar Enerji Kaynakları ve Bölge Ekonomileri Açısından Önemi", **Yakın Dönem Güç Mücadeleleri Işığında Orta Asya Gerçeği**, (67-90), Ankara: Gündoğan Yayınları. (Kitapta bölüm)

Karancı, Ahmet (Ed.) (1997), **Farklılıkla Yaşamak Aile ve Toplumun Farklı Gereksinimleri Olan Bireylerle Birlikteliği**, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.

Müellif: Saîd b. Ali el-Kahtânî (2009), **Kitap ve Sünnet'ten Şifa Duaları** (Çev.: M. Rahmi Telkenaroglu), Tercüme ve Tahric Çalışması, Konya: Hüner Yayınları.

Türkiye İstatistik Kurumu (1996), **Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İstatistikleri**, Ankara: TÜİK Matbaası.

Dumlu, Emrullah, (2010), "İslam'ın İlk Dönemlerindeki Uygulamalar Ekseninde Kamusal Bir Gelir Olarak Zekât", **Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 33, 91- 116.

Şimşek, Selami (2005), "Keşanlı Süleyman Zâtî ve XVIII. Asırda Celvetîlik", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güllüpunar, Hasan (2010), "Halkla İlişkiler Sosyal Sorumluluk İlkesi: Kamu Kuruluşları Yaklaşımı Bakımından Konya Büyükşehir Belediyesi Örnekleri", **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**, 1(1), <http://sbedergi.gumushane.edu.tr/sayi1ocakk.html>, (12.12.2011).

Yayla, Yıldızhan (1991), "Anayasa" **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi** içinde, 3, (164-194), İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.

Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar Ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2011), **T.C. Resmi Gazete**, 6111, 25 Şubat 2011.

Kılıç, Adem - Şafak, Burhan Asaf (Yapımcı), Kılıç, Adem (Yönetmen) (2011), **Sümela'nın Şifresi Temel**, Türkiye: Üçgen Yapım Evi.

18. Makale sunum bedeli 2019 yılı için 250 TL olup makalenin dergiye gönderildiği anda hesaba aktarılması gerekmektedir. TINI'ya gönderilen ve hakemlik sürecine giren makalelerin sunum ücreti, makale yayımlansın-yayımlanmasın iade edilmez.



19. Makalelerde dile getirilen düşüncelerden yazarları sorumludur.

20. Dergide yayımlanması kabul edilen ve yayımlanan yazıların yazılı ve elektronik ortamda tüm yayın hakları TINI'ya aittir. Sadece kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

21. Tini dergisinin basılan her sayısı o ilde hizmet veren yerel kütüphane aracılığıyla Kültür ve Turizm Bakanlığına sunulmakta ve dönüşümlü olarak üniversite kütüphanelerine gönderilmektedir.



TINI-SOS Editorial Terms

1. The International Journal of New Issues in Social Sciences (tini) is an international referee journal published in print and electronic media annually published (<https://dergipark.org.tr/tinisos>). Articles can be sent in Turkish, English and Russian.

2. Articles submitted to timbre magazine should not have been published anywhere before and submitted to any other printed/electronic media for publication. If such a situation is determined, the process is cancelled. Article presentation fee is non-refundable.

3. Articles to mail address (tinissues@hotmail.com or kucuktr@hotmail.com) should be sent and all communication regarding the journal editorship and Article presentation and evaluation processes should be carried out via mail. No information is provided by telephone.

4. Articles submitted to tini journal are subject to preliminary review primarily in terms of shape and content, and articles found appropriate are presented to at least 2 referees.

5. It is concluded within two weeks whether the articles submitted to Tini will enter the refereeing process. As a result of the preliminary examination, the price of the article presentation for the articles decided to be returned is returned.

6. If the articles reviewed by the editorial board are found to be appropriate, the referee/s are appointed. In accordance with the reports from the referee/s, it is decided that the article will be published, the author/s will be asked for correction, additional information and shortening within the framework of the report or it will not be published and this decision will be notified to the author/s.

7. 1 line spacing, paragraph spacing before 0 nk after 6 nk, tables and shapes with up to 25 pages, A4 or A5 not special size 16x24 cm page size, 3 cm from the top., 2 cm from left and bottom. and 1.5 cm from the right. there should be space. Writing 11 Punto, Calibri, left-leaning, should be prepared using Turkish font. Articles that do not comply with the terms of the form or the content of the Journal are returned to the authors/s without being sent to the referees by Tini Journal after the preliminary examination.

8. The figures, graphics, and tables of the articles submitted to tin are required to conform to the format specified by the journal. Footnotes, charts and tables should be included on the cited page as much as possible or immediately afterwards. The tables that are put into the text should not be put as software program output, the authors should make the results themselves into tables. Graphics, shapes and tables should be the size of the journal spelling.



9. Table and Article names should be placed at the top, shape and graphic names should be placed at the bottom. Writing size and indentations are the same as spelling rules.

10. At the beginning of all the articles submitted, Turkish title, Turkish abstract, English title, English abstract should be included. The summary parts should be between 120-150 words. In the summaries, care should be taken to include objective, scope, method, findings and conclusion information. Keywords should be written in English/Russian and Turkish below the summary sections. Abbreviations should not be used in abstracts.

11. Articles to be sent to Tini should be uploaded to the dergipark system together with the copyright form in two word file formats, named author and anonymous.

12. The names of the authors should be placed immediately below the title of the article and the career, institution, address and mail information should be given in this order in the footnote.

13. Articles submitted must be classified at least one (e.g., Q11) and up to three (journal of economic literature) at a two-figure level. For gel classifications to be selected according to the topic of the article

http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html available at.

14. All articles must be written in accordance with the writing principles stated in the source "The publication manual of the American Psychological Association (5th edition), 2001", published by the American Psychological Association (APA). This resource is generally readily available in university libraries, and there are numerous examples of spelling rules.

15. In the articles, the Turkish language institution (TDK spelling guide and spelling rules should be taken as an example. For more information, see TDK's Web page: www.tdk.gov.tr . Instead of foreign words, Turkish dictionaries should be used as much as possible. When using unconventional words in Turkish, its equivalent in foreign language can be given in parentheses where it first appears.

16. The name (date) format should be followed when referring to sources in the text, and the format should be followed when referring to sources (name, date: Page no) (Küçük, 2015: 327). If more than one work is referred to, all resources must be written one after the other, separated by commas in the same parenthesis. For the Mirror author's second and Third work in the same year, letters must be put in the form (2010a) and (2010b). In references with more than one author, If there are two authors, the genealogical names of the two authors should be co-authored (iron and Noble, 2015: 45), while in references with three and more authors (Efe et al., 2015: 43) in the format notation should be essential.



17. In addition, at the end of the article, A Bibliography should be prepared in which the surname, name, date, working name, published work and place information are included in this order.

Küçük, Orhan (2014) Lojistik İlkeleri ve Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Demirdöğen, Osman ve Küçük, Orhan (2014), **Üretim İşlem Yönetimi**, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayınevi.

Pervaiz, Ahmed K. and Mohammed Rafiq, (1998), "Integrated Benchmarking: A Holistic Examination Of Select Techniques For Benchmarking Analysis", Benchmarking For Quality Management & Technology, MCB University Press, Vol: 5, No. 3, ss. 201-225.

Fidan, Yılmaz ve diğerleri (2009), **Sorulu Cevaplı Temel Dini Bilgiler**, İstanbul: Mart Matbaacılık Yayınları.

Bayram, Güngör ve Şentürk, Suat Hayri (2003), "Hazar Enerji Kaynakları ve Bölge Ekonomileri Açısından Önemi", **Yakın Dönem Güç Mücadeleleri Işığında Orta Asya Gerçeği**, (67-90), Ankara: Gündoğan Yayınları. (Kitapta bölüm)

Karancı, Ahmet (Ed.) (1997), **Farklılıkla Yaşamak Aile ve Toplumun Farklı Gereksinimleri Olan Bireylerle Birlikteliği**, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.

Müellif: Saîd b. Ali el-Kahtânî (2009), **Kitap ve Sünnet'ten Şifa Duaları** (Çev.: M. Rahmi Telkenaroglu), Tercüme ve Tahric Çalışması, Konya: Hüner Yayınları.

Türkiye İstatistik Kurumu (1996), **Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İstatistikleri**, Ankara: TÜİK Matbaası.

Dumlu, Emrullah, (2010), "İslam'ın İlk Dönemlerindeki Uygulamalar Ekseninde Kamusal Bir Gelir Olarak Zekât", **Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 33, 91- 116.

Schellhase, R. and others (2000), "Customer Satisfaction in Business-to-Business Marketing: The Case of Retail Organizations and Their Suppliers", Journal Of Business & Industrial Marketing, 15, 2/3.

Şimşek, Selami (2005), "Keşanlı Süleyman Zâtî ve XVIII. Asırda Celvetîlik", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güllüpunar, Hasan (2010), "Halkla İlişkiler Sosyal Sorumluluk İlkesi: Kamu Kuruluşları Yaklaşımı Bakımından Konya Büyükşehir Belediyesi Örnekleri", **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**, 1(1), <http://sbedergi.gumushane.edu.tr/sayi1ocakk.html>, (12.12.2011).

Yayla, Yıldızhan (1991), "Anayasa" **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi** içinde, 3, (164-194), İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.



Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar Ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2011), **T.C. Resmi Gazete**, 6111, 25 Şubat 2011.

Kılıç, Adem - Şafak, Burhan Asaf (Yapımcı), Kılıç, Adem (Yönetmen) (2011), **Sümela'nın Şifresi Temel**, Türkiye: Üçgen Yapım Evi.

18. The article presentation cost is TL 250 for the year 2019 and should be taken into account as soon as the article is sent to the journal. The presentation fee of the articles submitted to Timi and submitted to the refereeing process shall not be refunded until the article has been published.

19. It's authors are responsible for the thoughts expressed in the articles.

20. All publication rights in written and electronic media of the articles that are accepted to be published in the journal belong to Tini. The source can be cited only by showing.

21. Each printed issue of Tini magazine is presented to the Ministry of Culture and Tourism through the local library serving that province and is alternately sent to university libraries.



CONTENTS

Year: 2019 Summer

Volume: 7

Number: 2

Najma M. Shebli and Lamin. A. Elarbah Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior	15-32
İlyas Ertuğrul İnan Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Elazığ İli Örneği	33-56
Taher Bensalah The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies	57-80
Lamin A. Elarbah and Najma M. Shebli The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product	81-104
Aedah Milood Said Kotara and Najwa Sasi Abd Abdullah The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education	105-124
Najwa Sasi Abd Abdullah and Aedah Milood Said Kotara Tüketicilerin Sigorta Ürünlerine Karşı Dini Tutumları ve Risk Algısı	125-142



Eman Emsemeir The Relationship Between Health Service Quality And Patient Satisfaction	143-160
Sevcan Tin Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama	161-180
Furkan ARICI Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama	181-196



**Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior**Najma M. Shebli¹Lamin A. Elarbah²**Abstract**

This study aims to understand the impact of TV advertising and consumer buying behaviour with reference to fast moving consumer goods (FMCGs). The data was compiled using the 5-Likert scale with cross-sectional data. As a sample, 150 surveys were distributed in Tripoli-Libya and analyzed in the SPSS 23.0 program.

On this purpose of the study, primarily literature review was conducted. To determine the impact of TV Advertisement on consumers buying behaviour and relationship between consumers buying behaviour, consumer perception.

Data were analyzed by using different statistical techniques such as descriptive statistic, Correlation analysis, and regression analysis. The results of our study are reliable and valid. That's because the analysis results and findings show that ads have a significant impact on consumers' buying behavior and choices.

Key Words: TV Advertisement, consumers buying, consumer perception.

Jell Code: M31

Özet

Bu çalışma, TV reklamcılığı ve tüketici satın alma davranışının hızlı satın alınan

¹ Lecturer, Faculty of Economics and Political Science in Tarhona, Libya, najma_m_s@yahoo.com.

² Lecturer, College of Applied Administrative and Financial Sciences Libya, lamem2000@hotmail.com

*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

mallar referansıyla etkisini anlamayı amaçlamaktadır. Kesitsel verilerle 5'li Likert ölçeği kullanılarak veriler derlenmiştir. Örneklem olarak Trablus-Libya'da 150 anket dağıtılmış ve SPSS 23.0 programında analiz edilmiştir.

Bu çalışmada temel amaç kapsamında öncelikle TV reklamının tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisini ve tüketici satın alma davranışı, tüketici algısı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere literatür taraması yapılmıştır.

Veriler tanımlayıcı istatistik, korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi farklı istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmamızın sonuçları güvenilir ve geçerlidir. Çünkü analiz sonuçları ve bulgular, reklamların tüketicilerin satın alma davranışları ve seçimleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: TV reklamı, tüketici satın alma, tüketici algısı.

Jell Kodu: M31

1. Introduction

Advertising is a marketing meaning which aims to impact the buying behavior of customers. And the consumer behavior is the process and activity by which people select, purchase, evaluate and consume the product or service to satisfy the need or want. In the past times marketers used different signs and symbols to market their products and also to create awareness for the customers.

Television advertising is a very useful tool for communication. The television advertisement is important in delivering the message to its target audience as the fastest medium in creating awareness about products among consumers.

The main objective of our study is to analyze the impacts of television advertising of consumer of both genders. This will be examined the relationship between TV advertising and consumer buying behavior through focused on the people from various age groups of the consumer to find out the impact of television advertising .

The Libyan organizations today are operating under difficult conditions, after it had been operating in a monopolistic or semi-monopolistic environment, It is already clear that Libyan organizations today are operating under the difficult economic, political conditions , and the intermittent wars in all regions in Libya, since the revolution in 2011, all of these situation have a negative impact on the Libyan



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

The aim of this study is to determine the impacts of television advertising of Consumer Buying Behaviour and understand the relationship between TV advertising and consumer buying behavior and perception consumer through focused on the school and college which whether it is successful by their fancy and glamorous TV advertisement in attracting the attention of customers of both genders television advertising is the most important means of influencing consumer behavior.

The importance of this study is to know the effect of television advertising on consumer buying behavior and thier perception in Tripoli - Libya, especially students of the University of Tripoli . As Arab societies are young societies, they are the most follow-up groups of advertisements in general, and television in particular, and more targeted by companies, agents and marketers.

Hence the importance of study in the following:

- The lack of research and study that deals with the impact of advertisements and television advertisements, especially on young people whether they are females or males.
- Young people spend a long time to following ads, whether they are ads in front of the TV or computer or mobile, and they are affected by these Visual and acoustic ads, and lead to change their behavior.
- The large noticeable increase in the number of television ads and sophisticated in terms of form, content and through which the impact on the behavior of consumption among young people
- Provide information needed for advertisers , researchers, companies and agencies of Libya to design local ads will be more competitive with foreign ads from foreign channels.

17

2.Theoritical Framework

Today companies invest advertising huge amounts of their earnings in advertising in different media such as television, radio, magazine and etc. In most countries, the different organization spends yearly a big totality of money for marketing and public relations in direct and indirect form. But unluckily, seeing of the estimate of advertising effectiveness is less and only some organizations and industries evaluate the effectiveness of their advertising (McCarthy, 1968). Philip Kotler defined the declaration as "any manifestation of non-communication personal, to display and promote ideas, goods or services, (Kotler & Keller, 2003) . Effective advertisements are that help the



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

advertiser to reach its goals (Doyle & Saunders, 1990). In the most studies in different countries, revealed that TV has the biggest effects on audiences and persuade them to start purchasing processes. TV as an advertising media has three advantages. First, its impact on consumers' gust and perception is pervasive. Second, it can reach a large audience in a cost-effective manner. Third, it is moving images and sound create a strong impact (Ramalingam, Palaniappan, Panchanatham, & Palanivel, 2006).

An organization can explicitly determine the effectiveness of their advertising by introducing some questions such as: Whether the advertising program has been able to managed communication and sales goals and realized them or not? Whether we reached the results that we wanted to have or not? Whether our Tv advertising basically has moved towards its target or not? In fact, Tv advertising program must regularly analyze the sales and communication goals and to see whether advertising has been able to basically communicate with the audience or not (Mohammadian, 2006)?

On the other hand, although empirical evidence in major markets of the world shares a significant relationship between advertisement and sales volume, there is no reliable data and information on the subject in developing countries such as Libya . The absence of this information provides a wide gap and poor understanding on the effectiveness of Tv advertisement on consumer buying behavior. These committals have made organizations and industries to pay more attention to advertising and be worried about the effectiveness of advertising results. Those organizations are successful that they already define and determine their advertising goals and evaluated the extent of reaching goals that this process can be considered as the assessment of advertising effectiveness. Therefore, an advertisement must be effective . It must achieve its goals. In fact, each advertisement can be effective only when its explicit objectives should drive the planning, creation and execution . In this study, we investigated the effects of TV advertisement on buying behavior customers and relationship between TV advertisement, consumer perception.

3. Aim of Study

This study aims to examine the impacts of television advertising of Consumer Buying Behaviour and understand the relationship between TV advertising and consumer buying behavior through focused on Socio-economic factors such as sex, age, education, which whether it is successful in attracting the attention of customers of both genders . Effective advertisement



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

influences the attitude towards and leads to purchase intention (Goldsmith & Lafferty, 2002) .

4. Scope and Methodology

The scope of the study is limited to the study of Libyans consumers Adolescents and young people in ages 16 -35 years In 2018 Tripoli University Faculty. Are selected on the basis of Population, age, gender, educational level. The sample of the study was determined by judicial sampling method from random sampling methods. The researcher is to determine the sample mass according to the quality and quantity with the idea that the person can represent the main mass. In this case, how many people and who will be composed of the sample mass is determined according to the request of the researcher (Küçük, 2016: 95-98). data were obtained, developing the hypothesis, testing the hypothesis, applying other statistical tools and interpreting the results. This objective is achieved through the oral interview and discussion with consumer. At the end of the study findings, conclusion and recommendations are summarized.

5. Research Model

Literaturethe hypothesis of the research in the direction of the studies examined was determined, the research model was established as in Figure 1.

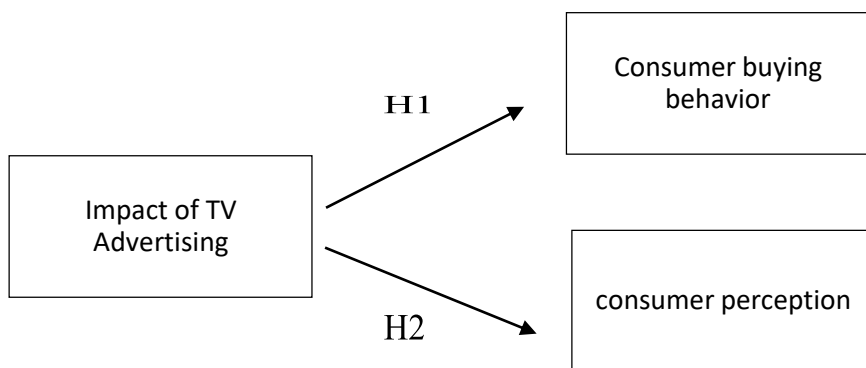


Figure 1. Model of The Study



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

Our study have two dependent and one independent variables which are given below:-

Dependent Variable: Consumer's buying Behaviour and consumer perception .

Independent Variable: TV Advertising . We have shown our variables in conceptual Model shown in Figure 1.

6. Hypothesis

A number of studies have been carried out that demonstrate the impact of TV advertising on consumer buyer's behavior and the relationship between advertising and consumer behavior . According to Hoyer and Macinnis (2009) effective advertising creates positive feelings that lead to actual purchase of advertised products. Effective advertisement influences the attitude towards and leads to purchase intention (Goldsmith & Lafferty, 2002) . Ideally, consumers buying behavior is the products purchase decision (Adelaar et al., 2003) . Advertisers are using different techniques to effectively convey commercial messages to create purchase decision. In this direction, the hypothesis is determined as follows:

H1: TV advertising has an Impact statistically on consumer buying behavior

Kumar and Raju (2013) investigated the role of TV Advertising in influencing the attitudinal behavior of both male and female consumers and the influence of advertising between male and female customers. They concluded that the buyers seek the product or brand that yields greater satisfaction and they also might become more responsive to different brand advertisement while seeking information the hypothesis is determined as follows:

H2: TV advertising has an Impact statistically on perception consumer.

7. Data Analysis

The demographic characteristics of the managers participating in the survey are presented in Table 1 below.



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

Table 1. Demographic Characteristics of Participants

Demographic Variables	Categories	Frequency	Percent %
Garden	Male	78	58
	Female	72	42
Age (in years)	16-24	39	26
	25-35	63	42
	More than 36	48	32
Education	High school	18	12
	Vocational school or Colleges	27	18
	Under graduate	33	22
	Graduate	72	48
Total		150	100 %

21

When Table 1 is examined, it is seen that male participants (58%) are more than female participants. When the age of the participants were examined, it was found that 26% of the participants were under 20 years of age, 42% of them were between 25-35 and 32% were between 31-40 years of age. When the educational status of the participants is examined, it is seen that 20.6% are university graduates, 61.9% are secondary education graduates and 17.5% are primary school graduates.

Mean and standart deviation have been showed Table 2.

Table 2. Mean and Standard Deviation Values of Scales

	N	Mean	Std. Deviation
TV Advertising	150	3,909	,73027
Consumer buying behavior	150	2,876	,84282
Perception consumer	150	3,853	,72955



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

When the average values of the variables are examined, it is seen on it. Average values of each variable when the TV Advertising is 3.90; Consumer buying behavior 2,87 and Perception consumer has an average of 3.85. This condition is it can be said that the evaluation is positive. Determine how TV Advertising impact on consumer buying behavior regression analysis was performed.

Reliability analysis was conducted for consumer buying behavior, perception consumer and Tv advertising scales. Accordingly, Cronbach Alpha values consumer buying behavior 0.88, Consumer perception 0.82 and TV advertising 0.91. The scale is highly reliable when $1.00 \geq \alpha \geq 0.80$ (Küçük, 2016). Can be viewed on Table 3.

Table 3. Impact of TV Advertising Factor Analysis

Factors and Variables	factor loads	Eigen value	variance Explanat ion rate (%)	Cron bach's alpha	Mean	KMO
Effect of TV Advertising		2,518	56,534	0,920	3,335	0,916
1. TV advertising provides complete information that assist me in decision making.	.738				3.13	
2. TV advertising contains a lot of excitement and surprises.	.759				3.29	
3. TV advertising promotes awareness on branded goods.	.768				3.51	
4. I consider TV advertising is useful as it promotes the latest products .	.752				3.47	
5. TV advertising able to raise my interest towards the advertised product.	.730				3.44	
6. TV advertising able to generate my purchase intention towards the advertised product.	.735				3.31	

22

*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

The analysis extracted a two-factor solution, each with Eigen values above one, which explains 56.534 % of the total variance while the original literature explained 59.64% (Küçük 2016:227-232). This indicates that there could be more factors influencing Consumer buying behavior when more items are generated using the expert opinion. The KMO was 0.916 indicating a meritorious level based on Kaiser and Rice (1974) and the Barlett's test for sphericity was significant ($\chi^2 = 2371.110$, $p = 0.01$). The Measure of Sampling Adequacy was found to be above 0.7 for all 9 items (Hair et al., 2009). Based on the rotated component matrix, out of the 11 items, 2 items were dropped due to cross loading in another component. The reliability coefficient was calculated as 0,920.

Table 4. Consumer Buying Behavior Direction Factor Analysis

Factors and Variables	factor loads	Eigen value	variance Expla nation rate (%)	Cron bach's alpha	Mean	KMO
Consumer buying behavior					3,213	
1- Do you agree that you feel that exposure to TV ads has enhanced your involvement in purchasing?	.735	3,99	53,184	0,839	3.25	0.887
2- Do you agree that you feel TV ads make the purchase of the products easier ?	.729				3.21	
3-Do you agree that you buy the new products you watch on TV ads?	.714				3.24	
4 -Do you agree that you engage in the process of buying TV advertised products?	.687				3.13	
5- Do you agree that you feel your demand for products purchase is influenced by TV ads?	.672				3.16	



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

Principal component analysis was used as the extraction method and varimax with kaiser normalization was used as rotation method. the rotation converged in three iterations. items in italics were not used in further analysis due to cross loading

The analysis extracted a two–factor solution, each with Eigen values above one, which explains 53.184% of the total variance while the original literature explained 59.64%. (Küçük 2016:227-232) This indicates that there could be more factors influencing Consumer buying behavior when more items are generated using the expert opinion. The KMO was 0.887 indicating a meritorious level based on Kaiser and Rice (1974) and the Barlett’s test for sphericity was significant ($\chi^2 = 2371.110$, $p = 0.01$).The Measure of Sampling Adequacy was found to be above 0.7 for all 5 items (Hair et al., 2009). Based on the rotated component matrix, out of the 9 items, 2 items were dropped due to cross loading in another component.

Table 5. Consumer Perception Factor Analysis

Factors and Variables	factor loads	Eigen value	variance Explanati on rate (%)	Cron bach’s alpha	Mean	KMO
Consumer perception					2,972	0.74 3
1-Do agree you changed your mind on a product after watching a certain TV advertisement ?	.550	2,518	58,246	0,681	2.83	
2 - Do you believe TV advertising massage	.613				3.00	
3-Do you buy products based solely on TV advertising?	.700				2.75	
4 -TV Advertising is beneficial to consumers because it provides important information about goods and services . To what extent do you 4 with the statement ?	.686				3.28	
5- Do you agree that people become victims of TV advertising by purchasing unnecessary?	.755				2.66	

*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

In Table 5, an expression factor analysis was conducted to measure Perception consumer. As a result of the analysis, the Kaiser-Meyer-Olkin sampling adequacy factor was found to be 0,743. This value indicates that sampling is sufficient for factor analysis. Factor loadings over 5 factors that constitute customer orientation are found to be over 0.50, and 6 expressions are collected under one dimension and the total variance explanation ratio is 58,246%. The reliability coefficient was calculated as 0,681.

The average responses of respondents to the expressions on the perception consumer scale are high. In this context, it shows that consumer evaluate positively their activities towards in consumption. It has been determined that perception is positively approaching consumer needs and creating consumer value. The relationship between consumer buying behavior, consumer perception consumer and effect of Tv advertising Correlation analysis were done to determine. The result of analysis made The results of the statistics are given in Table 6.

25

Tables 6 . Correlation Relation

	Consumer buying	Consumer perception	Impact of TV Advertisement
Consumer buying	1		
Consumer perception	.616**	1	
Impact of TV Advertisement	.916**	.709	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

When we look at the correlation coefficients, it is seen that there is a positive correlation between P <0.05 significance level among all variables. It is determined that there is a value greater than 0.616 between all variables. Accordingly, it is determined that there is a strong relationship with one of all



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

variables. In the direction of the research hypothesis, consumer buying behavior, Consumer perception, and to analyze the relationship between effect TV advertising and the change in each factor is explained by the change in the other two factors Simple linear regression analysis was performed with the aim of revealing. According to this, there is a strong relationship between variables $0.6 < r < 0.8$ it is expressed as a very strong relationship (KÜÇÜK, O, 2014: 175).

Table 7. The Impact TV Advertising On Consumerbuying Behavior

Model	R Square	F	Standardized coefficients Bite	t	Sig.
consumer buying behavior	,677	114,22	,690	18,016	0,00

Table 7 shows that the consumer buying behavior factor is significant and affects the positive direction. $p = 0.0 < 0.05$ and the R^2 value was 0.456 It has been identified. This value is attributed to the effect of TV advertising, consumer buying behavior It is understood. As a result, H2: " There is a impact TV advertising on consumerbuying behavior and effect of "hypothesis has been accepted.

26

Table 8. Relationship between the effect of TV advertising and perception consumer

Model	R Square	F	Standardized coefficients Bite	t	Sig.
perception consumer	,603	350,629	,703	18,725	0,00

Table 8 shows that the effect of TV advertising affects perception consumer significantly and positively. $p = 0.00 < 0.05$ and R^2 value was determined as 0.603. It is understood that this value depends on the perception of the consumer and the TV advertising. As a result, H3: "There is a relationship between TV advertising and perception consumer ." Hypothesis is accepted.



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

An independent sample T-test was conducted to examine whether the responses to TV advertising, consumer buying behavior, and perception consumer scales differed according to some demographic characteristics of participants.

8. Result

The results of this study show that there is a positive and the impact of TV advertising on consumer buying behavior on students in Tripoli University. The present study has reached up to the following results:

- * In general, television advertisements create awareness, knowledge, interest, and reaction in student about a particular product.
- * And this also influences the buying behaviour of the consumer and build the behaviours of society regarding products .
- * Also observed, student spend a deplorable percentage of their waking hours in front of television sets, or follow TV shows via the Internet and this In extension, television advertisements help the students to make a frame of decisions regarding products.
- * Results show that education, gender, and traditions are an important factor for changing the perception of consumer buying behaviour regarding a particular product in minded consumers.
- * The student to make a frame of decisions regarding products.
- * It is expected that the economy will contribute to management of policies to develop TV Ads .
- * Support the advertising companies to improving the means of advertising in order to be more effective and adopt the marketing strategies to increase market share
- * It will thought to contribute provide information to academicians, researchers and other people related to the subject .

27

Students' understanding can be increased by evaluating their perspectives on TV advertisement.

9. Discussion

This study aims to understand the impact of TV advertising and consumer buying behaviour and the relationship between consumer buying behaviour and their perception with reference to FMCGs. A table 7, as the above model-1 that the value of R Square value is .677 which lies within the range 0 to 1 (Küçük 2016: 227).



*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

It means our demographic variables are controlled. The R square value in model-2 shows that independent variable predicts. 255 variations in dependent variable. It means that the television advertisement has 25.5% effect on consumer buying. Results of ANOVA Shows Significance value which is less than 0.05. Standardized beta shows the relationship between As per given above table 2 of Coefficients, Television Advertisement standardized beta value is . 439 which shows that television advertisement has positive relationship with consumer buying behavior(Anjum, Irum, & Dr. Naheed, 2015).

As a result, H₁: " There is a impact TV advertising on consumerbuying behavior and effect of "hypothesis has been accepted.

In table 8, as the above model-1 showing that the value of R Square value is .603. It means our demographic variables are controlled. The R square value in model-2 increased and shows that independent variable predicts .548 variations in dependent variable. It means gender has 54.8% effect on the relationship of television advertisement and consumer buying behavior.

Results of ANOVA Shows Significance value which is less than 0.05. As per given above table 4 of Coefficients, television advertisement has positive relationship with consumer buying behavior. Television, as will a medium of advertising a product has more impact on the consumers buying when compared with any other media being used for the same purpose (Ayanwale, Alimi, & Ayanbimipe,2005). It is also observed that emotional response establishes strong association

with the consumer's buying behavior and this emotional attachment is created through television advertisement (Gardner, 1985). will guide us to accept hypothesis


H₂: There is a relationship between TV advertising and perception consumer

accepted.

10. Suggestions

At the end of the research, it can be done to increase the Effectiveness of television commercials by evaluating the consumer perspectives on life .






*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

- * Consumer's buying behavior should be continuously observed while preparing the TV advertisement messages/Ads.
- * The TV advertisement messages must be clear so that the common consumers can also understand them.
- * TV Advertisement policy should be designed accordingly geographically, to keep in mind the socio economic status of the consumers.
- * Latest TV advertisement concepts of marketing should be introduced to achieve the maximum goal of the FMCG Companies
- * A creative way of TV advertisement must be adopted to catch the attention of the consumers.
- * The repetition of the TV ads on one type of media may reduce the interest of the viewers and, therefore, TV advertisements should be given on electronic and print media.
- * Awareness and comparison ads will very helpful to catch the attention of the consumers, towards the desired FMCG.
- * Online advertising can capture the attention of the internet users, they can directly order from the online web portal.
- * Social media have a great influence now a days, TV advertisement through social media will be very fruitful to expand the sale of FMCG.
- * Add the multiple functions in the FMCG TV advertisements to catch the maximum interest of the consumers.





*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*




*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

References

- Anjum, B., Irum, A., & Dr. Naheed. (2015). Impact Of Television Advertisement On Consumer Buying Behavior: The Moderating Role Of Religiosity In The Context Of Pakistan, 1(3), 162–185.
- Batra, R, J G Myers, And D A Aaker. 1995. "Group Influence And Word-Of-Mouth Advertising." *Advertising Management*, 345–63.
- Doyle, P., & Saunders, J. (1990). Multiproduct Advertising Budgeting. *Marketing Science*, 9(2), 97–113.
- Ganeshasundaram, Raguragavan, And Nadine Henley. 2009. "Reality Television (Supernanny): A Social Marketing 'Place' Strategy." *Journal Of Consumer Marketing* 26 (5). Emerald Group Publishing Limited:311–19.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2003). *Marketing Management: International Edition*. *Printice Hall. New Jersey*.
- Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ekin Yayınları*.
- Mccarthy, E. J. (1968). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. RD Irwin.
- Mccarthy, Edmund Jerome, And William D Perreault. 2000. *Applications In Basic Marketing*. Irwin.
- Mcguire, William J, R E Rice, And C K Atkin. 2001. "Input And Output Variables Currently Promising For Constructing Persuasive Communications." *Public Communication Campaigns* 3:22–48.
- McWilliams, Edward G, and John L Crompton. 1997. "An Expanded Framework for Measuring the Effectiveness of Destination Advertising." *Tourism Management* 18 (3). Elsevier:127–37.
- Mohammadian, M. (2006). *Advertisement Management*. Horoufiyeh Publishing.
- Nylen, David W. 1986. *Advertising: Planning, Implementation & Control*. Thomson South-Western.
- Patsioura, Fotini, Maro Vlachopoulou, and Vicky Manthou. 2009. "A New Advertising Effectiveness Model for Corporate Advertising Web Sites: A Relationship Marketing Approach." *Benchmarking: An International Journal* 16 (3). Emerald Group Publishing Limited:372–86.
- Priya, Pankaj, Rajat Kanti Baisya, and Seema Sharma. 2010. "Television Advertisements and Children's Buying Behaviour." *Marketing Intelligence & Planning* 28 (2). Emerald Group Publishing Limited:151–69.
- Ramalingam, V., Palaniappan, B., Panchanatham, N., & Palanivel, S. (2006). Measuring Advertisement Effectiveness—A Neural Network Approach. *Expert Systems With Applications*, 31(1), 159–163.





*Impact Of TV Advertisement On Consumer Buying Behaviour
A Case Study Of Libyan Consumer Buying Behavior
(ss.15-32) N. Shebli and L. Elarbah*

- Vaughn, Richard. 1986. "How Advertising Works: A Planning Model Revisited." *Journal Of Advertising Research* 26 (1):57–66.
- Woodside, Arch G. 1990. "Measuring Advertising Effectiveness In Destination Marketing Strategies." *Journal Of Travel Research* 29 (2). Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA:3–8.



Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Elazığ İli Örneği

İlyas Ertuğrul İnan*

Özet

Bu araştırmanın amacı şehirlerin kentsel lojistik -lojistik köy performans faktörlerinin ve ilişkisinin belirlenmesi, reel sektörün beklentilerinin karşılama düzeyinin ortaya konmasıdır. Lojistik performans faktörleri reel sektörün işleyiş ve temel uygulamaları bakımından önem arz etmektedir. Kentsel lojistik, kentlerin lojistik etkinlik boyutları açısından ön planda olan güçlülükleriyle, oluşturdukları fırsatlarının yanı sıra mevcut tehditlerle, zayıf taraflarını açığa çıkaran, kentin altyapısını değerlemek üzere geliştirilmiş bir kavramdır. Lojistik köy ise kendine has donanımları olan birer lojistik üslerdir.

Elazığ il merkezinde yargısal örnekleme yöntemi ile belirlenen 276 işletmede yüz yüze yapılan anketler veri setini oluşturmaktadır. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliklerinin test edilmesinden sonra keşfedici faktör analizine tabi tutulmuşlardır. Oluşturulan hipotezin test edilmesi için korelasyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucu kentsel lojistik ile lojistik köy performansı arasında çok güçlü pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Kentsel Lojistik, Kentsel Lojistik Performans Faktörleri, Lojistik Köy, Lojistik Köy Performans Faktörleri

JEL Kodları: R40, O18, M39

* Kastamonu Üniversitesi, SBE Doktora Öğrencisi, ilyasertugrulinan@hotmail.com

Investigation Of The Relationship Between Urban Logistics And Logistics Village Performance: Example Of Elazığ

Abstract

The aim of this study is to determine the urban logistics-logistic village performance factors and the relationship between the cities and the level of meeting the expectations of the real sector. Logistics performance factors are important in terms of operation and basic applications of real sector. Urban logistics is an evolutionary concept that reveals the weaknesses of the cities and the weaknesses of the cities with their strengths and prominent opportunities in terms of the logistics efficiency dimensions of the cities. The logistic village is a logistic base with its own equipment.

The face to face surveys constitute the dataset in 276 establishments determined by judicial sampling method in Elazığ city center. After testing the reliability and validity of the scales, they were subjected to exploratory factor analysis. Correlation analysis was performed to test the hypothesis created. As a result of the analyzes, it was found that there was a very strong positive relationship between urban logistics and logistics village performance.

Key words: Logistics, Urban Logistics, Performance Factors of Urban Logistics, Logistics Village, Performance Factors of Logistics Village

JEL Codes: R40, O18, M39

1. Giriş

Şehirler, modern uygarlığın kalıcı ve ayrılmaz bir ögesidir. Piyasa katılımcıları olarak, sadece kaynakları, insanların, sermayenin, bilginin, teknolojinin, ürünlerin, hammaddelerin, uygun bir veri akışı alanı olan heterojen bağlantılar ağı oluşturmaktadır. Şehirler, sosyo-ekonomik sistemlerde sayısız niceliksel ve niteliksel değişimin bir sonucu olarak, gelişim aşamalarından geçerek, daha yüksek ve daha karmaşık seviyelere ulaşırlar (Kalisiak-Mędelska, 2017). Şehirler her zaman iş arayan ve daha iyi bir yaşam arayan insanlar için birer mıknatıstırlar. İş, eğitim, sağlık, kültür, boş zaman ve güvenlik ile ilgili olanlar dâhil olmak üzere birçok ihtiyacı karşılamak için daha elverişli koşullar sağlarlar. İçinde bulunduğumuz on yılın başından beri, 100 milyondan fazla insan küresel olarak şehirlere göç etmiştir (Jones, 2014). 2050 yılına kadar Dünya Sağlık Örgütü (WHO), dünya nüfusunun en az % 70'inin şehirlerde yaşayacağını tahmin etmektedir (WHO, 2010). Şehirler bu açıdan



ekonomik büyüme için birer itici güçtürler. Bu büyümeyle birlikte gerek yöneticiler gerek özel müteşebbislerde dâhil olmak üzere tüm paydaşlar kentin lojistik performansından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmektedirler. İyi gelişmiş bir şehir lojistik sistemi, ekonomik büyüme oranını hızlandırabilir, gereksiz işlem maliyetini azaltabilir, ekonomik verimliliği artırabilir, yatırım ortamını iyileştirebilir, doğrudan yabancı yatırımları artırabilir, kentsel işsizliği çözebilir ve bölgesel ekonominin gelişimini destekleyebilir. Ancak, çalışmalar aynı zamanda kentsel lojistik sisteminin tedarik zincirinin en pahalı, verimsiz ve kirlenici bir kısım olduğunu da göstermektedir (Gevaers, Voorde ve Vanelslender, 2009). Bu nedenle, kentsel lojistiği geliştirmek için bir zaruret halini almıştır. Böylece insanlar yüksek kaliteli bir ortamda yaşayabilir, çalışabilir ve oynayabilirler. Lojistik altyapısının, özellikle bir şehrin lojistik ihtiyaçlarına hizmet eden lojistik merkezlerinin, tedarik zincirinin geri kalanıyla iyi bir şekilde harmanlanması gerekmektedir.

Malların taşınması, kentsel alanlarda gerçekleşen çoğu ekonomik ve sosyal faaliyet için önemli bir faktör teşkil etmektedir. Şehir, sınırları içinde kurulan firmalar için tedarikçiler ve müşteriler ile hayati bir bağlantı oluşturur. Yük taşıtları, insanların caddelerin, arterlerin ve park alanlarının kapasitesi için insanları taşıyan özel ve kamu araçlarıyla rekabet etmekte ve emisyonlar ve gürültü gibi tıkanıklık ve çevresel rahatsızlıklara önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Bu rahatsızlıklar şehirlerde yaşayan ya da çalışan tüm insanların hayatını, kentsel bölgelerdeki firmaların verimliliğini ve bu firmaları içeren tedarik zincirlerini etkilemektedir. Bu olumsuzluklar insanlar üzerinde “şehirlerin güvenli olmadığı” inancını oluşturmaktadır. Yaşadığımız dönemde rekabetin her alanda güçlü olması şehirleri de etkilemekle birlikte, diğer kentlere karşı daha çok turist ve yatırımcı çekebilmek için pazarlama operasyonları yürütmek zorunda bırakmıştır (Gümüş, 2016). Özellikle şehrin güvenli olmadığı algısının oluşması kentin marka değerini düşürecek, çağımızın yoğun rekabet ortamında diğer şehirlere yönelik rekabet dezavantajına neden olacak ve gelirden belirli bir düşüşe neden olacaktır (İnan ve Çelik, 2018).

Şehir sınırları içinde hareket eden yük taşıtlarının sayısı artmakta ve istikrarlı bir oranda büyümeye devam etmektedir. Bunun başlıca nedeni, düşük stoklara ve zamanında teslimata dayanan mevcut üretim ve dağıtım uygulamaları ile önemli hacimlerde kişisel teslimatlar üreten müşteri-arası elektronik ticaretin patlayıcı büyümesidir. Dünya çapında kentleşme trendi hızla kırsal bölgeleri ve küçük kasabaları boşaltmakta ve büyük şehirleri daha



da büyümektedir. Nüfus hızının ivmesi artış göstermektedir (Gümüş, Kartal ve İnan, 2017; İnan, 2018). Bu artışla birlikte OECD ülkeleri içinde, şehir nüfusu 1950'de toplam nüfusun% 50'siydi, 2000'de % 77 idi ve 2020'de ise % 85'e ulaşması beklenmektedir (OECD, 2003). Şehirleşmenin hızla artması ile şehirler ülkelerin ekonomilerinde itici güçler olmuşlardır (Gümüş, 2017). Ancak bu şehir için bir takım lojistik sıkıntıları da beraberinde getirmektedir. Tüm bu olumsuzluklar göz önünde bulunduğu ve ilgili literatür tarandığında lojistik köyler bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Lojistik köyler şehir dışında konuşlanmış olduklarından denetlenmeleri, kentsel lojistik performansını artırmaları ve kent kirlilik faktörlerini düşürmeleri açısından birer cazibe merkezi haline gelmektedirler. Ayrıca diğer ticari etkililikler göz önünde bulundurulduğunda lojistik köyler gerekli alt yapı ve sektörel bütünlük sağladıkları için aynı zamanda özel teşebbüsler içinde cazibe merkezi haline gelmektedirler. Ayrıca lojistik köyler işletme faaliyet ve fonksiyonları içinde esneklik alanı oluşturmaktadırlar (Yeşilyurt, Nurov ve Küçük, 2017).

2. Teorik Çerçeve

Günümüzde lojistik geniş bir anlamda ele alınmakta, bu da yorumlama açısından birbirinden farklı birçok tanımın olduğu anlamına gelmektedir (Michlowicz 2008, s 454):

- Entegre bir malzeme akışı ve bunlarla bağlantılı bilgi sistemi,
- Fiziksel mal ve bilgi akışının gerçek süreçlerini yönetme felsefesi,
- Disiplinler arası teknik

Genel olarak tanımlamak gerekirse, malların taşınması (geniş ölçüde anlaşılan) ve / veya bu süreçleri destekleyen sistemlerde faaliyet gösteren insanlar ve faaliyetlerin yönetilmesi olarak anlaşılabilir (Küçük, 2016a: 33). Ekonomik sistemler ekseriyetle sağlık, eğitim, kültür, sosyal refah, güvenlik, bölgede nüfusun özel ihtiyaçlarını karşılamak gibi alanlarda tamamen kar ve piyasa odaklı değildir (Abt, 2001). Ne olursa olsun sistem lojistik amaçlarına ulaşma bakımından (Skowronek, Sarjusz Wolski 2003):

- Maddi mal akışının yönetimini geliştirmek ve lojistik süreçlerinde katılımcıların ihtiyaçlarını tam olarak karşılamak,
- Alışlagelmiş lojistik faaliyetlerini alıcı (müşteri) hizmetinin gereksinimlerine göre,



➤ Akışların verimliliğini artırmaktır.

Bu görevlerin birbirine eşdeğer ve birbiriyle ilişkili olduğu vurgulanmalıdır. Bununla birlikte, bu değerler, son alıcıların (tüketiciler, yararlanıcılar) gereksinimleri (ihtiyaçları) ile belirlenir (Szołtysek 2012). Lojistik, ürün ve hizmetlerin zamanında, mekânsal ve ekonomik olarak uygun bir şekilde (daha geniş bir çevresel bağlamda) elde edilmesini sağlamaktır (Kalisiak-Mędelska, 2017). Kent ekonomisine ilişkin düşünceler bağlamında Pfohl (1998) bekleme süresini en aza indirmenin, hizmet potansiyelini yönetmenin veya uygun seçilmiş dağıtım kanalları aracılığıyla hizmet sunmanın önemini vurgulamaktadır. Kentlerin işleyişi, belirli bir alanda ve belirli bir zamanda bilgi ile birlikte malların ve kişilerin akışına da bağlıdır (Abt, 2001). Başlatılan lojistik süreçler, şehirde meydana gelen tüm akışları (insanların, kargoların, malların, atıkların, dış akışların, vb. akışını) birbirine bağlar ve akışlarını optimize ederler.

Kamu sektörü söz konusu olduğunda lojistik, kentteki yaşam koşullarını iyileştirmek ve kamu hizmetlerinin kalitesini ve erişilebilirliğini geliştirmek için bir araçtır. Bir bütün olarak şehir açısından sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına yardımcı olmaktadır (Yangiang 2014). Olumlu etkilerine rağmen, lojistik çözümlerin kullanımı da eleştirilmektedir. Paradoksal olarak, şehir yapısında meydana gelen akışların uygunsuz yönetiminin etkilerini ortadan kaldırarak ya da hafifleterek, yeni - ekonomik, sosyal ve çevresel - sorunlar ortaya çıkmaktadır. Şehrin çekiciliğini arttırmak, sosyal ve ekonomik yaşamın konforunu yükseltmek, yüksek hizmet kalitesi kentin yeni sakinlerin cazibe merkezi haline gelmesine neden olmakla birlikte, artan tıkanıklık - esneklik ve hareket özgürlüğü kısıtlaması, çevre kirliliği, sosyal maliyetler artmaktadır (Kalisiak-Mędelska, 2017). Bu olumsuzluklara rağmen şehirdeki firma sayıları gün geçtikçe artmaktadır (Dilek ve İnan, 2017).

A. Kentsel Lojistik

Kentsel mallar, kamu politikaları ve şehir planlamasının (Hesse, 2004) rolü ve kentsel bölgelerdeki lojistik örgütlerinin türleri de dâhil olmak üzere çeşitli çalışmalara konu olmuştur (Broll ve Roldan-Ponce, 2011; Ville, Gonzales-Feliu ve Dablanc, 2013). Kentsel alanlardaki mal akışlarını incelemek ve bir bölge, onun sakinleri, ekonomik paydaşlar ve diğer karar alıcılarla olan etkileşimleri artık “kentsel lojistik” olarak adlandırılmaktadır (Anderson, Allen ve Browne, 2005).

“Kentsel lojistik; şehirlerin yükleme, boşaltma ve depolama



kapasitesi ile ulaşım imkânları gibi lojistik performans faktörleri bakımından öne çıkan güçlü yönleri ve fırsatları ile zayıf yönlerini ve tehditlerini ortaya koyan, o yerleşim yerinin altyapı ve diğer olanaklarını lojistik açıdan değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir kavramdır” (Küçük, 2016a: 31).

Kentsel lojistikte stokların yönetimi ve depolardaki yönetimi, tedarik ve fiziksel dağıtım için düzenleyici bir faktör olarak işlev görmektedir. Kentsel lojistik farklı teknolojilerle, hammadde ya da girdilerin girdi taşımacılığı ve müşteri şirketlerine verilen nihai ya da ara mallar olan üretimlerin fiziksel dağıtımına giden ulaşım ile bağlantı noktasıdır. Bütün bunlar, farklı depolar arasındaki malzeme akışlarının, uzay ve zamanla birbirine bağlanmış sürekli bir üretken ve ticari bağlantılar zinciri içinde değişimini ve fiziksel bağlantılarını üretmektedir. Bu nedenle kentsel lojistik, kentsel taşıtın alt yapısında, toplu taşıma araçlarının yoğunluğunu içeren genel taşıt trafiğine sokulan farklı tip ve kapasitedeki araçların dolaşımını özümseme problemiyle karşı karşıyadır. Bu açıdan kentsel lojistik malların taşınması, farklı hammadde/ürünlerin çoklu yerlere fiziksel dağılımı süreci boyunca, üreticiler, tüccarlar ve tüketiciler arasındaki bağlantının vazgeçilmez teknolojik desteğini oluşturduğu için, lojistiğin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır (Menoyo, 2006). Kentsel lojistik bir şehir veya bölge topraklarında bulunan yol altyapısını, park yerlerini ve çevreyi temsil etmekle birlikte bir kentsel lojistik çözümü olarak aynı zamanda birbirleriyle bağlantılı lojistik organizasyonu, teknoloji, haberleşme, finansman ve yönetmelikler gibi birçok bileşeni de içermektedir (COST 321, 1998; BESTUFS, 2009).

Kentsel lojistik konuyla ilgilenen araştırmacılar ve uygulayıcılar açısından, genellikle taşıma veya hizmet şirketlerinin verimliliğini artıracak, kamu ve kararlarını destekleyen kolektif ilgi açısından görülen bir lojistik olarak algılanmaktadır (Durand ve Gonzalez-Feliu, 2015). Bunun nedeni, kentsel lojistiğe ilgi duyanların örgütlü ve küresel bir şekilde kamu aktörleri olmasından kaynaklanmaktadır (Patier, 2001) ve ilk girişimlerin ancak ekonomik-politik destek sayesinde mümkün olabileceğidir. Özellikle bu desteği yerel yetkililer veya bölgesel veya ulusal kamu otoriteleri sağlayacaktır (Dablanc, 1998). Ancak yerel ve merkezi yetkililer lojistik kanalıyla meydana gelen akışı sadece planlamakla kalmamalı aynı zamanda denetleyerek gelişmesini sağlamalıdır. Aynı zamanda planlamada amaç ortaya iyi konulmalı ve bu amaç doğrultusunda hareket edilmeli aksi takdirde istikrar sağlanamayacaktır



(Karadeniz, 2016: 54).

Entegre kentsel lojistik stratejileri ile uygulanan mal ve yolcu akışlarının verimliliğinin sağlanması kentsel alan yönetiminin belirleyicisi haline gelmektedir (Czupich, Ignasiak-Szulc ve Kola-Bezka, 2016). Kentsel lojistik, akıllı çözümlerin sıklıkla kullanıldığı özel bir alandır. Bu bağlamdaki faydalar hem konut sakinleri hem de girişimciler, idari makamlar ve turistler tarafından hissedilmektedir. Şehirlerde akışların düzenlenmesi ile bir sonucu olarak trafik akışı iyileştirilmiş, hareket rahatlığı artırılmış ve kentteki yaşam kalitesi artırılmış olacaktır. Hava kirleticilerin emisyonlarının azaltılması, gürültü azaltma, daha kısa seyahat süresi, iyileştirilmiş yol güvenliği ve yol altyapısının bozulmasının azaltılması büyük önem taşımaktadır ve doğrudan kentsel lojistiğin ana meseleleridir (Rześny-Cieplińska, 2018).

Lojistik faaliyetlerin organizasyonu ve uygulanması, şehrin ve çevresinin karmaşık sosyo-ekonomik sistemini tanımlayan bir dizi faktöre bağlıdır. Bunlar, geleneksel olarak adlandırılan beş gruba dahil edilebilir, analizleri problemleri belirleyecek ve daha sonra belirli koşullara ve gereksinimlere uyan spesifik lojistik çözümlerine uyarlanabilecektir. Bunlar detaylandırmaya dayalı olarak aşağıdaki tabloda ayrılmış gruplarda kentsel lojistik uygulamaları görülmektedir.

39

Tablo 1. Ayrılmış gruplarda kentsel lojistik uygulamaları

Grup	Lojistik Kullanımı	
	Kuvvet	Frekans
Tüketim Malları (perakendeciler, toptancılar, kullanıcılar, e-ticaret)	Yüksek	Yüksek
Altyapı (teknik altyapı, sosyal, bilgi teknolojisi)	Ortalama	Ortalama
İş Varlıkları (üretim, servis ve ticari)	Yüksek	Yüksek
Kamu Mal Ve Hizmetleri (atık yönetimi, toplu taşıma)	Ortalama	Yüksek
Diğer (spor etkinlikleri, sergiler, konserler)	Küçük	Düşük

(Kaynak: Yangiang, M. A., 2014)

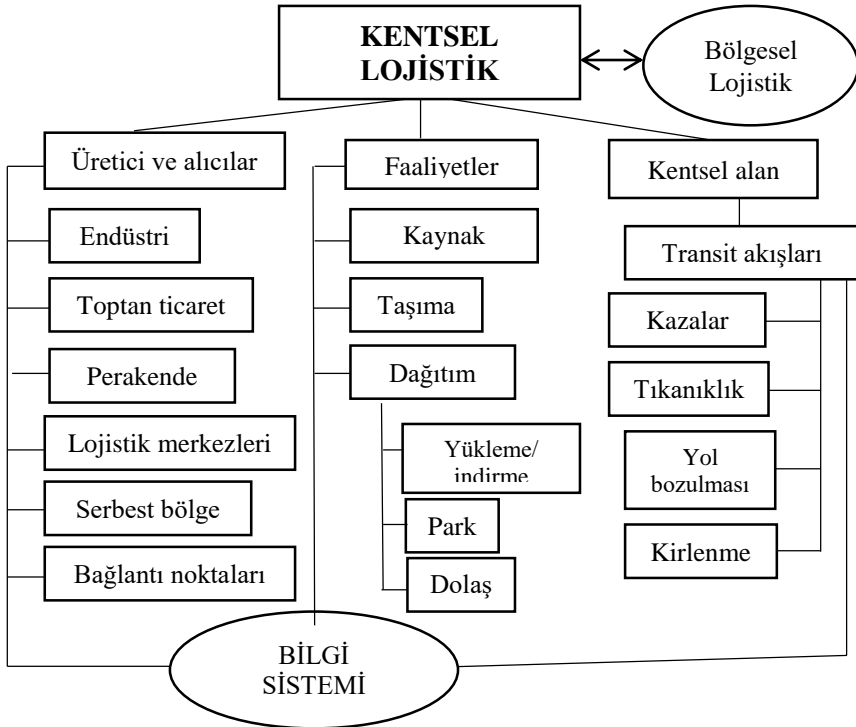
Menoya (2006) ise yapmış olduğu çalışmalarda kentsel lojistiğin birbiriyle ilişkili üç boyutu olduğunu belirtmektedir:

- Üretici ve alıcılar



- Faaliyetler
- Kentsel alan

Üretim işletmeleri ve alıcılar, kentte bulunan sanayi ve ticaret şirketleri, serbest bölgeler, yük demiryolu istasyonları ve havalimanı, lojistik merkezleri, transfer merkezleri ve limanlardır. Faaliyetler, söz konusu firmaların şehirdeki envanter ve depolama yönetimi ve söz konusu lojistiği maddi olarak sağlayan taşımacılık yoluyla gerçekleştirdikleri çoklu tedarik ve fiziksel dağıtım lojistiğine ilişkindir. Ulaşım, şehrin kendisinde veya diğer bölgelerinde bulunan şirketlere ait olabilir ve kentsel alanda birtakım faaliyetleri gerçekleştirebilir: Yükleme ve boşaltma işlemleri, otopark (şirketler dâhilinde, halka açık veya özel otoparklarda veya halka açık yollarda) ve dolaşım. Şekil 1, verilen bilgilerin genel ve basitleştirilmiş bir görünümünü göstermektedir.



Şekil 1. Kentsel Lojistik'in Genel Yapısının Ana Hatları

(Kaynak: Menoyo, H., 2006)



İşletmeler yoğun rekabetin olduğu şartlar altında idamelerini sağlayabilmek için bütün aşama ve süreçleri geliştirmek mecburiyetindedirler (Küçük ve Ecer, 2008). Kentin gelişmişlik durumunun işletmelerin kârını doğrudan etkilemesinin yanında işletme yapısı da önem kazanmıştır. İşletmelerin yapısı incelendiğinde öncelikle insan faktöründen ve emekten oluşan sistemler oldukları görülmektedir (Küçük ve Kocaman, 2015). Emegi oluşturan çalışanlar işletmeye geliş ve gidişlerinde herhangi bir ulaşım sıkıntısı ile karşılaşmazlar ise doğrudan memnuniyetleri ve üretkenlikleri artabilecektir. İç müşteri memnuniyetinin pozitif yönlü olması işletmelere artı değer kazandıracaktır (Gümüş ve Aydın, 2016).

Kentsel lojistik alanında oluşturulan stratejiler iki ana çerçevede oluşturulmaktadır. Bunlar stratejik ve operasyonel kararlardır. Stratejik ve operasyonel lojistik faaliyetlerindeki çoklu iş kararları, kentsel alanda bulunan şirketler tarafından üretilen kargo akışlarının hacimlerini, yapılarını ve diğer özelliklerini belirler. Farklı şirketlerin bireysel lojistik süreçleri ile bunların trafik, yol altyapısı ve çevre üzerindeki etkileri arasındaki bağlantı sorunu nedeniyle kentsel lojistik performansını düşürmektedir. Oluşturulacak politikalar, genel prensipler temelinde yapılandırılmalıdır. Bu yapılandırmada toplumun sosyal yapısı ve dinamikleri de değerlendirilmelidir (Dedemen, 2011). Özellikle, her bir şehrin yetkilileri, otomotiv taşımacılığının ağırlığını, büyüklüğünü ve kapasitelerini ve aynı zamanda farklı alan ve güzergahlarda dolaşım, yükleme ve boşaltma saatlerini sınırlayan mevzuat aracılığıyla kentsel lojistik üzerinde kayda değer bir etki yapabilmektedirler (Menoyo, 2006).

B. Lojistik Köy

Lojistik köy taşıma, dağıtım, yükleme-boşaltma, depolama, elleçleme ve ilgili lojistik faaliyetlerin yerine getirildiği, lojistik modları arasında düşük maliyetli, hızlı, güvenli, aktarma alan ve donanımlarına sahip organize alanlardır (Küçük, Yeşilyurt ve Kartal, 2017: 37). Kaynağın verimli tüketimiyle mevcut potansiyelin kinetiğe geçirilmesiyle bölge çapında gelişim ivmesini artırmak hem yerel hem de merkezi yönetimlerin hedefi olmuştur (Küçük, 2007). Önemli bir lojistik düğüm olarak Lojistik köyler modern kentsel lojistik sisteminin önemli bir parçasıdır ve lojistik sistemde önemli bir konuma sahiptir. Bölgesel gelişmişlik için lojistik köyler birer güçlülük noktalarıdır. Bir lojistik köy hizmet verdiği coğrafi bölgeye nispeten yakın bir konumda bulunan bir lojistik tesis olarak tanımlanır. (Crainic, Ricciardi ve Storchi, 2009). Diğer katma değerli lojistik ve perakende hizmetleri de lojistik köyler aracılığıyla sağlanabilir. Bu



katma değerlerin bir çok alanda ve küresel sistemde kazanımları farklı farklı olmaktadır (Dedemen, 2016). Bir lojistik köy konumunun seçimi, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi pratiği ve tasarımı konusunda önemli bir konu haline gelmiştir. Yer seçimi ve düzeninin rasyonalitesi ve fizibilitesi, şehir ve sakinleri için işleyişi, verimliliği ve dış maliyetleri etkiler. Bir başlangıç için, iyi düşünülmüş bir lojistik köy, lojistik maliyetini azaltacak, ulaşım akışlarının verimliliğini artıracak, bir vatandaşın yaşam koşullarını iyileştirecek, şehrin ekonomik canlılığını sürdürecektir ve ekonominin, çevrenin ve toplumun uyumlu gelişmesine katkıda bulunacaktır. Bununla birlikte, kötü tasarlanmış bir lojistik köy, daha fazla trafik tıkanıklığı, artan emisyonlar, yol güvenliği ve hasarlı kentsel imaj gibi bir dizi olumsuz dışsallığı ve dış maliyetleri tetikleyecektir. Bu nedenle, farklı paydaşların perspektifinden bir lojistik köy konumunun seçilmesi önemlidir (Aros-Vera, Marianov ve Mitchell, 2013).

Nüfus artışıyla birlikte işletmelerin çevreye verdikleri zararlar da ekolojik dengenin bozulmasına neden olmuştur (Yeşilyurt, 2017). Çevresel etkilerin bu derece olumsuz olması neticesinde lojistik köyler bir çözüm olarak karşımıza çıkmakla birlikte finansal problemlerle ek olarak pazarlanama bilme, bilginin yetersiz oluşu gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Küçük, 2008). Sürdürülebilir bir lojistik alt yapısı için ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarının bütünleştirilmesi ile lojistik köy için potansiyel konumları değerlendirmek ve seçmek amacıyla aşağıdaki 3 ana kriter ve içerisinde yer alan 13 sorunsallık kullanılmaktadır (Elhedhli ve Merrick, 2012; Mohammadi, Torabi ve Tavakkoli-Moghaddam, 2014; Chen, Olhager ve Tang, 2014):

- Ekonomik kriterler: arazi edinme bedeli, yatay teslimat esnekliği, taşıma koşulları, servis seviyesi, insan kaynakları durumu,
- Çevre kriterleri: çevre koruma seviyesi, ekolojik peyzaj üzerindeki etkisi, doğal koşullar,
- Sosyal kriterler: kamu tesisleri koşulu, güvenlik, çevresel yasa ve yönetmeliklere uygunluk, yakındaki sakinlere etkisi, trafik tıkanıklığına etkisi.

Lojistik tesislerin dışa göçü yaygın olarak gözlemlenmektedir. Bu göçlerin kentsel alanlarda yük ve kamyon taşımacılığı hareketini nasıl etkilediği de dâhil olmak üzere, etkileri titizlikle incelenmemiştir (Aljohani ve Thompson, 2016). Önceden belirlenen sevkiyat talepleri göz önüne alındığında, kentsel dağıtım merkezlerini adapte eden sistemlerin değerlendirilmesi, şehir lojistiği araştırmalarında en önemli konulardan biri olmasına rağmen (van Duin, van Kolck, Anand, Tavasszy ve Taniguchi, 2012; Crainic, Ricciardi ve Storchi, 2004;



Kia, Shayan ve Ghotb, 2003) bu araştırmalar, çeşitli tiplerdeki çeşitli lojistik tesislerinin mekansal dağılımından ziyade, kentsel lojistik sisteminin bir alt kümesine odaklanmaktadır. Kayda değer çabalar Wagner (2010) 'un lojistikle ilgili arazi kullanımının trafik etki değerlendirmesini içerir. Şehir merkezine yakın büyük bir lojistik köyün etkilerini, uzaktaki lojistik faaliyetleri için birkaç küçük lojistik tesisle karşılaştırdığımızda kentsel lojistik açısından daha az trafik etkisi yarattığı açıkça görülmektedir. Aynı şekilde Davydenko, Tavasszy ve Quak (2013) lojistik zincir modeli kullanarak yaptıkları analizlerde lojistik köylerin şehir içi trafik yoğunluğunu azalttığını tespit etmişlerdir.

3. Çalışmanın Amacı

Araştırmanın amacı kentsel lojistik ve lojistik köy performansları arasındaki ilişkinin araştırılarak tespit edilmesi ve kentsel lojistik performansı ile lojistik köy performansı arasında ilişki var ise ilişkinin şiddetinin ve yönünün belirlenmesidir.

Kentsel lojistik ve lojistik köy performansları arasında ilişki olup olmadığının araştırılarak tespit edilmesiyle Elazığ ilinin bu ölçütler açısından üstün ve zayıf yönlerini ortaya koymak, çözüme yönelik hem hizmet hem de üretim işletmelerinin faaliyetlerini artıracak öneriler getirmek araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

4. Kapsam ve Metodoloji

Araştırma kapsamında Küçük (2017) tarafından geliştirilen Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performans ölçeklerinden yararlanılmıştır. Ölçek; 5 'Tamamen Katılıyorum', 4 'Katılıyorum', 3 'Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum', 2 'Katılmıyorum' ve 1 'Tamamen Katılmıyorum' olmak üzere beşli likert ölçeğine göre hazırlanmıştır (Küçük, 2016b: 81-83). Kentsel lojistik performans ölçeği 18 ifadeden, lojistik köy performans ölçeği ise 19 ifadeden oluşmaktadır.

Araştırma Elazığ il merkezinde bulunan toptan ticaret yapan işletmeler üzerinde yapılmıştır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme tekniği (Küçük, 2016b: 98) kullanılmış olup veriler yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma kapsamında 500'ün üzerinde olduğu değerlendirilen toptancılardan, geri dönüş sağlayan 276'sına ait veri toplama aracı değerlendirilmeye alınmıştır.

Elde edilen veriler aracılığıyla uygulanan güvenilirlik analizi olarak Alfa (α) Modeli kullanılmıştır. Geçerliliğin tespit edilebilmesi içinde Kaiser- Meyer-



Olkin (KMO) yöntemi kullanılmıştır (Küçük, 2016b: 137-141).

5. Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlere taslak olması amacıyla şekil 2’de yer alan model oluşturulmuştur (Küçük, 2016b: 131-137). Modelin oluşturulmasında lojistik köy ve kentsel lojistik ilişkisini vurgulayan Karadeniz ve Akpınar (2010), Küçük, Yeşilyurt ve Kartal (2017), Erdumlu (2016) ve Ceran (2010) çalışmalarından istifade edilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

6. Hipotez

Erdumlu (2016) kentsel lojistik ve lojistik köy uygulamaları üzerine yapmış olduğu çalışmada kentsel lojistik ile lojistik köy performansı ilişkisi üzerine dikkat çekmiştir.

Karadeniz ve Akpınar (2010) tarafından yapılan çalışmada lojistik köy ile kentin lojistik alt yapısı arasında ilişki olduğu yapılan literatür taramasından anlaşılmaktadır.

Küçük, Yeşilyurt ve Kartal (2017) ve Yeşilyurt, Kartal ve Küçük (2017) tarafından yapılan kentsel lojistik ve lojistik köy performanslarının ilişkisinin incelendiği çalışmalarda lojistik köy ile kentsel lojistik arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Küçük (2017) tarafından yapılan kentsel lojistik performans faktörlerinin ve lojistik köy performans faktörlerinin önem düzeylerinin belirlenmesi çalışmaları incelenmiş ve bu doğrultuda H_1 hipotezi aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H_1 : Kentsel lojistik performansı ile lojistik köy performansı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

7. Veri Analizi

Bu bölümde araştırmaya katılanların başta demografik özellikleri olmak üzere Kastamonu şehrine ve şehirde sunulan hizmetlere yönelik değerlendirmeleri yer almaktadır.



Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve İşletme Bilgileri

Cinsiyet	F	%	Elazığ'da Yaşama Süresi	F	%
Bayan	135	48,9	1 yıldan az	25	9,1
Bay	141	51,1	1-3 yıl	66	23,9
Yaş	F	%	4-6 yıl	60	21,7
16-21	20	7,2	7-9 yıl	30	10,9
22-27	105	38	10 yıldan fazla	95	34,4
28-33	106	38,4	Eğitim	F	%
34-39	20	7,2	İlköğretim	5	1,8
40-45	20	7,2	Lise	100	36,2
46 ve üstü	5	1,8	Ön lisans	75	27,2
Medeni Durum	F	%	Lisans	76	27,5
Evli	146	52,9	Lisansüstü	20	7,2
Bekâr	130	47,1	Faaliyet Yürütülen Sektör	F	%
Sektördeki Faaliyet Süresi	F	%	Gıda	60	21,7
1 yıldan az	45	16,3	Konfeksiyon-Ayakkabı	15	5,4
1-3 yıl	70	25,4	İnşaat-Hırdavat	20	7,2
4-6 yıl	86	31,2	İletişim-Bilgisayar-Optik	25	9,1
7-9 yıl	40	14,5	Yayın-Basım-Dağıtım-Kargo	21	7,6
10 yıldan fazla	35	12,7	Ticaret (Satış/Pazarlama)	45	16,3
Personel Sayısı (kişi)	F	%	Otomotiv	35	12,7
1	25	9,1	Diğer	55	19,9
2-9	105	38			
10-49	61	22,1			
50-249	20	7,2			
250	65	23,6			
Toplam	276	100	Toplam	276	100

Tablo 2'de görüldüğü gibi katılanların demografik özellikleri incelendiğinde %51,1'inin bay katılımcı olduğu, %52,9'unun evli, %36,2'sinin lise mezunu, %38,4'ünün 28-33 yaş aralığında olduğu ve %23,9'unun da 1-3 yıl



Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Elazığ İli Örneği (ss.33-56) İlyas Ertuğrul İnan

süreyle Elazığ ilinde yaşadıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların mensubu oldukları işletmeler hakkında edinilen bulgular değerlendirildiğinde işletmelerin %31,2'sinin 4-6 yıl süreyle ilgili oldukları sektörde faaliyette oldukları, %38'inin 2-9 personel sayısına sahip oldukları, %21,7'sinin gıda sektöründe faaliyet yürüttükleri tespit edilmiştir.

Araştırma doğrultusunda katılımcılardan Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy ölçekleri doğrultusunda edinilen verilerin geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Elde edilen Kentsel Lojistik'e ait bulgular Tablo 3'de paylaşılmıştır.

Tablo 3. Kentsel Lojistik Ölçeği Bulguları

Kentsel Lojistik Performans Faktörleri	Faktör Yüğü	Öz değeri	Varyans Açıklama Oranı(%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
1. Sigorta hizmetleri yeterlidir.	,861	13,76	76,49	,982	4,02	,910
2. Çoklu lojistik altyapısı yeterlidir.	,926				3,76	
3. Karayolu altyapısı yeterlidir.	,899				3,91	
4. Denizyolu altyapısı yeterlidir.	,703				3,28	
5. Havayolu altyapısı yeterlidir.	,843				3,88	
6. Demiryolu altyapısı yeterlidir.	,897				3,68	
7. Depolama alanları yeterlidir.	,909				3,78	
8 Trafik yoğunluğu uygundur.	,859				3,83	
9. Lojistik maliyetler uygundur.	,881				3,63	
10. Lojistik yetkinlik yeterlidir.	,882				3,82	
11. Nüfus miktarı uygun büyüklüktedir.	,894				3,87	
12. Kalifiye işgücü yeterlidir.	,761				3,64	
13. Ekonomik büyüklük uygundur.	,923				3,73	
14. İhracat ithalat rakamları yeterlidir.	,808				3,67	
15. Elleçleme (yeniden ambalajlama) kapasitesi yeterlidir.	,925				3,83	
16. Yükleme kapasitesi yeterlidir.	,900				3,82	
17. Teknolojik altyapı yeterlidir.	,923				3,76	
18. Şehirleşme planı yeterlidir.	,914				3,83	
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare				7589,752	
	Serbestlik derecesi (df)				153	
	Anlamlılık				,000	



Tablo 3’de görüldüğü gibi Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri 0,910 olarak bulunmuştur. Değer 0,80’in üzerinde olduğu için örneklemin yeterliliğinin çok iyi olduğu ve araştırma verilerinden anlamlı faktörler elde edilebileceği anlaşılmaktadır. Tüm ifadelerin faktör yükleri 0,5’in üzerinde ve öz değerleri 1’den büyük olması ifadelerin analizde kullanılmak için uygun olduğunu göstermektedir. Cronbach alfa katsayısı 0,982 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,80’den büyük olduğu için ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük,2016:226-232). Varyans açıklama oranı ise %76,49 düzeyindedir.

Araştırma sonuçlarına göre kentsel lojistiğe yönelik ifadelerin ortalaması en düşük olanın 3,28 ile denizyolu alt yapısının yeterli olduğuna yönelik ifade olup, orta ve yüksek önem düzeylerine sahip oldukları görülmektedir (Küçük,2016:239). En yüksek önem düzeyine ise sigorta hizmetlerinin sahip olduğu görülmektedir.

Lojistik Köy’e ait bulgular ise Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4’de görüldüğü gibi Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri 0,899 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,4’e oldukça yakın olduğu için örneklemin yeterli olduğu ve araştırma verilerinden anlamlı faktörler elde edilebileceğini göstermektedir. İfadelerin faktör yükleri 0,4’ün üzerinde ve öz değerleri 1’den büyük olması ifadelerin analizde kullanılmak için uygun olduğunu göstermektedir. Cronbach alfa katsayısı 0,971 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,80’den büyük olduğu için ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük,2016: 226-232). Varyans açıklama oranı ise %78,88 düzeyindedir.

Araştırma sonuçlarına göre 2,88 ile önem düzeyi en düşük olan “Denizyolu altyapısı yeterlidir” ifadesidir. Önem düzeyi en yüksek olan ifade ise 3,93 ile “Kent merkezine erişim uygundur” ifadesidir. Elazığ il merkezi dışına kurulabilecek bir lojistik köy projesinin kent merkezine erişiminin uygun olması işletmelerin projeye destek vermeleri ve tercih etmeleri bakımından önem taşımaktadır.



Tablo 4. Lojistik Köy Performans Bulguları

Lojistik Köy Performans Faktörleri	Faktör Yüğü	Öz değeri	Varyans Açıklama Oranı(%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
1. Çoklu lojistik altyapısı yeterlidir.	,543	12,55	78,88	,971	3,53	,899
2. Demiryolu altyapısı yeterlidir.	,712				3,19	
3. Denizyolu altyapısı yeterlidir.	,921				2,88	
4. Depolama alanları yeterlidir.	,494				3,54	
5. Ekonomik büyüklük uygundur.	,538				3,35	
6. Elleçleme (yeniden ambalajlama) kapasitesi yeterlidir.	,439				3,47	
7. Havayolu altyapısı yeterlidir.	,841				3,88	
8. Hinterland(Ard bölge-limanın gerisindeki kara sahası) genişliği yeterlidir.	,658				3,29	
9. İhracat ithalat rakamları yeterlidir.	,970				3,18	
10. İşletmelerin ekonomik yapısı yeterlidir.	,708				3,50	
11. Kalifiye işgücü yeterlidir.	,911				3,44	
12. Karayolu altyapısı yeterlidir.	,836				3,82	
13. Kent merkezine erişim uygundur.	,844				3,93	
14. Lojistik maliyetler uygundur.	,782				3,68	
15. Lojistik yetkinlik yeterlidir.	,760				3,73	
16. Sigorta hizmetleri yeterlidir.	,967				3,89	
17. Şehirleşme planı yeterlidir.	,480				3,71	
18. Teknolojik altyapı yeterlidir.	,596				3,54	
19. Yükleme kapasitesi yeterlidir.	,589				3,69	
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare				7020,083	
	Serbestlik derecesi (df)				171	
	Anlamlılık				,000	

Kentsel lojistik performansı ile lojistik köy performansı arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.



Tablo 5. Kentsel Lojistik Performansı ile Lojistik Köy Performansı Arasındaki İlişki

Değişkenler	Kentsel Lojistik	Lojistik Köy
Kentsel Lojistik Performansı	1	
Lojistik Köy Performansı	,824**	1

**p<0,01

Analiz sonucunda kentsel lojistik performansı ile lojistik köy arasındaki Pearson korelasyon katsayısı 0,824 olarak bulunmuştur. Kentsel lojistik ile lojistik köy arasında anlamlı ve çok güçlü pozitif bir ilişki vardır (Küçük, 2016: 249-252). H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

8. Sonuç

Araştırma kapsamında yararlanılan ölçeklerin güvenilirlikleri test edilmiş ve yüksek derecede güvenilir oldukları görülmüştür. Araştırma kapsamında elde edilen bilgiler ışığında aşağıda yer alan çıkarımlarda bulunulmuştur.

Elazığ ili karayolları alt yapısı bakımından gelişmiş bir kenttir. Doğuyu batıya bağlayan yolların kavşağında yer almaktadır. “Karayolları Ankara-Kayseri-Malatya-Elazığ-Bingöl-Muş karayolu, Adana-Maraş-Malatya-Elazığ-Tunceli karayolu, Mardin-Diyarbakır-Arapkir-Keban-Elazığ karayolu ile İran-Erzurum-Tunceli-Elazığ milletlerarası yollar ile bağlıdır” (Eliçalışkan, 2014).

Elazığ ilinin üç tarafı Fırat nehri ile çevrili olmasından dolayı nehir taşımacılığı konusunda gelişmiş olduğu tespit edilmiştir. Özellikle Tunceli’ye bağlı Çemişgezek ve Pertek ilçelerine ulaşım 24 saat esasına göre feribotlarla gerçekleştirilmektedir. Bazı noktalarda ise nehir üzerinde yer alan köprüler aracılığıyla ulaşım hattı desteklenmiştir.

Elazığ havalimanı şehir merkezine 12 km uzaklıkta bulunmaktadır. Hava yolu aracılığıyla bagaj, posta ve kargo taşınması gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde yer alan havalimanları arasında taşınan yolcu açısından da 20’nci sırada yer almaktadır.

Demir yolu konusunda da Elazığ ilinin gelişmiş olduğu görülmektedir. Elazığ ili güneydoğu ve doğu Anadolu bölgelerine giden demir yolu şebekesinin kesişim noktasında yer almaktadır. “Ankara-Kayseri-Sivas-Malatya demiryolu Elazığ’da iki kola ayrılır. Bir kol Diyarbakır-Batman’a diğeri Palu-Genç- Muş-Tatvan’a ulaşır” (Eliçalışkan, 2014). Özellikle Fırat ekspresi kapsamında Adana-Elazığ ana hattı projesi ve 4 Eylül Mavi hızlı tren ana hattı projeleri gerçekleştirildiğinde demir yolu alt yapısı daha da güçlenecektir.



Katılımcıların ulaşım kanallarına yönelik görüşlerinin ortalamaları kentsel lojistik ölçeğine göre 3,91 ortalama ile karayolu, 3,88 ortalama ile havayolu, 3,68 ortalama ile demiryolu, 3,28 ortalama ile deniz yoludur. Lojistik köy kapsamında ulaşım kanalları performansına yönelik bulgular ise 3,88ortalama ile havayolu, 3,82 ortalama ile karayolu, 3,19 ortalama ile demiryolu, 2,88 ortalama ile denizyolu olduğu görülmektedir. Ortalamaların genel olarak yüksek olması Elazığ ilinin kentsel lojistik ve lojistik kent performanslarının yüksek olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada kentsel lojistik ile lojistik köy performansları arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için 2018 Kasım ve Aralık aylarında Elazığ ilinde TOBB veri tabanında yer alan toplam 276 işletme çalışanlarına yapılan yüz yüze anket uygulaması ile elde edilen veriler korelasyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda kentsel lojistik ile lojistik köy performansları arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü çok güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kentsel lojistik faktörlerinde yapılacak olan iyileştirmeler lojistik köy performans faktörlerini doğru orantılı olarak etkileyecektir. Elde edilen sonuçlar literatürde var olan çalışmalarla uyumludur (Menoyo, 2006; Karadeniz ve Akpınar, 2010; Erdumlu, 2016; Küçük, 2017; Küçük, Yeşilyurt ve Kartal,2017). Yapılmış olan araştırmalarda ve bu çalışmada, lojistik köy performans faktörleri ile kentsel lojistik performans faktörleri arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

50

Gelir kaynaklarının ve iş imkânlarının çeşitli, istihdam oluşturucu yatırımlar imkânlarına haiz, sağlık ve eğitim konularında gelişmiş ve belirli bir yeterlilik düzeyinde olmasından dolayı nüfusu artmaktadır. Kentin lojistik faaliyetlerinin iyileştirilmesi için elleçleme ve depolama alanlarının oluşturulması, kent içi trafik düzenlemelerinin yapılması, kalifiye işgücünün artırılması, sigorta hizmetlerini iyileştirici tedbirlerin alınması, ihracat- ithalat rakamlarının yeterli hale getirilebilmesi için gerekli bağlantıların kurulması gibi önerilerde bulunulabilir. Ayrıca kent sakinlerine, hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere kentsel lojistik ve lojistik köy kavramlarının öneminin açıklanmasıyla maliyetlerde azalma, verimlilik ve rekabet gücünde artış gibi avantajlar elde edilebilecektir.

9. Tartışma

İşletmeler, faaliyetlerini düzgün ve verimli bir şekilde planlayarak kar elde etmek isterler (Ecer ve Küçük, 2008). Bu durumda işletmeler karlılıklarını arttırmak amacıyla lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan eksi girdilerini



olabildiğince azaltmak isteyeceklerdir. Bu durumda lojistik köyler bu tür işletmeler için birer çözüm yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Lojistik köyler sadece şehir trafiğini azaltmakla kalmaz aynı zamanda işletmelerde de maliyet düşüşü gerçekleştirirler. Bu uygun durumlardan tüketicilerde daha düşük fiyatlı ürünler aracılığıyla fayda sağlayacaklardır. Sürecin iyi organize edilmesi, müşteri memnuniyeti de sağlayacak şekilde maliyetlerin azalmasına, aşamaların düzgün bir şekilde yönetilmesi ve kaynakların verimli kullanılmasına katkıda bulunacaktır (Küçük, 2018).

Erdumlu (2016) oluşturulacak olan kent lojistiği planlarının uygulama koşulları ile birlikte değerlendirilmesi gerektiği özellikle uygulamalar esnasında birçok problemle karşılaşılacağını vurgulamaktadır. Özellikle lojistik köyler oluşturulurken kentsel lojistik performansları göz önünde bulundurulmalıdır. Aksi takdirde lojistik köylerin kentin lojistik işlerliğini azaltacağı düşünülmektedir.

Ceran (2010) ise çalışmasında özellikle lojistik köylerin sosyal maliyetleri üzerine durmuş ve bu problemin kentsel lojistik performanslarının artırılması ile eş güdümlü olarak çözülebileceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda lojistik köylerin avantajlarından yeteri kadar faydalanılabileceği için oluşturulacakları konumların iyi bir analiz ile belirlenmesi gerektiği üzerine vurgu yapmıştır.

Karadeniz ve Akpınar (2011) Lojistik köy ve uygulamaları üzerine yapmış oldukları çalışmada özellikle lojistik köylerin oluşturulmasında bütün paydaşların katılımının zorun olduğunu belirtmişlerdir. Kentsel lojistik ile lojistik köy performansının artırılması açısından paydaşların koordineli çalışmasının uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Kentsel lojistik ile lojistik köy performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Günümüz teknolojik gelişmeler ışığında şehir lojistik faaliyetlerinin tek başına düşünülmemesi gerektiği, dağıtım, elleçleme, depolama, kara, deniz ve hava yolu yeterliliklerinin doğrudan lojistik köy performansını etkilediği tespit edilmiştir.

10. Öneriler

Üretim tesisleri yoğun rekabet ve artan hammadde maliyetleri altında devamlılıklarını sürdürebilmek için lojistik faaliyetlerini iyi planlamalı ve oluşturulan yeni lojistik alt yapılara uyum sağlamalıdır. İşletmeler özellikle



faaliyette oldukları ilin kentsel lojistik performanslarını iyi değerlendirmeli ve bu doğrultuda kendilerini yenilemelidirler. Kentsel lojistik performansının etkinlik düzeyinin bilinebilmesi için öncelikle kentsel lojistik performans değerlendirmesinin nasıl yapıldığının iyi anlaşılması gerekmektedir. Makul ve geçerli bir değerlendirme kentsel lojistik ile lojistik köy bilinç düzeyinin yüksek olduğu durumlarda gerçekleşerek anlam kazanır. Bu sayede maliyetlerin optimizasyonu, kalite, müşteri memnuniyeti ve talebin karşılanmasını içeren firmanın lojistik performansı da doğru orantılı olarak artacaktır.

Araştırmanın teorik ve uygulama alanında katkılarının yanı sıra, bir takım kısıtları da söz konusudur. Araştırmanın sadece Elazığ il merkezinde yapılmış olması ve 276 katılımcıya olasılıksız yargısal örnekleme yöntemi ile ulaşılmış olunması kısıtlılık olarak görülebilecektir. Özellikle bu konular üzerinde çalışmak isteyen araştırmacılar kentsel lojistik ve lojistik köy ölçeklerini diğer illerde hatta ulusal, uluslararası oluşumlarda uygulayabilirlerse hem ölçeklerin güvenilirlikleri test edilmiş olacak hem de sonuçların karşılaştırılması bakımından daha değerli olacaktır.

Bu kısıtlamalara rağmen kentsel lojistik köy ile lojistik köy performansı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Kentsel lojistik performansı yüksek olan kentlerin lojistik köy performanslarının yüksek olacağı; lojistik köy performansı düşük olan kentlerinde kentsel lojistik performanslarının düşük olacağı istatistiki olarak anlaşılmaktadır.



KAYNAKLAR

- Abt, S. (2001). *Zarządzanie Logistyczne W Przedsiębiorstwie*, PWE Warszawa.
- Aljohani, K. & Thompson, R.G. (2016). Impacts Of Logistics Sprawl On The Urban Environment And Logistics: Taxonomy And Review Of Literature. *J. Transp. Geogr.* 57, 255–263.
- Anderson, S., Allen, J. & Browne, M. (2005) Urban Logistics—How Can It Meet Policy Makers’ Sustainability Objectives? *Journal Of Transport Geography*, 13(1), Pp. 71–81.
- Aros-Vera, F., Marianov, V. & Mitchell, J.E. (2013). P-Hub Approach For The Optimal Park-And-Ride Facility Location Problem. *Eur. J. Oper. Res.* 226, 277–285.
- BESTUFS (2009). BESTUFS II Bibliografic Overview. Rijswijk: Bestufs.
- Broll, U. & Roldan-Ponce, A. (2011). Clustering In Dresden, *European Planning Studies*. 19(6), Pp. 949–965.
- Ceran, M. B. (2010). Küresel Rekabet Ortamında Rekabetçi Üstünlük Sağlamada Lojistik Köyler: Konya Lojistik Köyü Önerisi? (Doctoral Dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- COST 321 (1998). Urban Goods Transport, Final Report Of The Action. Brussels: European Commission Publications.
- Czupich A., Ignasiak-Szulc A. & Kola-Bezka M., (2016). Czynniki I Bariery Wdrażania Koncepcji Smart City W Polsce, *Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego W Katowicach*, Nr 276, Katowice.
- Crainic, T.G., Ricciardi, N. & Storchi, G. (2009). Models For Evaluating And Planning City Logistics Systems. *Transport. Sci.* 42, 432–454.
- Chen, L. J., Olhager, J. & Tang, O. (2014). Manufacturing Facility Location And Sustainability: A Literature Review And Research Agenda. *Int. J. Prod. Econ.* 149, 154– 163.
- Crainic, T. G., Ricciardi, N. & Storchi, G. (2004). Advanced Freight Transportation Systems For Congested Urban Areas. *Transp. Res. C* 12 (2), 119–137.
- Dobrzyński, M. (1999) *Logistyka, Instytut Zarządzania I Marketingu*, Białystok.
- Dablanc, L. (1998). *Le Transport De Marchandises En Ville : Une Gestion Publique Entre Police Et Service*, Paris: Editions Liaisons.
- Davydenko, I. Y., Tavasszy, L. A. & Quak, H. (2013). A Quantitative Model For Exploration Of Logistics Sprawl Of The Future. In *The Proceedings Of 5th*



*Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin
Araştırılması: Elazığ İli Örneği (ss.33-56) İlyas Ertuğrul İnan*

- International Urban Freight Conference METRANS (Long Beach, California).
- Dedemen, F. (2011). *Antropolojik İstihbarat Açısından 11 Eylül 2001 Sonrası Afganistan Örneğinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Müdürlüğü. İstanbul.
- Dedemen, F. (2016). Evaluation Of The Model Of Hybrit War In Shaping The Future Security Environment. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 141-176.
- Dilek, S. & İnan, İ. E. (2017). The Analysis Of Competition Between Kastamonu Catering Firms. *International Academic Journal ECONDER*. Cilt/ Vol: 1, Sayı/Issue:1, Pp. 22-34.
- Durand, B. & Gonzalez-Feliu, J. (2015). City Logistics And Sustainability In A Vision Of Organizational Efficiency. *Logistique & Management*. Vol. 23 – No. 2, Pp. 3-5.
- Ecer, F. & Küçük, O. (2008). Tedarikçi Seçiminde Analitik Hiyerarşi Yöntemi Ve Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt: 11 Sayı: 1 Sayfa Aralığı: 355-369.
- Eliçalışkan, M. (2014). Elazığ, Ekonomik Faaliyetler, Coğrafya Dünyası, [Http://www.cografya.gen.tr/tr/elazig/ekonomi.html](http://www.cografya.gen.tr/tr/elazig/ekonomi.html), (11.01.2019).
- Elhedhli, S. & Merrick, R. (2012). Green Supply Chain Network Design To Reduce Carbon Emissions. *Transport. Res. Part D: Transport Environ.* 17, 370–379.
- Encyclopaedia Britannica, (2018). Logistics, [Https://www.britannica.com/topic/logistics-military-#ref511453](https://www.britannica.com/topic/logistics-military-#ref511453) Sayfasından Erişilmiştir, (06.11.2018).
- Erdumlu, R. M. (2006). Kentsel Lojistik Ve Lojistik Köy Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü: İstanbul.
- Gevaers R, Voorde E. & Vanelslender T (2009). Characteristics Of Innovations In Last-Mile Logistics—Using Best Practices, Case Studies And Making The Link With Green And Sustainable Logistic. *European Transport Conference, Freight And Logistics Track*.
- Gümüş, N. (2016). Usage Of Social Media In City Marketing: A Research On 30 Metropolitan Municipalities In Turkey. *Emerging Markets Journal*. Volume. 6, No. 2. Doi: 10.5195/Emaj.2016.114
- Gümüş, N., Kartal, S. & İnan, İ. E. (2017). An Examination Of Consumers' Perceptions Of Towards Rural Food Products. *International Journal Of Academic Value Studies (Javstudies)*. Vol: 3, Issue: 14, Pp. 144-153.
- Hesse, M. (2004). Logistics And Freight Transport Policy In Urban Areas: A Case Study



*Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin
Araştırılması: Elazığ İli Örneği (ss.33-56) İlyas Ertuğrul İnan*

Of Berlin–Brandenburg/ Germany, *European Planning Studies*. 12(7), Pp. 1035–1053.

- İnan, İ. E. (2018). An Investigation Of Food Sector Smes' Perceptions Of Halal Food Certification: TR 82 Region. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu.
- Jones, J. (2014). Creating Liveable And Sustainable Cities. Urban Redevelopment Authority Singapor.
<https://www.leekuananyeworldcityprize.com.sg/media/feature-articles/creating-liveable-sustainable-cities>, (07.11.2018).
- Kalisiak-Mędelska, M. (2017). Contemporary Urban Economy And Logistics, *Research Papers Of Wrocław University Of Economics* Nr 490, Pp: 198-208, E-ISSN 2392-0041. Doi: 10.15611/Pn.2017.490.18
- Karadeniz, V., & Akpınar, E. (2011). Türkiye’de Lojistik Köy Uygulamaları Ve Yeni Bir Lojistik Köy Önerisi, *Marmara Coğrafya Dergisi*. No. 23, S. 49-71.
- Karadeniz, O. (2016). *Türkiye’de Inovasyon Ve Kamu Politikası*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Kia, M., Shayan, E. & Ghotb, F. (2003). Positive Impact Of Distribution Centres On The Environment. *Transp. Rev.* 23 (1), 105–122.
- Küçük, O. (2016a). Lojistik İlkeleri Ve Yönetimi, Seçkin Yayınevi: Ankara.
- Küçük, O. (2016b). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ekin Yayınevi: Bursa.
- Küçük, O. (2017). Kentsel Lojistik Performans Faktörlerinin Önem Düzeylerinin Belirlenmesi: Kastamonu Örneği, 6.Ulusal Lojistik Ve Tedarik Zinciri Kongresi: Antalya.
- Küçük, O., Yeşilyurt, E. & Kartal, Ö. (2017). Lojistik Köy Performans Faktörlerinin Önem Düzeyinin Belirlenmesi: Kastamonu Örneği, *The International New Issues In Social Sciences*, No:4, Pp. 37-42.
- Küçük, O. (2018). Depo İş Süreçleri. Orhan Küçük (Ed.) İçinde Depolama Yönetimi (Ss. 58-72). Ankara: Seçkin.
- Küçük, O. & Ecer, F. (2008). İmalatçı İşletmelerde Uygun Tedarikçi Seçimi: Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle Bir KOBİ Uygulaması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*. Cilt: 22 Sayı: 2 Sayfa Aralığı: 435-450.
- Menoyo, H. (2006). La Logística Urbana: Conceptos Básicos Y Proposiciones. *Logística - Tránsito Urbano – Vialidad*. Vol. 26, No.1. Pp. 45-48.
- Michlowicz, E. (2008). Logistyka A Teoria Systemów, *Automatyka*, Z. 2.



*Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin
Araştırılması: Elazığ İli Örneği (ss.33-56) İlyas Ertuğrul İnan*

- Mohammadi, M., Torabi, S.A. & Tavakkoli-Moghaddam, R. (2014). Sustainable Hub Location Under Mixed Uncertainty. *Transport. Res. Part E: Logist. Transport. Rev.* 62, 89–115.
- OECD (2003). Delivering The Goods: 21st Century Challenges To Urban Goods Transport. Technical Report, OECD Publishing, 06.11.2018 Tarihinde [Http://www.oecdbookshop.org](http://www.oecdbookshop.org) Adresinden Erişilmiştir.
- Patier, D. (2001). L'intégration Des Marchandises Dans Le System Des Déplacements Urbains, Laboratoire d'Economie Des Transports, Coll. *Etudes & Recherches* Vol. 15.
- Pfohl H. C. (1998). Systemy Logistyczne, Biblioteka Logistyka, Poznań.
- Rześny-Cieplińska, J. (2018). Strategies Ff Urban Logistics Towards The Smart City Concept On The Example Of Polish And West European Cities. *Research Papers Ff Wrocław University Of Economics*. Nr 505, Pp. 471-480. DOI: 10.15611/Pn.2018.505.36
- Skowronek, C. & Sarjusz-Wolski, Z. (2003). Logistyka W Przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa.
- Szotysek, J. (2012). Paradygmat Logistyki A Paradygmat W Logistyce, [W:] Kauf S. (Red.), Logistyka I Inne Konsepcje Zarządzania W Naukach Ekonomicznych, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Van Duin, J. H. R., Van Kolck, A., Anand, N., Tavasszy, L. A. & Taniguchi, E. (2012). Towards An Agent-Based Modelling Approach For The Evaluation Of Dynamic Usage Of Urban Distribution Centres. *Procedia. Soc. Behav. Sci.* 39, 333–348.
- Ville, S. Gonzales-Feliu J. & Dablanc, L. (2013). The Limits Of Public Policy Intervention In Urban Logistics: Lessons From Vicenza (Italy). *European Planning Studies*. Vol. 21, No. 10, 1528–1541. 06.11.2018 Tarihinde [Https://Doi.org/10.1080/09654313.2012.722954](https://doi.org/10.1080/09654313.2012.722954) Adresinden Erişilmiştir.
- Wagner, T. (2010). Regional Traffic Impacts Of Logistics-Related Land Use. *Transp. Policy* 17 (4), 224–229.
- WHO (2010). Urbanization And Health. Bulletin Of The World Health Organization. April, Vol. 88 Issue 4, P245, 1 P. ISSN: 0042-9686.
- Yangiang, M. A. (2014). City Logistics In China – An Empirical Study From An Emerging Market-Economy Country, Technische Universität Darmstadt – Germany, Darmstadt.
- Yeşilyurt, E. (2017). *Kentsel Lojistik, Dağıtım Lojistiği Ve Firma Performansı İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi SBE. Kastamonu.



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies

Taher Bensalah*

Abstract

The research aims to study the integrative relationship between total quality management and cost management techniques in Libyan industrial companies and in addition to prepare a literature review survey about TQM and cost management techniques.

The research relies on the use of inductive and deductive methodology, and both approaches are considered. In addition, the research used a structured questionnaire to survey a different sample unit from the entire investigation study. The study community consists of the financial management accountant, the director of marketing department, the managers of the quality control offices and the general managers of all the Libyan industrial companies.

The research finding shows a lack of applied and field research on the process of linking TQM and cost management techniques to improve the level of performance.

This research is expected to contribute to clarifying the complementary importance of Libyan industrial companies between TQM and cost management techniques.

Keywords: TQM, Cost management techniques, Industrial companies.

Jell Code: M41

Özet

Araştırma, Libya Sanayi şirketlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve maliyet

* Bingazi University, taherabdben200003@gmail.com

The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

yönetimi teknikleri arasındaki bütünleyici ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Buna ek olarak, TKY ve maliyet yönetimi teknikleri hakkında bir literatür taraması ve ölçek geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma endüktif ve Tümdengelim metodolojisinin kullanımına dayanmakta ve her iki yaklaşımı da dikkate almaktadır. Buna ek olarak araştırmada, tüm araştırma çalışmasından farklı bir örnek birimini araştırmak için yapılandırılmış bir veri toplama aracı kullanılmıştır. Çalışma topluluğu mali yönetim muhasebecisi, pazarlama departmanı müdürü, kalite kontrol ofisleri yöneticileri ve tüm Libya sanayi şirketlerinin genel müdürlerinden oluşmaktadır.

Araştırma bulguları; performans düzeyini artırmak için TKY ve maliyet yönetimi tekniklerini birlikte uygulama süreci üzerinde uygulamalı ve saha araştırma eksikliğini göstermiştir.

Bu araştırmanın, Libya Sanayi şirketleri TKY ve maliyet yönetimi teknikleri arasında tamamlayıcı önemini açıklığa kavuşturulmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: TKY, maliyet yönetimi teknikleri, endüstriyel şirketler.

Jell Kodu: M41

1. Introduction

Technical development is the foundation of the development of human civilization throughout the ages. The history of civilization is largely composed of mutual interaction between two forces that support and control man at the same time, technology and society. Technology plays an important role in the process of industrialization, as a result of the increasing technical developments and the intensification of competition, the challenges of improving performance have increased.

Technical development has had an impact on public life and productive activities. The characteristics of the modern manufacturing environment, and the emergence of modern management methods, including entrance activity costs costing, timed time entry just in time, TQM entrance, and Cost management techniques, where the emergence of these methods has had a significant impact on the structure of costs in the industrial field represented in the decline direct labor costs as a proportion of total costs, increasing indirect costs, and increasing the value of investments attracting the latest manufacturing systems.

In the context of the development of accounting and administrative thought, the increasing interest in recent years in the field of cost accounting and management accounting of both TQM and Cost management techniques



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

as modern methods enables companies and institutions to achieve their goals of reducing costs and maximizing their profitability.

The importance of implementing the introduction of comprehensive quality management in many American, Japanese and European companies has achieved great success, which has raised the performance of the company through the methods of financial and administrative performance evaluation. Therefore, institutions must be keen to practice the management of financial quality as a method of competition between companies and improve performance compared to competing companies.

The outcome of the interaction of cost management techniques with TQM serves are mainly to achieve TQM objectives such as quality improvement, cost reduction, and customer satisfaction. By seeking to reach the quality of the product and the organization as a whole. Thereby, reducing or eliminating of the damage and cost of damage to reduce the total production costs and to achieve the competitive advantage of the organization and to ensure continuous and comprehensive improvement in all sectors of the organization. These to achieve survival, growth and balance in the market and increase productivity and market share, which is reflected in reducing costs and maximize profits and improve the competitive position to satisfy customers.

59

This research aims to clarify the importance of the integration of cost management techniques and total quality management. In addition to understanding the complementary relationship between TQM and cost management techniques in Libyan Industrial Companies.

The problem of research is that many organizations are still afraid to enter the modern World of manufacturing for reasons of their accessibility to control markets, pricing decisions. Therefore, inability to control costs, as well as traditional ways of reducing costs. In fact, through cost management techniques, costs can be managed and reduced to cost leadership by integrating the work of these technologies and their service in business organizations.. It also aims to remove obstacles and constraints in the implementation of the TQM principles and to improve companies. Thereby, expanding the extent of improvement as much as possible.

Therefore, this search tries to access to understanding the complementary relationship among TQM and cost management techniques by



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

answering research questions and testing associated hypotheses, this will be investigated by answering the following question:

Is there a statistically significant relationship between the components of TQM and cost management techniques in Libyan industrial companies?

2. Theoretical Framework

Quality Management Concept

Despite the many definitions and concepts of quality, there is almost agreement on the name of quality management TQM. Many writers and professional organizations in the field of management have made several attempts to define TQM. For example, James Rilay, vice president of the Guran Institute, who trains and advises on TQM, defined: "a shift in the way the company is managed, which includes the concentration of the organization's energies on continuous improvements of all operations, functions, and all the different stages of work. In other hand, quality is nothing more than meeting the needs of the client (Daradka, Maamoun et al., 2001). (Marsha Sacherin and Rene J. Reiser) defined the quality as "the philosophy of the organization for each individual and the customer's satisfaction through integration of portals, techniques and training, including continuous improvement of operations, resulting in high quality products and services" (Tawfiq, 1996).

Aqeli (2001) pointed out that TQM is a modern management philosophy that takes the form of a comprehensive administrative platform or system that based on the fundamental changes within the organization; thought, behavior, management concepts, management style, performance. In order to develop and improve the components of the organization to reach the highest quality of their outputs of goods and services, and the lowest cost. Thus, achieve the highest levels of satisfaction to customers by satisfying their needs and desires. Quality (2009) defines TQM as a set of long-term strategic of organizations that help the department to provide ongoing improvement initiatives through all production divisions. Where, quality practices integrate and harmonize a number of different management methods and principles. So, the everyone seeks to the quality elements, which are a goal of all parts of the organization. The objectives of TQM are to increase the competitiveness of the enterprise, increase the efficiency of the enterprise by satisfying customers, excellence and excellence over competitors, increase the productivity of the establishment and improve their performance, increase the mobility and



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

flexibility of the establishment in dealing with the variables. Al-Daradka and Al-Shibli (2002) mentioned that there are many factors that led to the interest in the overall quality such as the globalization and the opening up of markets globally, increasing competition between the organizations, increasing the trend towards privatization and turning some developing countries into developed countries like South Korea, Taiwan and Indonesia. Through previous definitions of TQM, we reach quality management comprehensive elements:

- Support the senior management of the company to implement TQM.
- Focus on the customer and work to satisfy his desires and reach overall satisfaction.
- Adopting the method of participation and teamwork within the company.
- Adopting the use of statistical methods to detect the quality problems within the company.
- Adopting the process of continuous improvement of quality within the company.

61

Cost Management Concept

Basile (2001) defined cost management as "a set of systems practiced by managers in short- and long-term planning as well as cost control". While, Horngren (2006) defined it as "the performance and effort of executives and others to introduce, embed and rationally link costs to both planning and control functions and in the short- and long-term". Among the techniques used in cost management are:

*** Just-in-time**

Morse (2003) considers that the production curve or production on time (Just-in-time) is one of the techniques of cost accounting management, which has been defined as "a comprehensive philosophy of inventory management focus on the policies, procedures and positions of managers resulting in the efficient production of high quality goods while maintaining the lowest possible level of stock. Gamal and Nouredine (2005) considered Lean Production to be based on the exclusion of all inventory types and the reduction of waiting time as activities that do not add value. In addition, Weygandt et. (2013) considered that this technique has several benefits such



as reduction or cancellation of frozen funds in inventory; reduction of damage and thus reduction of damage costs; enhancement of product quality; reduction or cancellation of recycling costs; savings in production costs through improved flow of goods During operations.

*** Activity Based Costing (ABC)**

Basile (2001) explained that ABC technology is based on a focus on activities, where the cost of activities is grouped into complexes called cost pools by allocating cost Activities on products or services according to cost factors based on the cause / effect criterion, which aims to maximize the cost-allocation and maximum accuracy of the allocation. Drury in (2005) defined ABC as "a system that assumes outflows to obtain resource supplies and subsequently consumed by activities, meaning that activities cause costs and products or services meet demand for activities.". Weygandt, et. (2013) defined ABC technical procedures as identification and classification of key activities that involved in the manufacture of certain products; allocation of indirect industrial costs to determine appropriate cost complexes for activity; determination of cost guides for each activity; Indirect costs of each compound cost of activity on products.

62

*** Target Cost (TC)**

Gold and Gheban (2007), they saw that TC technology can be implemented in several steps as follows: target price setting; target profit setting; target cost setting; use of value engineering to determine ways to reduce product cost; Continuous cost improvement and operational control; Target cost reduction where the difference between the initial cost of the product, where the target cost is the desired reduction that the organization seeks to achieve to boost its profitability. Horngron (2012) defined TC technology as "a cost management tool in a competitive environment, because it targets three key competitive elements: price, quality and cost, as well as innovation." In order to achieve real cost reduction, Functional.

*** Value Engineering (VE)**

Hilton (2011) defines VE as "the way that organization can reduce the initial cost to the target cost, because each element of the product comes in to determine how cost can be reduced while maintaining quality and performance the product". Horngron (2012) stated that value engineering achieves its target cost targets by identifying improved product designs that



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

reduce manufacturing costs and cost of parts; eliminating unnecessary functions that increase product costs. Value engineering is based on functional analysis to identify key functions and preferred characteristics of the product, study its components and parts, and then evaluate alternatives, including product modification or alternative product development, comparing the cost of these alternatives with the consumer wiliness to pay these products.

*** Theory of Constraints (TOC)**

Atkinson and Kaplan (2007) defined it as an administrative approach aimed at maximizing long-term profit through a management that addresses regulatory bottlenecks or scarce resources. While Hilton (2009) explained that the principles of applying the theory of constraints as the level of output achieved at the level of unrestricted resources is determined by the level of restricted system resources and the focus on synchronous flow rather than on energy balance.

*** Balanced Scorecard (BSC)**

Zoelph and Noor (2005) through their strategic vision, they emphasized that organizations should not only focus on measuring the (tangible) financial aspects of performance measurement, but also focus on intangible metrics, Balanced Scorecard technology, to create value for the organization through the integration of its components of current and future opportunities.

3. Aim and Importance of Research

The research aims to prepare a literature review for TQM, cost management techniques, in additional to study the integrative relationship between total quality management and cost management techniques in Libyan industrial companies that may help Libyan industrial companies to discover the importance of integrating between quality management and cost management techniques.

The study taken its importance for the title itself. In addition, highlight the role that TQM can play in raising the quality of operations and products. It also clarifies the importance of using cost management techniques in reducing costs in industrial companies. The importance of this research is attempt to clarify the importance of complementarily between TQM, cost management techniques in the Libyan industrial companies. Provided the opportunity for leaders and managers in the industrial companies to understand the



integration and interdependence relations between TQM, cost management techniques.

4. Scope and Methodology of Research

This research will focus on the complementary relationship between quality management elements and cost management techniques of Libyan industrial companies. The theoretical part will be formed, which includes some general concepts of TQM and cost management techniques. In this way, concepts are based on the relationship between Total Quality Management (TQM) and cost management techniques. The experimental study will be second part of the study, which is limited to Libyan companies (industrial sector) in the western and central region of the country. Because the researcher has knowledge of the industry and language market, making it easy to survey companies and collect data. (Küçük, 2016), stated that sample mass determination very sampling should be performed within systematic steps. The commonly known sampling process consists of five steps which are:

- Definition of the main mass,
- Sample frame,
- Determination of sample size,
- Determination of sampling method
- Selection of sample.

64

The basic type of probability sample is the random sample in which every item in the relevant world has an equal opportunity of being selected. The study community consists of the financial management accountant, the industrial staff and engineers, the managers of the quality control offices and the general managers of all Libyan industrial companies operating in the central and western regions according to the industrial industry manual. The mineral sector (2017) of the number of 50 companies with about 5000 terminals, a random sample of about 360 employees were selected according to the schedule reported as mentioned (Küçük, 2016). In this case, a sample of the total number reached 211 is determined according to what he stated (Küçük, 2016).

The study community consists of the financial management accountant, the director of marketing department, the managers of the quality control



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

offices and the general managers of all the Libyan industrial companies operating in the central and western regions according to the industrial guide for the industry and minerals sector (2017). The study sample was selected by financial accountants, quality controllers, general managers and industrial engineers, which the researcher can access in light of the difficult security situation experienced by the State of Libya. According to the personal knowledge of the researcher, some the companies that make up the study society, the researcher used the method of direct communication by hand when possible when distributing questionnaires to industrial companies in order to avoid their loss. The researcher also used the training department in other companies to distribute the rest of the forms. The researcher gave sufficient time to answer questionnaires. The period ranged between the distribution of the forms and their collection around 15 days. The number of collected forms reached 220, of which 211 were valid for analysis of the 360 forms, or about 58.6% of the number of distributed forms.

The researcher relies on the use of inductive and deductive methodology, and both approaches are considered. The first is the observation of the phenomenon, to development of scientific hypotheses, and then the final stage of the curriculum. The extrapolation is a test of hypotheses, relying on the methodological deductive Stages. Note the phenomenon under study, where the researcher will extrapolate and review studies scientific research and periodicals related to research, which will help to form a scientific background for different aspects. Then a framework was developed to study the complementary relationship between TQM and cost management techniques. The development of scientific hypotheses for research were prepared in light of the framework and the necessary data were identified through interviews with the company's officials, and the survey list was drawn up, then testing hypotheses.

The hypotheses have been tested using statistical programs to reach search results and validation test to achieve and evaluate the research objectives in order to determine the possibility dissemination of research results to the study population. Data collection is a very important part of the study of the complementary relationship between TQM and cost management techniques. Data collection is the systematic approach to gathering and measuring information from a variety of sources to get a complete and accurate picture of an area of interest. Data collection enables a person or organization to answer relevant questions, evaluate outcomes and make



predictions about future probabilities and trends. Data were obtained to achieve the objectives of the study based on two sources of data collection. Secondary sources are Review journals, books and publications related to the subject under study, which examines the integrative relationship between total quality management and cost management techniques.

5. The Research Model

Figure 1 shows the pictorial positions of the research framework. The research framework illustrates the relationship between TQM and cost management techniques.

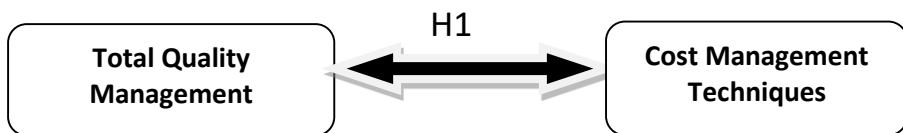


Figure 1. Research Model

Figure 1. The proposed conceptual framework of the study concluded from the above literature review.

66

6. Research Hypothesis

Romle,et al. (2015), which they mapping the relationships between quality management practices, human-oriented elements and organizational performance: a proposed framework.

Musran Munizu (2013) studied the impact of total quality management practices towards competitive advantage and organizational performance, with case of Fishery Industry in South Sulawesi Province of Indonesia.

Ijaz & et.al (2012), they aimed at their research to study the relationship between TQM practices and employee satisfaction in Pakistani organizations.

To answer the research problem, the research was based on the following hypotheses

H₁: There is a statistically significant relationship between the TQM and cost management techniques in Libyan industrial companies.

7. Data Analysis



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

Within the scope of the research, 6 items were used in the questionnaire where personality characteristics were asked. In the questionnaire where total quality management questions were included a scale of 10 items and cost management techniques questions were included a scale of 16 items. Descriptive factor analysis was conducted in order to determine the integrative relationship among total quality management and cost management techniques in addition to scale factors were related to relevant factors. Factor analysis provides grouping of measures, measuring the validity of factor loads, values, and measures in the form of appropriate analytical results. The Caronbach's Alpha model was used when reliability analysis was performed. A value between 0 and 1 this coefficient is called the Alpha coefficient. Depending on The Caronbach's Alpha, $1.00 > 0.80$ scale is highly reliable (Küçük, 2016).

Validity and Reliability for Total Quality Management

Table 1. The statistics related to total quality management factors and explanatory factor analysis that reveal the factor loadings represented.

The statistics related to total quality management factors and explanatory factor analysis that reveal the factor loadings represented by participants who are surveyed are shown in Table 1. This result shows that the goodness of being above 0.60. Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy is within acceptable limits ($p < 0.000$). A principal components factor analysis was conducted on the 10 items. The Kaiser-Meyer-Olkin measure verified the sampling adequacy for the analysis, $KMO = .869$. An initial analysis was run to obtain Eigen values for each factor in the data. Two factors had Eigen value over Kaiser's criterion of one, but the scree plot was clear and showed inflexions that would justify retaining only one factor that explained 42.886% of the variance.

67



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

Table 1. Factor Analysis for Total Quality Management Scale

Total Quality management	Factor Load	Eigen value	Variance Explanation Rate(%)	Cronbach Alfa	Average	KMO value
Q5 The company's management sets a strategy to get the lowest costs in the market to reduce cost on the customer	.783	4.289	42.886	.848	3.96	.869
Q10 he company's management has the ability to respond to customer needs flexibly to establish long-term relationship with customers.	.736				3.92	
Q9 The company's management is keen to respond quickly to customer requirements	.725				3.92	
Q4 Management of the company is making radical changes within the organization to develop and improve quality.	.716				3.96	
Q3:The company's management coordinates between a number of different management methods and principles to improve quality.	.686				4.00	
Q8 The management of the company is keen to meet the needs of customers at all times.	.655				3.90	
Q6 The company's management follows the principles of sound economic principles to develop a cost reduction plan.	.654				3.99	
Q7 The management of the company follows a cost-oriented approach to resource allocation based on sound economic principles.	.624				3.84	
Q2The company has a specialized department to monitor the quality of services provided to the client.	.487				4.31	
Q1 The management of the company is keen to address the imbalance that may occur to achieve the total quality required in the product.	.377				4.08	

Validity and Reliability for Cost Management Techniques

The statistics related to cost management techniques factors and explanatory factor analysis that reveal the factor loadings represented by participants who are surveyed are shown in Table 2. This result shows the goodness of being above 0.60. Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy is within acceptable limits ($p < 0.000$). A principal components factor analysis was conducted on the 16 items. Question 30, The management of the company is concerned with measuring indicators related to product quality and customer satisfaction, was deleted because its factor loading is below the acceptable factor loading limit 0.30. The Kaiser–Meyer–Olkin measure verified the sampling adequacy for the analysis, KMO = .876. An initial analysis was run to obtain eigenvalues for each factor in the data. Three factors had eigenvalue over Kaiser’s criterion of one but the scree plot was clear and showed inflexions that would justify retaining only one factor explained 40.266% of the variance. Table 4.9 shows factor loadings after rotation.



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

Table 2. Factor Analysis for Cost Management Techniques Scale

Cost Management Techniques	Factor Load	Core value	Variance Explanation Rate(%)	Cronbach Alfa	Average
Q12. Staff in the Cost Management Section understand the concept and advantages of the ABC-based costing system and the methods of implementation of the system.	.717	6.040	40.266	.893	4.03
Q16 .The management of the company is interested in measuring the indicators related to profitability	.700				3.79
Q19 .The management of the company is concerned with measuring indicators related to product development through continuous training and staff education.	.698				3.93
Q11. The company's management provides new practices such as better service quality control.	.696				4.04
Q13 .Company management is concerned with cost tracking throughout the product life cycle.	.672				3.84
Q14. Non-value added activities are eliminated using the remaining systems, resulting in increased profitability.	.665				3.90
Q18. In developing the company's strategic plan, performance indicators are taken into account in financial services, customer service, innovation, training and product development.	.664				4.04

70

Correlation Analysis

The correlation analysis of relationship among total quality management and cost management techniques and calculated. The major statistical measure of the relationship is the correlation coefficient, where the correlation analysis is primarily concerned with finding out whether a relationship exists and within determining its magnitude and direction



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

(Saunders, 2011). In order to know the most contributory of this relationship between the variables, the multiple regression was conducted. (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998; Saunders, 2011; U. Sekaran, & Bougie, R. , 2016), they described the multiple regressions as a statistical technique to predict the variance in a single dependent variable caused by the effect of more than one independent variable. In other words, correlation indicates to the existence of the relationship between the variables.

In the study, the correlation between relationship among total quality management and cost management techniques is analyzed by Pearson correlation analysis, which as shown in Table 3. Pearson Correlation analysis is used to measure the level of linear relationships of two continuous variables. In other words, it investigates the meaningful relationship between two variables (Kalaycı, 2010). Pearson correlation has been used to test the relationships between variables in the study.

Table 3. Correlation Analysis.

		1	2
Total Quality Management	Pearson Correlation	1	.717**
Cost Management Techniques	Pearson Correlation	.717**	2
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

71

A statistically significant and positive relationship was found between the two variables, where a correlation between total quality management and cost management techniques was found 0.809**, which main there is a statistically significant and positive relationship (Küçük, 2016). In this case, there is a statistically significant relationship between total quality management and cost management techniques. Therefore, H₁ hypothesis is accepted

8. Conclusions

This study taken its importance from title itself. Where, the study title was the integrative relationship among total quality management and cost management techniques of the Libyan industrial companies. This research aims to review the literature of TQM, cost management techniques in the Libyan industrial companies. Also, highlight the relationship between variables in the framework of alternative strategies based on previous literature. In



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

addition, the research used a structured questionnaire to survey a different sample unit from the entire investigation study. This data collection tool included a symbolic and systematic question on research issues. All survey data was studied and investigated using SPSS software, then evaluated by discussion.

This research concluded and showing the principles of total quality management within the business and industry organizations. Spotlight on the concepts and techniques of cost management and its role in improving and measuring performance. Highlight the potential of the integration relationship of TQM and cost management techniques on organizational performance. Also give a detailed explanation about ideas related to the concept of performance and searching about ways of measuring it, as well as given a detailed explanation about reality of the Libyan industrial companies and its location of theories, accounting and administrative literature.

The research is new adding in field of integrations relations, because of Lack of applied and field research on the process of linking TQM and cost management techniques to improve the level of performance. This research is clarifying the importance of complementarily between TQM and cost management techniques and their effect on the performance improving of the Libyan industrial companies. This study given and provided the opportunity for leaders and managers in the industrial companies to understand the integration and interdependence relations between TQM and cost management techniques.

9. Discussion

The main purpose of this study was to investigate the relationship between total quality management, cost management techniques and This study, evaluated the correlation between total quality management and cost management techniques in additional to Pearson Correlation Analysis has been done.

The tests result show that there is a statistically significant and positive relationship between total quality management and cost management techniques, which represented in research by H_1 .

The finding shows that the respondents believe that there is a positive relationship between the total quality management applications and cost management techniques. Which means that there is deep understanding that



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

the implementation of total quality management orientation and cost management techniques highly effect each other in industry sector, this opinions and awareness of employees supported by results of Pearson Correlation Analysis, which provide us with evidence of positive relationship between quality total management and cost management techniques. This results confirm and agree with some international studies like (A. Seetharaman, 2015; Rallis, 2012).

The research finding shows that all the paragraphs that measure the performance improvement of the industrial companies got high mean, this indicates that the performance is improving in these companies. The results also show that TQM has a significant and positive relationship with improved performance. Which means that adopting TQM practices usually results in improved performance. This conclusion has been demonstrated by the study result, which shown that the improved performance and quality are positively correlated with the organizational performance improving. In addition, its suggesting that TQM can be used as an effective means of improving organizational performance. This is consistent with the (Kuçuk, 2016) study, he showed that the strategic priorities to achieve the competitive advantages of the company and improve performance. Where, nowadays the technology is the main focus of researchers, because it is no longer limited to the quality of products or services provided to customers, but extended to help organizational structures, system processes, procedures and human resources. The results of the study showed that TQM is applied in Libyan industrial companies

73

Study finding is consistent with the results of (Cooper & Raiborn, 2002), which showed that the ability of companies to compete depends on their ability to provide products with high quality and high levels of job performance at the lowest possible cost, this can be achieved only by balancing cost, quality and functionality.

The study finding have been agreed with many studies in field, the most important of which are:

(Romle,et al, 2015), which they mapping the relationships between quality management practices, human-oriented elements and organizational performance: a proposed framework. In fact, the discussion of quality entails a variety of views and orientations of the different people, with different things and the way it defined. Previous investigations do not give much evidence on



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

how precisely quality management practices (QMPs) affect organizational performance and it remains questionable. Furthermore, there is no a clear consensus on the comprehensive model for QMPs, organizations were blurred to adopt the real QMPs model in orders to avoid its unsatisfied outcomes. This paper presents the interrelationships between QMPs, human-oriented elements, and organizational performance. Through this approach, the implementation of QMPs has a direct impact on organizational performance and human-oriented elements as well as mediating effect of human-oriented elements on the links of QMPs and organizational performance. Little known about studies that has tested all these variables in a single model of QMPs and organizational performance. This gap has generated a new call for a research to simultaneously examine the influence of these variables in the service sector using a structural equation modeling.

(Musran Munizu, 2013) studied the impact of total quality management practices towards competitive advantage and organizational performance, with case of Fishery Industry in South Sulawesi Province of Indonesia. This study attempt to test the effect of Total Quality Management (TQM) practices towards competitive advantage and organizational performance. The respondents in this research are the managers of fishery companies. The study utilized primary data, which is obtained through questionnaire. The number of population was 66 fishery companies in South Sulawesi Province, Indonesia. Random sampling is used in the study. 55 complete questionnaires were returned as a final sample. Three hypotheses have been developed through literature review and tested using Path Analysis performed by SPSS 18.00 software. The results show that TQM practices have positive and significant effect both on organizational performance and competitive advantage. Competitive advantage has a positive and significant effect on organizational performance. Organizational performance is more influenced by competitive advantage than TQM practices.

74

Ijaz & et.al (2012), they aimed at their research to study the relationship between TQM practices and employee satisfaction in Pakistani organizations. The study was conducted on 243 staff members working in six institutions. The results of the study showed the positive and significant impact of TQM practices on employee performance and job satisfaction, which results in greater commitment, motivation and reduced absence.



10. Recommendations

In the light of the above findings and limitations, this study recommends the following

- * Conduct further studies on all areas, as well as include more companies in Libya.
- * The study also recommends that Libyan industrial companies should continue to implement the TQM system, because of their positive impact on improving their performance.
- * The necessity of the continuation of the Libyan industrial companies in the application of cost management techniques, and keep abreast of developments in these technologies and choose what suits the company.



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

References

- A. Seetharaman, J. R. R., Saravanan Arumugam Seetharaman. (2015). The Implementation of Total Quality Management in Controlling the Cost of Manufacturing. *Journal of Distribution Science*(1738-3110), 27-40.
- Abawi, K. (2013). Data collection instruments: questionnaire and interview. *Geneva: Geneva Foundation for Medical Education and Research.*
- Ahire, S. L., Golhar, D. Y., & Waller, M. A. (1996). Development and validation of TQM implementation constructs. *Decision sciences*, 27(1), 23-56.
- Aksu, İ. (2013). System Dynamics Approach As A Tool Of Strategic Cost Management. *The International Journal of Social Sciences (TIJOSS)*, 15(1), 18-30.
- Al-Naser, K., & Mohamed, R. (2017). The Integration between Strategic Cost Management Techniques to Improve the Performance of Iraqi Manufacturing Companies. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(1), 210-223.
- Al-Nuaimi, M. A.-A., Suweis, Rateb Jalil, Suweis, Ghaleb Jalil. (2009). Contemporary Quality Management - Introduction to Total Quality Management for Production, Operations and Services. *Dar Al Yazouri Scientific Publishing & Distribution, Amman, Jordan.*
- Alkelani, A. M., Hasnan, K., Mohammad, M., Ahmad, M. F., & Ataalah, A. (2006). Relationship Between Total Quality Management (Tqm) Practice And Organisational Performance: A Conceptual Model Based On Libyan Manufacturing Industries.
- Alwan, B. (2012). Effectiveness of TQM and its impact on production costs to make a profit in industrial companies. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(11), 753-766.
- Atkinson, A., Banker, R., Kaplan, R., & Young, S. (2007). Upravlencheskii uchet [Management accounting]. *Moscow, Vil'yams Publ.*
- Basili, M. A.-M. (2001). Authentic and Contemporary Cost Accounting - A Strategic Perspective. *Modern Library of Printing and Publishing.*
- BENSHINA, K. (2018). The Relationship Between Unlimited Improvement And Business Performance. *The International New Issues in Social Sciences*, 6(1), 85 - 94.
- Black, S. A., & Porter, L. J. (1996). Identification of the critical factors of TQM. *Decision sciences*, 27(1), 1-21.
- Blocher, E. J., Stout, D. E., & Cokins, G. (2010). *Cost management: A strategic emphasis:* Includes index.



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

- Bond, T. C. (1999). The role of performance measurement in continuous improvement. *International Journal of Operations & Production Management*, 19(12).
- Colin Robson, K. M. (2016). *Real World Research*: WILEY.
- Coope, R., & Raiborn, C.A. (2012). Systems Finding the Missing Pieces in Japanese Cost Management. *Advances in Management Accounting*, 4, 87-102.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*: Sage publications.
- Deming, W. E. (1986). Out of the Crisis: Quality. *Productivity and Competitive Position, Massachusetts, USA*.
- Duane Ireland, R., Webb, J. W., & Coombs, J. E. (2005). Theory and methodology in entrepreneurship research *Research methodology in strategy and management* (pp. 111-141): Emerald Group Publishing Limited.
- El-Hwaity, A. (2013). Strategic Cost Management to Maximize the Value of the Organization and Its Competitive Advantage, (Applied Study at Industrial Companies at Gaza Strip). *Master Thesis in Accounting and Finance, Islamic University, Gaza*.
- Faisal Talib, Z. R., M.N. Qureshi. (2010). The relationship between total quality management and quality performance in the service industry: a theoretical model. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 1(1, 2010), 113-128.
- Flynn, B. B., Schroeder, R. G., & Sakakibara, S. (1994). A framework for quality management research and an associated measurement instrument. *Journal of Operations management*, 11(4), 339-366.
- Goldberg, A. J., & Fleming, W. P. (2010). Cost-containment and cost-management strategies. *Journal of Healthcare Management*, 55(5), 308-311.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis. *Upper Saddle River*.
- Hertati, L., & Sumantri, R. (2016). Just in Time, Value Chain, Total Quality Management, Part of Technical Strategic Management Accounting. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 5(4), 180-191.
- Horngren, C. T. (2009). *Cost accounting: A managerial emphasis*, 13/e: Pearson Education India.
- Horngren, C. T., Data, S.M., & Foster, G. (1999). *Cost Accounting a Managerial Emphasis*: Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.



The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

- Ijaz, A., Kee, D., & Irfan, S. (2012). Internal customer job satisfaction and role of TQM practices. *Far East journal of psychology and Business*, 6(2), 1-14.
- Jain, A., & Gupta, S. (2012). Effects of total quality management on perceptual human resource management outcomes in software industry in India. *Research in Business and Management*, 1(2), 23-35.
- Joiner, T. A. (2006). Total quality management and performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24 (6, 2007), 617-627.
- Kalaycı, Ş. (2010). Güvenilirlik analizi. Şeref Kalaycı (Ed.) içinde, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. *Ankara: Asil Yayıncılık*.
- Kartalis, N., Velentzas, J., & Broni, G. (2013). Balance scorecard and performance measurement in a greek industry. *Procedia Economics and finance*, 5, 413-422.
- Khozein, A., & Dankoob, M. (2011). Activity Based Costing system and its succeed implementing in Organizations. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(10), 613-619.
- Kim, S. (2002). Participative management and job satisfaction: Lessons for management leadership. *Public administration review*, 62(2), 231-241.
- Küçük, O. (2011). "Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme", 11. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul, 23-24 Haziran 2011.
- Küçük, O., Küçük, N., Sınırsız İyileşmenin Örgüt Performansına Etkisi: Bir Uygulama, 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Konya, 10-12 Mayıs 2012, 769-775.
- Küçük, O. (2012a). *Kalite Kontrol Ve Kalite Güvence Sistemleri*: Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, O. (2012b). *Toplam Kalite Yönetimi*: Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, O. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. *Ekin yayınevi, Bursa*.
- Malik, Q. A., Safwan, N., & Gulzar, A. (2011). Impact of organizational innovation on success of cost management techniques in value creation: evidence from manufacturing sector of Pakistan. *African Journal of Business Management*, 5(15), 6618-6624.
- Mijoč, J., Pekanov Starčević, D., & Mijoč, I. (2014). Investigation of the relationship between contemporary cost management methods and improvement in financial performance. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 27(1), 393-413.
- Musa, E. A. E., & Alawad, I. K. (2011). The Impact of Implementation of Total Quality Management on Plants' Productivity: Evidence from Poultry Processing Plants-




The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) Taher Bensalah

Saudi Arabia-Central Region. *International Journal of Engineering Science and Technology*, 3(5).

- Nayak, M. (2012). Measuring the Impact Total Quality Management Ensuring Management T Practices in the Corporate Sector of South Gujara Region. *Spectrum: A Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 32-47.
- Oyebamiji, M. A. O. a. B. F. (2018). Implementation of Total Quality Management and its Effect on Employees' Performance in a Teaching Hospital in Oyo State, Nigeria. *Public Health Open Access*, 2(3).
- Rallis, J. (2012). Management Accounting and Total Quality Management: Greece.
- Sadikoglu, E., & Olcay, H. (2014). The effects of total quality management practices on performance and the reasons of and the barriers to TQM practices in Turkey. *Advances in Decision Sciences*, 2014.
- Saraph, J. V., Benson, P. G., & Schroeder, R. G. (1989). An instrument for measuring the critical factors of quality management. *Decision sciences*, 20(4), 810-829.
- Saunders, M. N. (2011). *Research methods for business students*, 5/e: Pearson Education India.
- Sekaran, U. (2009). Bougie. M," *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*". UK: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Shameer, D., & Sing, C. (2013). Barriers to total quality management (tqm)-Implementation in the mauritian food industry.
- Sila, I. (2007). Examining the effects of contextual factors on TQM and performance through the lens of organizational theories: An empirical study. *Journal of Operations management*, 25(1), 83-109.
- Tarieli, M. M. (2013). Development of cost management systems to cope with the characteristics and requirements of an environment Modern Business *Doctoral Thesis in Accounting, Al-Jinan University, Lebanon*.
- Wilson, D. D., & Collier, D. A. (2000). An empirical investigation of the Malcolm Baldrige National Quality Award causal model. *Decision sciences*, 31(2), 361-383.
- Yeasmin, S., & Rahman, K. F. (2012). Triangulation'research method as the tool of social science research. *BUP journal*, 1(1), 154-163.
- Zengin, Y., & Ada, E. (2010). Cost management through product design: target costing





The Integrative Relationship Between Total Quality Management And Cost Management Techniques In Libyan Industrial Companies
(ss. 57-80) *Taher Bensalah*

approach. *International Journal of production research*, 48(19), 5593-5611.

Zuwelif, A., and Nour, A. (2005). The Importance and Extent of the Use of Balanced Scorecard in Evaluating Performance. *Jordan Journal of Business Administration*, 1(2), 18-39.



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of ProductLamin A. Elarbah¹Najma M. Shebli²**Abstract**

This study investigated the impact of macro dimension on consumer's perspective of the country of origin in Libya. The researcher reviewed sundry studies conducted over several years and found, there is a significant influence of macro factors on consumer perspective of the country of origin, subsequently guiding their buying decision process. The previous study found the economic factor has a higher impact than other factors but in this empirical study found the political factor had a higher influence.

This research intends to examine the impact of macro dimension on consumer's perspective of the country of origin in Libya toward Turkish clothing by distributed 650 questionnaires in the Arabic languages the questionnaire was sent to 650 persons in Libya. We received 610 questionnaires that were filled out completely and properly (98,1%). but canceled 46 questionnaires of respondents who had indicated that they knew nothing about the country of origin and Turkish clothes and 40 questionnaires did not return. Thus, the number of questionnaire remaining is 564 questionnaires. Due to security circumstance, 650 respondents were surveyed in five cities (Tripoli, Misratah, Aszawiyah, Al Khums, and Zwara).

The current study is one of few similar studies conducted in a developing country, especially Libya. The current study offers empirical insights into the impact

¹ Lecturer, College of Applied Administrative and Financial Sciences Libya,
lamen2000@hotmail.com

² Kastamonu Üniversitesi, Department of Business Administration PhD student

The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

macro dimension on consumer's perspective of the country of origin. The findings will be significant to the COO research as well as the businesses operating in developing countries such as Libya. The study found Libyan customers have a positive image toward to clothing made in Turkey and they prefer to buy Turkish clothes based on a political factor.

Key word: country of origin, and macro dimension, buying decision, and quality of product

Jel Code: M 11

ÖZET

Bu çalışma, makro boyutun Libya'daki menşe ülke perspektifine olan etkisini araştırmıştır. Araştırmacı, birkaç yıl içinde yapılan muhtelif çalışmaları gözden geçirdi ve makro faktörlerin menşe ülkesinin tüketici perspektifi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve daha sonra satın alma karar sürecini yönlendirdiğini buldu. Önceki çalışma, ekonomik faktörün diğer faktörlerden daha yüksek bir etkiye sahip olduğunu, ancak bu ampirik çalışmada siyasi faktörün daha yüksek bir etkiye sahip olduğunu bulmuştur.

Bu araştırma, makro boyutun Libya'daki menşe ülke perspektifine etkisini, Arapça dillerinde 650 anket dağıtarak Türk giyim üzerine incelemeyi amaçlamaktadır. anket, Libya'daki 650 kişiye gönderildi. Tamamen ve düzgün bir şekilde doldurulmuş 610 anket aldık (98,1%). ancak, menşe ülkesi ve Türk kıyafetleri hakkında hiçbir şey bilmediklerini ve 40 anketin geri dönmediğini belirten katılımcıların 46 anketini iptal etti. Böylece kalan anket sayısı 564 anketir. Güvenlik durumu nedeniyle, beş şehirde (Trablus, Misratah, Aszawiyah, El Khums ve Zwara) 650 katılımcı incelenmiştir.

Mevcut çalışma, gelişmekte olan bir ülkede, özellikle Libya'da yapılan benzer birkaç çalışmadan biridir. Mevcut çalışma, tüketicinin menşe ülkesi perspektifi üzerindeki etki makro boyutuna ilişkin ampirik bilgiler sunmaktadır. Bulgular, COO araştırmasının yanı sıra Libya gibi gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren işletmeler için de önemli olacaktır. Çalışma, Libya'lı müşterilerin Türkiye'de yapılan kıyafetlere karşı olumlu bir imajı olduğunu ve Türk kıyafetlerini siyasi bir faktöre dayalı olarak satın almayı tercih ettiklerini tespit etti.

Anahtar kelime: Menşe ülke ve makro boyut, satın alma kararı ve ürünün kalitesi

Jel Kodu: M11

1. Introduction

According to previous studies had reported there are two types of factors which influence the evaluation of a product. The first type is extrinsic product



cues such as price, country of origin, brand, and guarantee. The second type is intrinsic product cue such as taste, design, packaging, and quality (Agrawal and Kamakura, 1999). Therefore, this research will discuss one of the extrinsic cues which are country of origin and how macro dimension impact on country of origin perspective. Most of the related research has been conducted in developed countries, but not much research was done on developing market including Libya. Therefore, the main purpose of this research is to investigation how macro dimension impact on the country of origin perspective. Before 1914, the country of origin was not the main issue. the concept of country of origin of product dates back to World War I .at those times the winners of the war forced the loser countries such as Germany to put a sign that describes the COO on their products. The reason for this action at that time was to punish some countries including Germany. Since, the Germans had a bad reputation that time the influential countries punished them by making them put 'made in ' label on their products (Cai, et al, 2004).

Today's any product when crosses the border of the origin nation will tolerate the sign of that source country. As different countries continue to produce different products for the international market, through time and experience some of the countries have succeeded in producing very well recognized high-quality products around the world. In today's world market countries are well attributed to their specific area. For example, the Swiss are known for their watches, the French for their perfumes, the Germans for cars like Mercedes and the US for its airplanes like Boeing Airliner.

2. Theoretical Framework

✓ Impact of Macro Dimension on Consumer Perspective for the country of origin

According to, (Martin and Eroglu, 1993) found from review previous studies that there were four relevant dimensions for the COO concept which are political, economic, technological, and culture factors.

Economic factors: It is generally recognized by the consumers, that the highest the level of economic development, the better quality of the products produced is Consumers tend to think, that if a country is well developed from the economic perspective, it possesses suitable modern technologies, decent infrastructure, well-skilled working force and more. Therefore, given the availability of those factors, the country may produce goods of a suitable



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

quality. Consumers, therefore, think that the goods, produced in the well-developed country, will surely come up to their expectations. (Gaedeke 1973, White and Cundiff 1978, Han and Terpstra 1988, and Agrawal and Kamakura, 1999) reported customers hold a positive image for Japan and German products. Up as an example, claiming that Japanese electronics and German automobiles are perceived as ones of the best qualities. On the other hand, one of the widely agreed research findings is consumers' tendencies to give a less favorable rating to products from less developed nations compared to the developed ones. It shall be noted, that the opposite tendency is right as well thus, the least developed the country is, the worse its goods are considered. For instance, many consumers dislike products coming from African countries, since the majority of those countries are perceived as poor and least developed.

Political factors: Consumers may verse products, produced in the country, standing as a political enemy of their native one such as Israeli goods in some Arab country. In case countries happen to find no solution to the ongoing conflict, this may well reflect on the consumers' preferences. This issue is especially relevant to the ones patriotic about their country. The opposite is also right if the countries take on effective cooperation, the consumers may prefer the goods from the friendly state. However, in case there is no substitute for the product available in the market, or using this product is of person's special preference, one may disregard political factor and go on buying the goods from an unfriendly state. Also, the issue of upholding human rights, democracy and freedom of expression in a certain country may stand out as one of the most prominent in consumer buying decision-making. The country failing to be democratic, grant basic human rights protection and ensure freedom of media may face the aversion of its products. The consumers may well consider this country as undignified and refuse to buy products of its origin.

Culture factors: there is an important issues related to culture factor such as labor conditions for the employees, therefore if a country fails to grant a proper working environment for its employees, and it becomes clear to the consumer of the goods, he may be unwilling to buy the goods. France is associated with a positive image for design and fashion also known for its traditions, beautiful language, blossoming music and more. Largely media, books, movies, and arts impose those attributes as such. Therefore, those



endorsing certain country's culture may want to buy its products. In some way, this serves as a means of associating oneself with the country, its traditions, style of life and more. It is common knowledge that some women prefer French perfumes since they bring the scent of romance and love to their lives. In addition, religious the most sensitive factor at all, it arises as a stumbling block in the country of origin concept. Some religions' followers are known for maltreating the representatives of other religions. As Alserhan (2010) wrote, "all Danish companies are still stumbling from the cartoons, published in the Danish newspaper several years ago because they were seen by Muslim population as derogatory to an Islamic subject." This incident, in turn, has led to a negative image of Danish products by Muslims, subsequently boycotting Danish products.

Technological factor: the technological factor is another factor that should be considered when evaluating the COO. The technology factor of a country is to reverse its level of economic; for instance, the more advanced the technological level, the better the ability of the country to produce high-quality products. (Papadopoulos and Heslop, 2000) determined that customers evaluate the COO by using multiple factors that include the level of technologic, the customers' feeling about the people of the country and the customers' desire to be more closely aligned with the country. (Chinen et al, 2000) reported that U.S. customers prefer Japanese product because they believe the Japanese products that a high level of quality than other advanced countries such as Germany, and (Story, 2005) reported that a high-level of technological for any country directly reflected on product perspective by customers, which mean the high level of technologically mean product high-quality vice versa.

✓ **Quality of Product and Buying Decision**

There are various studies associating product quality with buying decision and they founded the quality has a positive direct impact on the buying decision. Therefore, product quality is a factor to support evaluating products and buying decisions. (Kotler and Armstrong 2004:283) defined product quality is one of the most important positioning tools. Quality has a direct impact on the performance of products and services and has a close relationship with customer's buying decision. Also, (Beneke et al, 2013) examined the effect of product quality on buying decision of other household goods the results showed that product quality has a positive effect on buying



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

decisions. In addition, Marketers who do not pay attention to the quality of the products or services offered would lose as consumers become disloyal, As a result, the sales of products or services will tend to decline. Therefore, when marketers pay attention to quality, consumers will be happy to decide to buy a product or service. (Amron,2017).

3. The Research Aims

The aims of this paper is discovering and understand the impact of macro dimension on the consumer perspective of the country of origin and understanding the relationship between evaluating products and buying decision and quality of the product.

4. The Scope and Methodology

The scope of this study is the Libyan citizens that over 18 years in the Libyan market. In this paper, a questionnaire was conducted to obtain information by questionnaire was sent the questionnaire to 650 persons. But we received 564 questionnaires that were filled out completely. Due to security circumstance, questionnaires distributed in five cities, (Tripoli, Misratah, Aszawiyah, Al Khums, and Zwara). , the questionnaire designed to five scales Likert style such as strongly agree, agree, neither, disagree and strongly disagree. Küçük (2016, pp 81) has reported the Likert scale is. "A measure based on the preference of one of the alternates containing the order to determine the importance of the statements, judgments or beliefs of a subject"

86

5. The Research Model

There are four variables in the model that are the perspective of the country of origin, buying decision, quality of the product and macro Dimension. The Impact of Macro Dimension on Consumer Perspective for the country of origin and the relationship between COO and buying decision and the relation between evaluating products and buying decision and quality of product variables in this research it will be examined. As shown in (figure 1).



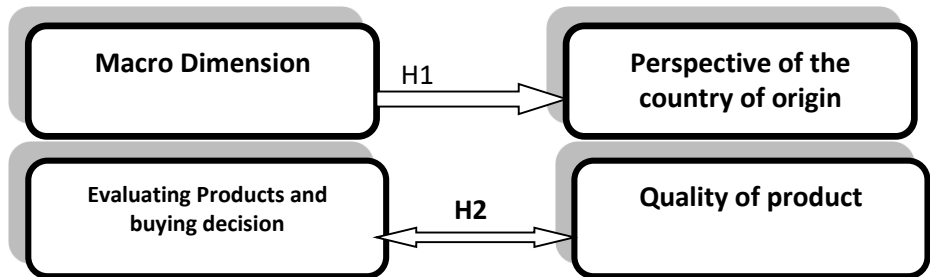


Figure1. Model of Study

6. Research Hypothesis

According, (Martin and Eroglu, 1993) found from review previous studies that there were four macro dimensions (political, economic, technological, and culture factors) impact on the country of origin perspective accordingly impact on decision buying

87

Economic factors: It is generally recognized by the consumers, that the highest the level of economic development, the better quality of the products produced is Consumers tend to think, that if a country is well developed from the economic perspective, it possesses suitable modern technologies, decent infrastructure, well-skilled working force and more. Therefore, given the availability of those factors, the country may produce goods of a suitable quality. Well thus, the least developed the country is, the worse its goods are considered. For instance, many consumers dislike products coming from African countries, since the majority of those countries are perceived as poor and least developed. (Kaynak et al, 2000) found that products made in developed countries were perceived to be associated with good quality, etc., while products originating from the developing counties were perceived to be less quality.

Ozretic-Dosen et al., (2007) reported that many sources of literature on the effects of country of origin indicate a tendency to evaluate products from developed countries more highly than those from less-developed countries.

Political factors: Consumers may verse products, produced in the country, standing as a political enemy of their native one such as Israeli goods



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

in some Arab country. In case countries happen to find no solution to the on-going conflict, this may well reflect on the consumers' preferences. This issue is especially relevant to the ones patriotic about their country. The opposite is also right if the countries take on effective cooperation, the consumers may prefer the goods from the friendly state. (Krishnakumar, 1974) found that Indian students rated British products higher than did Taiwanese students and attributed the difference to the former colonial ties with Britain.

Also, Wang (1978), found that although the U.S. consumers perceived the USSR's degree of economic development to be higher than it actually was, they gave very low evaluations of its products. This may be explained by Wang's 'political climate' variable. Lewis (2002), reported that the political background of a particular country has been proven to be one of the factors that consumers usually use to evaluate that country, and consequently, it affects consumers' perception about the products that come from that country.

Culture factors: The issue of the same culture, language, and religion in a certain country may stand out as one of the most prominent in consumer buying decision-making. Also, the country's culture, traditions, art attributes contribute hugely to its image as a producer. Therefore, the cultural factor is another factor that should be considered when evaluating country of origin, the culture of any country having a positive or negative role in evaluating a product COO. For instance, France is associated with a positive image for design and fashion. Also, the country is also known for its traditions, beautiful language. Therefore, those accept certain country's culture may want to buy its products. In addition, religious the most sensitive factor at all, it arises as a stumbling block in the country of origin concept.

Some religions' followers are known for maltreating the representatives of other religions. As Alserhan (2010) wrote, "all Danish companies are still stumbling from the cartoons, published in the Danish newspaper several years ago because they were seen by Muslim population as derogatory to an Islamic subject." This incident, in turn, has led to boycotting Danish products by Muslims.

Technological factor: technological factor is another factor that should be considered when evaluating the COO. The technology factor of a country is to reverse its level of economic; for instance, the more advanced the technological level, the better the ability of the country to produce high-quality



products. Story (2005) reported that a high-level of technological for any country directly reflected on product perspective by customers, which mean the high level of technologically mean product high-quality vice versa. So the first hypothesis of this study is:

H₁: There is the significant impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin.

There are various studies associating product quality with buying decision and they founded the quality has a positive direct impact on the buying decision. Therefore, product quality is a factor to support evaluating products and buying decisions. (Kotler and Armstrong 2004:283) defined product quality is one of the most important positioning tools. Quality has a direct impact on the performance of products and services and has a close relationship with customer's buying decision. Also, (Beneke et al, 2013) examined the effect of product quality on buying decision of other household goods the results showed that product quality has a positive effect on buying decisions. In addition, Marketers who do not pay attention to the quality of the products or services offered would lose as consumers become disloyal, As a result, the sales of products or services will tend to decline. Therefore, when marketers pay attention to quality, consumers will be happy to decide to buy a product or service. (Amron, 2017). So the second hypothesis of this study is:

89

H₂: There is relationship between evaluating products and buying decision and quality of product

7. Data Analysis

✓ Analysis Demographic Data

The demographic information of the respondents of the study can play a vital role because the respondents represent the consumer behavior in Libya. The analysis demographic data of the questionnaire respondents are summarized,

Demographics of the samples, demographics of the samples are categorized into seven categories; Nationality, Gender, Age, Marital Status, Education level, Occupation, and Income. A total of 564 Libyans participated in this survey, from which 254 (45 %) were females and 310 (55 %) were males. The largest age group represented by respondents consisted of 29-39-year-olds while the smallest age cluster represented by respondents consisted of



over 61 years.

While the majority of respondents were from married (299-53%) and the smallest group (29-5.1) of respondent was from widowed. Also, most respondents had already Bachelors degree from the University (281-49.8%). Whilst, the smallest group (20-3.5%) of participants had not to go to school. the majority part of the respondents was a worker as an employee (353 persons- 62.6%) while 34(6%) persons were students. From a sample containing 564 respondents, 195 persons (34.6%) earned the highest income which is between 500 to 999 LYD. While the smallest group of respondents (58-10.3%) earned more than 2000LYD. this variety in demographics data gives more credibility to this study.

✓ **Factor Analysis and Findings**

This analysis is done to reduce a large number of variables into a smaller number of factors. Factor analyses were performed in the study as its all criteria required were full filled by the study. All the variables were recorded on a 5-point Likert scale with 1 being strongly disagreed and 5 being strongly agreed. Table 1 showed the statistics related to the exploratory the impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin factor and factor loads represented by the participants.

90



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Table 1. Macro Dimension Factor Analysis

Factors and Variables	Factor Loads	Eigen value	Variance Explained	Cronbach's alpha	Mean	KMO
Macro dimension factor	====	6,066	70,383	0.902	3,220	0,861
When you buy products; you always seek to products that come from the country that has the good democratic system of government.	0,782	====	====	====	3,070	====
When you buy products; you always seek to products that come from a country that has well a civilian government.	0,805	====	====	====	3,140	====
When you buy products, you always seek to products that come from a country that an economically well-developed.	0,694	====	====	====	3,620	====
When you buy products; you always seek to products that come from a country that has a stable economic environment.	0,730	====	====	====	3,510	====
When you purchase products, always seek the products that come from the countries has a high level of technology in the industry	0,552	====	====	====	3,78	====
When you buy products; you always seek to products that come from the country that has similar customs and traditions.	0,605	====	====	====	3,240	====
When you buy products; you always seek to products that come from the country that has similar language.	0,719	====	====	====	2,800	====
When you buy products; you always seek to products that come from the country that has similar religion.	0,644	====	====	====	3,120	====
You prefer buying Turkish clothes because Turkey has a high level of economic.	0,553	====	====	====	3,450	====
You prefer buying Turkish clothes because Turkey has the similar customs and traditions	0,598	====	====	====	3,160	====
You prefer buying Turkish clothes because Turkey has a well democratic system of government	0,770	====	====	====	2,960	====
You prefer buying Turkish clothes because Turkey has a well civilian government	0,776	====	====	====	3,000	====
You prefer buying Turkish clothes because Turkey has the similar religion	0,575	====	====	====	3,040	====



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Through the results obtained from SPSS, Show us that value of Cronbach Alpha was 0,902 Also, a factor that could be extracted from the data with Eigenvalues of 6,066 and factor loadings over 0,40 for all of the factors, which came in their content from the impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin. Also, the total mean for this axis was 3.222 that indicating, the participants agree on questions of the axis. As well, the above table describes the average variance extracted (AVE), which is used to measure convergent validity. The AVE = is acceptable, which is higher than 0.5; in other words, the construct explains over 50% of the variance of its items. In addition, the table shows that KMO is over 0,50, it was 0.863 which are described as "Meritorious" and considered acceptable for factor analysis.

Table 2. Perspective of the country of origin factor analysis

Factors and Variables	Factor Loads	Eigen value	Variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
Country of Origin factors	===	2,484	64,679	0,750	3.533	0,711
Seeking country of origin information is less important for inexpensive goods than for expensive goods	0,742	===	===	===	3,450	===
you look for country-of-origin information to choose the best product available	0,793	===	===	===	3.30	===
If a country has a good reputation in one product category, this will have a positive influence on the reputation of other products from the same country.	0,674	===	===	===	3,520	===
Country of origin more important than price as an indicator of product quality	0,886	===	===	===	3,620	===
country of origin more important than design as an indicator of product quality	0,866	===	===	===	3,510	===
Country of origin more important than packaging as an indicator of product quality.	0,824	===	===	===	3,770	===
Country of origin more important than raw materials as an indicator of product quality.	0,558	===	===	===	3,240	===
I always seek out information about new products through the country of origin	0,830	===	===	===	3,850	===



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Table 2 shows us the analysis of the reliability scale was acceptable. Where the study showed an overall Cronbach Alpha was 0,750. Also, the above table provides the mean value which was $M = 3,533$ Eigenvalues it was found 2,484 and factor loadings related to this dimension (consists of 8 questions) was above 0,40. Therefore, the result of analysis these dimension scales are reliable and valid. Thus, it was decided that it could be used in scientific research and analysis. As can be seen in the above table, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sample adequacy was higher than 0.80 which indicates that the adequacy of the sample and significant factors from the study data can be obtained. According to KMO analysis was 0.711 which mean it's acceptable.

In addition, we can see the average variance extracted (AVE), which is used to measure convergent validity, $AVE = 64,679$ is acceptable, which is greater than 0,5; in other words, the construct explains over 50% of the variance of its items and factor loads were above 0.40, the scale was also found to be reliable. So that the scale is reliable and valid; it was decided that it could be used in scientific research and analysis.

Table 3. has showed evaluating the product and buying decision factors Through table 3 and the results obtained from SPSS show us the KMO was found to be above 0.80. According to Küçük, (2016, pp 279), the KMO value in question ranges from 0 to 1.so if the value was over 0.60 indicates good value and if was over 0,80 is considered very good or excellent, the KMO was 0.758 which mean it's acceptable value. Also, we can see the mean value was $M = 3.409$ which scored higher than 3.00 which means That the level of evaluation of the sample members of the study of the variables of the country of origin and the decision to buy the degree of (high) From the point of view of participants. The above table shows us the average variance extracted (AVE), which is used to measure convergent validity. $AVE = 50.910$ is acceptable, which is greater than 0,5; in other words, the construct explains over 50% of the variance of its items. Eigenvalue was 2.707 and factor loads were above 0.40, the scale was also found to be reliable. So that the scale is reliable and valid; it was decided that it could be used in scientific research and analysis.

93



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Table 3. Evaluating The Product And Buying Decision Factors

Factors and Variables	Factor Loads	Eigen value	Variance Explanation rate	Cronbach's alpha	Mean	KMO
Evaluating the product and buying decision Factors	=====	2.707	50.910	0.609	3.409	0.758
I rely on experienced friends for information about new products prior to make up my mind about whether or not to buy	0,669	=====	=====	=====	3.80	=====
I decided to evaluate and buy a new product based on opinions of family members who have already tried them	0,724	=====	=====	=====	3,760	=====
I always ask friends about their experience with the new product before I evaluate it and buy that product	0,606	=====	=====	=====	3,80	=====
You feel that it is important to look for a country of origin information when deciding which product to buy	0,574	=====	=====	=====	3,780	=====
If you have a little experience with a product, you search for country of origin information about the product to help you making a more informed decision	0,803	=====	=====	=====	3,240	=====
You refuse to purchase a product without knowing its country of origin	0,830	=====	=====	=====	2,80	=====
When you are buying a new product, the country of origin is the first piece of information that you consider	0,852	=====	=====	=====	3,120	=====
Consumers are not willing to pay a higher price for a product without knowing its COO.	0,645	=====	=====	=====	2,960	=====

The Croanbach Alpha, according to Küçük (2016: 27-32) the Croanbach Alpha value is $1,00 > \alpha \geq 0,80$ the scale is a reliable measure at a high level. In this axis, the Croanbach Alpha value was 0,609. According to the results, the scale is reliable, which indicates that the scale is reliable and valid; it was decided that it could be used in scientific researches and analysis.



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Table 4 has showed Quality of product factor analysis

Table 4 Quality of Product Factor Analysis

Factors and Variables	Factor Loads	Eigenvalue	Variance Explanation rate	Cronbach's alpha	Mean	KMO
Quality of product factor	===	3,660	52,280	0,845	3,106	0,812
Do you think there are the strong relationship between country of origin and quality	0,775	===	===	===	3,08	===
A product's country of origin does not determine the quality of the product.	0,671	===	===	===	3,140	===
To make sure that I buy the highest quality product, you look to see what country the product was made in	0,582	===	===	===	2,820	===
Generally products from developed countries are of high quality	0,656	===	===	===	3,130	===
Generally, products from developing countries such as Turkey are of a lesser quality.	0,765	===	===	===	3,450	===
You trust clothes that come from Turkey because has high quality.	0,793	===	===	===	3,170	===
Products made in Turkey are generally of a lower quality than similar products from other countries	0,790	===	===	===	2,960	===

95

Table 4 shows us the analysis of the reliability scale was acceptable. Where the study showed an overall Cronbach Alpha was 0.845. Also, the above table provides the mean value which was $M = 3,106$, Eigenvalues it was found 3,660 and factor loadings related to this dimension (consists of 7 questions) was above 0,40. Therefore, the result of analysis these dimension scales are reliable and valid. Thus, it was decided that it could be used in scientific



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

research and analysis. As can be seen in the above table, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sample adequacy was higher than 0.80 which indicates that the adequacy of the sample and significant factors from the study data can be obtained. According to KMO analysis was 0,812 which mean it's acceptable.

In addition, we can see the average variance extracted (AVE), which is used to measure convergent validity, AVE =52,280 is acceptable, which is greater than 0,5; in other words, the construct explains over 50% of the variance of its items and factor loads were above 0.40, the scale was also found to be reliable. So that the scale is reliable and valid; it was decided that it could be used in scientific research and analysis (Küçük, 2016: 227-232).

✓ Pearson Correlations Analysis

Correlation: is the analysis tool that shows the relationship between the two variables in proportion to the level and direction of the relationship. Correlation, the correlation of scales is interpreted as follows, $r > 0,80$ the scale is very strong relationship, $0,60 < r < 0,80$ the correlation of the scale strong relationship, $0,40 < r < 0,60$ the scale indicator there are relationship between variables, $0,20 < r < 0,40$ scale is a weak relationship and $r < 0,20$ there is no relationship (Küçük, 2016: 249-250). Thus, Pearson correlation is used in this study to find the relationship between the some different variables.

96

Table5. Explain the correlation relation between macro dimension and consumer perspective of the country of origin

		Customer perspective of COO	Macro dimension
Customer perspective of COO	Pearson Correlation	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	-	.000
	N	564	564
Macro dimension	Pearson Correlation	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	-
	N	564	564

Table 5 shows that the Pearson correlation coefficient between the macro dimension and consumer perspective of the country of origin is 0,636 and is



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

significant at the level ($P = .000 < .01$). This means that the relationship between the macro dimension and consumer perspective of the country of origin is significant and positive. This supports the third hypothesis (H3) in this study.

Table 6 Explain the correlation relation between evaluating the product and buying decision and quality of the product.

		evaluating the product and buying decision	quality of the product
evaluating the product and buying decision	Pearson Correlation	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	-	.000
	N	564	564
quality of the product	Pearson Correlation	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	-
	N	564	564

97

Table 5 shows that the Pearson correlation coefficient between the evaluating the product and buying decision and quality of the product is 0,642 and is significant at the level ($P = .000 < .01$). This means that the relationship between the evaluating the product and buying decision and quality of the product is significant and positive. This supports the third hypothesis (H4) in this study.



✓ **Hypothesis Testing**

Table 6 Show testing hypotheses by one sample test (t-test)

Model	Test Value = 0			95% Confidence Interval of the Difference	
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Lower	Upper
Customer perspective of country of origin and the macro dimension (H1).	85.271	563	.000	21.24	22.24
Evaluating the product and buying decision and quality of the product(H2)	96.450	563	.000	41.03	42.74

The result of testing hypothesis: In addition Table show the value of statistical significance was (p-value = 0.00), it is the lowest than standard scales (p = 0.0 > 0.05) this means that there is a significant statistical effect at the level of (p = 0.0 > 0.05). According to the above results, the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis H3 (There is a relationship between the macro dimension and impact on the consumer perspective of the country of origin) accepted. As well, table 6 show the value of statistical significance was (p-value = 0.00), it is the lowest than standard scales (p = 0.0 > 0.05) this means that there is a significant statistical effect at the level of (p = 0.0 > 0.05). According to the above results, the null hypothesis H0 was rejected and the alternative hypothesis H2 (There is a significant relationship between evaluating and making the buying decision and quality of the product) accepted.

8. Result

The impact of macro dimension on the consumer perspective of the country of origin has been studied over the years. In this study as well, the researcher investigated how macro dimension impact on the consumer perspective of the Country of origin.

(1)The present study has reached up to the following results; the majority of the study sample is male and young, with a good level of education, and with an acceptable income.



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

(2) The Made in Turkey has a positive impact on the Libyan consumer therefore they like to buy clothes made in Turkey based on the political, social, economic, and technology factors respectively.

(3) Where results showed the political components play an as important role in customer making a decision to buy or not for Libyan customers, while technology components have a low impact.

(4) Also the results showed there is a significant relationship between quality of product and evaluating and making buying decision

9. Discussion

Demographics of the samples, demographics of the samples are categorized into seven categories; Nationality, Gender, Age, Marital Status, Education level, Occupation, and Income. A total of 564 Libyans participated in this survey, from which 254 (45 %) were females and 310 (55 %) were males. The largest age group represented by respondents consisted of 29-39-year-olds while the smallest age cluster represented by respondents consisted of over 61 years. While the majority of respondents were from married (299-53%) and the smallest group (29-5.1) of respondent was from widowed. Also, most respondents had already Bachelors degree from the University (281-49.8%). Whilst, the smallest group (20-3.5%) of participants had not to go to school.

99

The majority part of the respondents was a worker as an employee (353 persons- 62.6%) while 34(6%) persons were students. From a sample containing 564 respondents, 195 persons (34.6%) earned the highest income which is between 500 to 999 LYD. While the smallest group of respondents (58-10.3%) earned more than 2000LYD. this variety in demographics data gives more credibility to this study.

The hypothesis discussed by the study is there is the significant impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin. The macro dimension scale consists of four-dimensional; economic, political, Social and technological. Through the results of the questionnaire we conducted, the participants' perceptions about the significant impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin were different. The majority of the respondents around 423 (79,8 %) of respondents believe there is a significant impact of macro dimension on consumer perspective for the



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

country of origin, while 63 (10.9) believe there is no impact whilst the other respondents prefer to remain neutral. According to economic factors, the majority of the respondents 264 (46.4%) prefer clothes made in Turkey based on it is economically well-developed and has a stable economic environment.

Political factors the majority of the respondents 350(62%) prefer to buy clothes that come from countries which have a good democratic system and civilian government such as Turkey. while 150 (26%) of participants disagree with this point. whilst there is a small group 64(12%) of respondents who remained neutral. Social factors more than half of the respondents 278(49%) prefer to buy clothes that come from Turkey because it has the same religion and similar customs and traditions. while 270 (48%) of participants disagree with this point. whilst there is a small group 16(3%) of respondents who remained neutral. Technology factors, among 564 participants 263 (46.6%) agree and 88(15.6%) strongly agree, they are prefer buying clothes that come from countries have a high level of technology in industry sector like Turkey.

Whilst, around 124 (21.9%) disagree with this point, whilst, 89 (15,8%) of respondents who remained neutral. According to the above, the results indicated that Libyan customer like to buy clothes made in Turkey based on the political, social, economic, and technology factors respectively. Where results showed the political components play an as important role in customer making a decision to buy or not for Libyan customers .While technology components have a low impact.

100

Based on SPSS results, the reliability scale was acceptable. Where the study showed an overall Cronbach Alpha was 0.861. Also, the mean value is $M = 3,220$, Eigenvalues it was found 6.066 and factor loadings related to this dimension was above 0,40. Therefore, the result of analysis these dimension scales are reliable and valid. Thus, it was decided that it could be used in scientific research and analysis. Furthermore, the KMO analysis was 0.861 which mean it's acceptable. In addition, the average variance extracted (AVE) =70,383 is acceptable.

as well, Pearson correlation value was 0,621 when testing the correlation between the customer perspective of the country of origin and macro dimension which is a sign of a strong correlation between them at a level of significance at the level of ($P = .000 < .01$). Therefore, the macro dimension has an impact on the country of origin. Also, (p -value = 0.00), this



The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

means that there is a significant statistical effect at the level of ($p = 0.0 > 0.05$).

According to the above results, the null hypothesis was rejected and accepted alternative hypothesis (there is the significant impact of macro dimension on consumer perspective for the country of origin).

There are various studies associating product quality with buying decision and they founded the quality has a positive direct impact on the buying decision. Therefore, product quality is a factor to support evaluating products and buying decisions.

Kotler and Armstrong (2004:283) defined product quality is one of the most important positioning tools. Quality has a direct impact on the performance of products and services and has a close relationship with customer's buying decision.

Also, Beneke et al. (2013) examined the effect of product quality on buying decision of other household goods the results showed that product quality has a positive effect on buying decisions. In addition, Marketers who do not pay attention to the quality of the products or services offered would lose as consumers become disloyal, As a result, the sales of products or services will tend to decline. Therefore, when marketers pay attention to quality, consumers will be happy to decide to buy a product or service. Amron (2017).


101

By analyzing the results of the questionnaire most of the respondents believed the quality of the product is an important feature when they are evaluating and deciding to buy products. So, the results showed, the around 299 (53, 0%) of respondents agree and 95 (17 %) of respondents strongly agree and around 45(8%) strongly disagree and 75(13 %) disagree; they believed the quality of the product is not important feature when they are evaluating and deciding to buy products. On the other hand, there was 50 (9 %) respondent who remained neutral to this question.

Based on SPSS results, the reliability scale was acceptable. Where the study showed an overall Cronbach Alpha was 0.750. Also, the mean value is $M = 3,533$, Eigenvalues it was found 2,484 and factor loadings related to this dimension was above 0,40. Therefore, the result of analysis these dimension scales are reliable and valid. Thus, it was decided that it could be used in scientific research and analysis. Furthermore, the KMO analysis was 0.711 which mean it's acceptable. In addition, the average variance extracted (AVE) =64,679 is acceptable.

As well, Pearson correlation value was 0,642. When testing the





The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

relationship between evaluating and making the buying decision and quality of the product which is a sign of a strong relationship between them at a level of significance at the level of ($P = .000 < .01$). Also, ($p\text{-value} = 0.00$), this means that there is a significant statistical effect at the level of ($p = 0.0 > 0.05$).

According to the above results, the null hypothesis was rejected and accepted alternative hypothesis (there is a significant relationship between evaluating and making the buying decision and quality of the product).

10. Suggestions

According to the results obtained in this study, the researcher has proposed the following recommendation; there is a significant impact of macro dimension on the consumer perspective of the country of origin. Therefore, the international companies including Turkish companies that wish to enter the Libyan market should take this factor into their consideration.




The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

Reference

- Agrawal, J. and Kamakura, W. A. (1999) Country of Origin: A competitive advantage? *International Journal of Research in Marketing*, 16, 255-267.
- Amron, A. (2017). "Marketing Challenge of Import Insurance Product in Indonesia", *Advance Science Letters*, Vol. 3 No. 8, 7243-7245. 3. Amron, A. & Mahmud, M. (2017). "Developing Marketing Strategy in Property Insurance Business", *International Business Management*, Vol.11 No.1, pp.177-182.
- Beneke, J., Flynn, R., Greig T. & Mukaiwa, M. (2013). "The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: a study of private label merchandise", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 22 No. 3, pp. 218 – 228.
- Cai, Y., Cude, B., & Swagler, R. (2004). Country of origin effects on consumer's willingness to buy foreign products: an experiments in consumer decision making. *Consumer Interests Annual*, 50 (1), 98-105.
- Chinen, K., Jun, M., and Hampton, G. M. (2000). "Product quality, market presence, and buying behavior: Aggregate images of foreign products in the US". *Multinational Business Review*, Vol. 8, No. 1, pp. 29-38.
- Gaedeke, R. (1973). "Consumer Attitudes Toward Products 'Made in' Developing Countries." *Journal of Retailing* 49(2): 13-24
- Han, C.M., and Terpstra, V. (1988) 'Country-of-origin effects for uni-national and bi-national products'. *Journal of International Business Studies* 19(2), 235-255.
- Kaynak, E., Kucukemiroglu, O. and Hyder, A. (2000). "Consumer's Country-of-Origin (COO) Perceptions of Imported Products in a Homogenous Less-Developed Country." *European Journal of Marketing* 34(9/10): 1221-21.
- Krishnakumar, P. (1974). "An Exploratory Study of The Influence of Country of Origin on The Product Images of Persons from Selected Countries." Phd Dissertation, The University of Florida.
- Kotler, P. and G. Armstrong (2004). *Marketing Management*. Millenium Edition PT. Prenhallinda, Jakarta.
- Küçük. O.(2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Küçük, O. (2017) *Perakende Pazarlama Yönetimi*, Sonçağ Yayın, Ankara.
- Lewis, E. (2002). "National Pride and Prejudice." *Brand Strategy*(Jun): 20-22
- Ozretic-Dosen, D., & Skare, V.(2007). Assessments of country of origin and brand cues in evaluating a Croatian, western and eastern European food product: *Journal of Business Research*, 60(2), 130-136.





The Impact of Macro Dimension on The Consumer Perspective of The Country of Origin and The Relationship Between Buying Decision and Quality of Product (ss.81-104) L. Elarbah and N. Shebli

- Papadopoulos, N., and Heslop, L. (2000). "Countries as Brands." *Ivey Business Journal* 65(2): pp. 30-36.
- Story, J. W. (2005). "The Effects of Perceived Technological Incongruence on Perceptions of Fit Between Countries, Products, and Attributes." *Journal of Business Research* 58: 1310-1319.
- Wang, C. K. (1978). "The Effect of Foreign Economic, Political and Cultural Environment on Consumers' Willingness to Buy Foreign Products." Ph.D. Dissertation, Texas A & M University
- White, P.D and Cundiff E.W (1978), "Assessing the Quality of industrial Products" *Journal of Marketing*: (15 July 1978): 80-85.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In LibyaAedah Milood Said Kotara¹Najwa Sasi Abd Abdullah²**Abstract**

The concept of unlimited improvement (UI), the basic concept, is a quality management practice that contributes to the development of the quality of operations and administrative practices. In this study, the impact of unlimited improvement on Total Quality Management Practices was examined.

The research was conducted on Libyan Higher Education Institutions through a survey methodology involving 382 participants who worked or worked in Libyan Higher Education Institutions. The 6-item 5 Likert scale was used in the study and analyzed in SPSS 23.0 program. As a result of regression analysis, r^2 shows a positive relationship between unlimited improvement and (TK), which is 0.408. The study results show that (TKY) implementation can be improved by applying (UI) indicators.

The importance of research (TQM) is revealed by the importance of the concept. Research has shown that unlimited improvement can improve the efficiency of Total Quality Management.

Keywords: Unlimited Improvement (UI), Total Quality Management (TQM), Higher education, Libya

Jell Code: M11

¹ Faculty of Engineering Technology Zwara, Libya, kotaraaida@yahoo.com

² Zawia University, Faculty Of Economics, Libya, najwsas@yahoo.com

*The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A
Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah*

Özet

Temel kavram olan sınırsız iyileştirme (UI) kavramı, operasyonların ve idari uygulamaların kalitesinin geliştirilmesine katkıda bulunan bir Kalite Yönetim uygulamasıdır. Bu çalışmada, sınırsız iyileşmenin Toplam Kalite Yönetimi uygulamalarına etkisi incelenmiştir.

Araştırma, Libya yüksek öğretim kurumlarında çalışan veya çalışan 382 katılımcıyı içeren bir anket metodolojisi aracılığıyla Libya yüksek öğretim kurumları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 6 maddelik 5'li Likert ölçeği kullanılmış ve SPSS 23.0 programında analiz edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda bulunan r^2 0.408 olan sınırsız iyileştirme ve (TKY) arasında pozitif bir ilişki göstermektedir. Çalışma sonuçları, (UI) göstergelerini uygulayarak (TKY) uygulamasının geliştirilebileceğini göstermektedir.

Araştırmanın önemi (TKY) kavramının önemi ile ortaya çıkar. Gerçekleştirilen araştırma sayesinde, sınırsız iyileştirme uygulamasının Toplam Kalite Yönetimi'nin verimliliğini artırabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Sınırsız iyileştirme (UI), Toplam Kalite Yönetimi (TKY), Yüksek Öğretim, Libya

Jell Numarası: M11

106

1. Introduction

Since 1980s, TQM has been considered as a dominant management strategy and a revolutionary instrument for managing change. According to McAdam (2000), the history of TQM can be traced to the early 1920s through the emergence of the quality control thoughts; it originated from a statistician named Shewhart using the statistical quality control (McAdam, 2000). Shewhart's work was later adopted and expanded by American experts (such as P. Crosby, E. Deming, and J. Juran). Whereas, some thought that the concept of TQM started from the initiatives of Japanese scientists (Taguchi, Ishikawa, and Shingo) after World War II (Sallis, 2005). Notwithstanding TQM has its establishment in the industrial sector, there has been a push to adopt TQM by educational organisations (Bayraktar, Tatoglu, & Zaim, 2008; Lim, Rushami, & Zainal, 2004; Sirvanci, 2004; Venkatraman, 2007).

The TQM concept resulted in developing several tools and processes for assessment and implementation, which aim to empower creativity and problem solving, ensuring the continuous improvement and aim for better performance and customer satisfaction (Alfalah, 2017)



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

There are a few frameworks that addresses different aspects of quality within the organization. Total quality management (TQM) is a scale that was developed in order to ensure that management prioritizes quality through the right practices and processes. The scale has been used in several organizations' types with its wide set of indicators. Nonetheless, there has been no scale that allows management to ensure that their developed quality practices and procedures are implemented throughout the organization and extended to all stakeholders and supply chain. The Unlimited Improvement (UI) scale is developed for this purpose, which allows researchers and management professionals to assess the extent of quality practices' implementation within organizations. In this research, the scales of the two concepts is applied to the Libyan higher education institutions in order to understand the effect of Unlimited Improvement on total quality management.

2. Theoretical Framework

Total quality management was developed in the late 1940s by Japanese scientists and engineers, who came together under a development committee aiming to enhance the productivity in Japan. Different dimensions were evolved as the concept was adopted by other countries and researches. Moreover, the different views of nations towards the concept of quality contributed into the development of the concept in different manners (Martinez-Lorente, Dewhurst, & Dale, 1998). In higher education application, Asif et al. (Asif, et al., 2014) presented a comprehensive total quality management scale, which they modified to suite the case study for an assessment of the higher education in Pakistani Universities. The original scale contained 208 indicators under eleven dimensions focused on leadership and the role of management in enhancing quality.

There are a few concepts that addressed the quality standards and practices within the organization; however, total quality management (TQM) is considered the greatest level of quality management as it includes all the levels and processes in order to simulate a greater impact on the quality outcome. Therefore, TQM can be defined as a set of techniques and procedures used to reduce or eliminate variation from a production process or service-delivery system in order to improve efficiency, reliability, and quality. It can also be defined as an integrative philosophy of management for the continuous improvement of product and process quality in order to achieve customer satisfaction. Furthermore, TQM is a management philosophy or an approach.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

TQM is a technique that is characterized by some principles, techniques and practices (Singh & Singh, 2014). TQM is a system and set of practices which are aimed at relentless quality improvement and better business performance (Sohel-Uz-Zaman & Anjalin, 2016).

The main foundation of TQM is based on gaining the needed commitment from the executive management to the adopt and empower TQM implementation. The implementation processes require using computerized tools and statistical techniques in order to monitor and control processes, products and services. Such tools allow a more educated decision-making process, which is also used to assess performance on all levels. Moreover, TQM requires forming teams within the organization and exhibiting organizational support and employee empowerment, as well as clearly defining responsibilities within the team. The most important pillar of TQM is continuing the improvement as a sustainable practice and focusing on the products and services provided for a great customer satisfaction (Gul, Jafery, Rafiq, & Naeem, 2012).

TQM is a way of life for a company. It has to be introduced and led by top management. This is a key point. Attempts to implement TQM often fail because top management doesn't lead and get committed - instead it delegates and pays lip service. Commitment and personal involvement is required from top management in creating and deploying clear quality values and goals consistent with the objectives of the company, and in creating and deploying well defined systems, methods and performance measures for achieving those goals. These systems and methods guide all quality activities and encourage participation by all employees (Zhang, 2000).

The research reduced the scale for the case study into seventeen indicators that were considered key in the assessment process, while five main dimensions were included. The same scale was adopted by the current study for discussion and comparison purposes.

The Unlimited Improvement (UI) model was developed by Küçük in 2011 as a supportive model for quality management (Küçük, 2011, Küçük and Küçük, 2012, Küçük; 2016). The main idea of the model is ensuring that quality improvements and the adopted quality practices and processes are spread throughout the organization. The scale involves eight aspects; employees, personal rights, machinery and equipment, educational budget, social infrastructure, suppliers, managers and organizational structure. In Küçük

The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

(2016), the author presented a case study that included three main dimensions of the concepts; participation, improvement and performance. The three dimensions contained twenty-one indicators that aims to ensure the reach of quality and TQM practices.

Major restriction areas encountered in quality improvement practices of organizations are listed below (Küçük, 2011).

- Structure of the Organization
- Managers
- Certain Employees
- Processes (Supply, production, customer delivery)
- Products
- Suppliers
- Tools
- Working Hours
- Personal Rights
- Educational Budget
- Social Infrastructure
- Permissions
- Reward System

These elements and issues which can be left out of the scope of continuous improvement practices in TQM are shown in Figure 10. As it can be seen from Figure 8, structure of the organization, certain managers and employees, some suppliers and some of the machinery and equipment can be excluded from the improvement and the improvement activities can be asked to be conducted through other factors. In other words, continuous improvement is carried out through some of these elements and the improvement may not be carried out in a way that it covers all the elements that constitute the organization (Küçük & Küçük, 2012).



3. Aims of Study

The main aim of the study is to study the influence of unlimited improvement on another quality enhancement scale; total quality management in order to understand their impact on each other and the correlational factors between the different dimensions.

4. Scope and Methodology

The questionnaire is conducted in operational higher education institutions in Libya and the sampling methods used are non-random and random. The non-random sampling is based on the researcher's judgement to select the most appropriate participants for this study. Nonetheless, academic staff from the Libyan higher education institutions were chosen randomly to reach the required sample size. It is important to note that the researcher's knowledge about the research application and domain is an important factor in shaping the research methodology.

It is necessary to disclose the means by which the data is collected. The data collection tool may be a pre-prepared and tested one, as the researcher might have developed (Küçük, 2016). The tools used for the measurement of the two concepts are developed from the literature as shown in Table 1. As mentioned in the scope section, the scales are altered to suite the purpose of the research, while preserving the measured dimensions that are included in each concept.

110

Table 1. Measurement scale development for the two concepts used in the research.

Concept	Literature Reference
TQM	(Asif, et al., 2014) (Eryılmaz, et al., 2016)
UI	(Küçük, 2016)



The evaluation scale used is a 6-point agreement Likert scale, where;

- (1) Totally disagree
- (2) Disagree
- (3) Slightly disagree
- (4) Slightly agree
- (5) Agree
- (6) Totally Agree

The sampling is performed in a random manner from the main population, which is the students and the staff of the higher education institutions in Libya. Therefore, a filtering question is added to the questionnaire at the welcoming page, where participants are asked whether they currently belong to a higher education institution in Libya. If the participant answers by “no”, then he / she is disqualified from participating in the study. Moreover, the sample size mainly depends on the size of the population. The number of people currently belonging to Libyan higher education institutions is more than 100,000 and less than 1,000,000. Thus, the sample size to achieve a reliability of 95% ($p < 0.05$) is 382 questionnaires (Küçük, 2016).

111

The sample quota for this research is determined to be between 350 and 450 participants through random sampling within a certain type of participants (Küçük, 2014). The questionnaires are conducted through an actual physical questionnaire form distributed on the participants.

In studying the influence between the two concepts; Total Quality Management (TQM) and Unlimited improvement (UI), 670 participants were interviewed and requested to fill the questionnaire forms, of which 390 were completed, the rest of the questionnaires were received incomplete in a manner that required their disqualification.

5. Research Model

The global scope of the research includes the measurement of the two concepts as shown in Figure 1. The measurement tool is altered to suite the



purpose of this research. The hypotheses are structured to measure the impact between the concept of Unlimited Improvement (UI) and Total Quality Management (TQM).

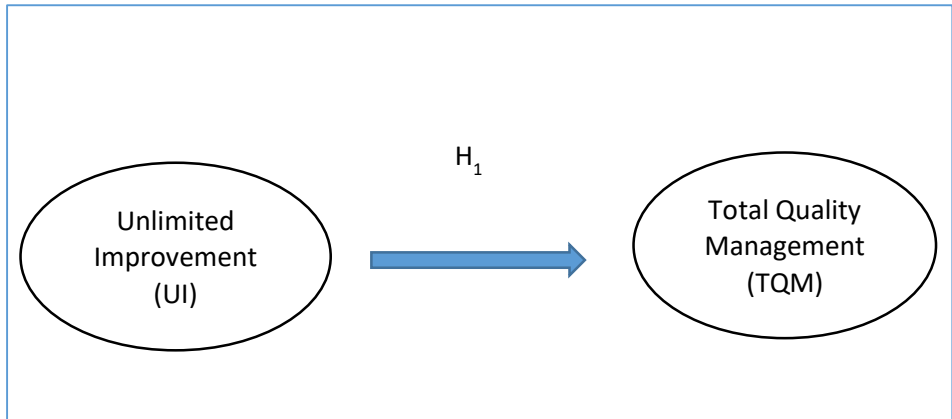


Figure 1. Research Model

6. Hypothesis

Küçük (2012) studied the scale of TQM in development of the unlimited improvement concept. Total quality management has been evaluated in different applications and organization types; however, there is no direct correlation that has been established between unlimited improvement and total quality management. Nonetheless, the relationship between both concepts and organizational performance has been established in many studies (Ay & Nurov, 2017; Benshina, 2018; Küçük and Küçük, 2012, Küçük vd. 2015). This study comes to establish these correlations and to conform against the findings of previous literature.

H1: There is a statistical influence between the Total Quality Management (TQM) and Unlimited Improvement (UI) or their sub-dimensions in the higher education in Libya.



7. Data Analysis

The available sample was inputted into SPSS Statistics to check its reliability through Cronbach's Alpha. Table 2 shows the demographics of the sample. As shown in Table 3, the factors for each concept are 0.941 and 0.955 for Total Quality Management (TQM) and Unlimited Improvement (UI), respectively. The overall Cronbach's Alpha is 0.955, which is in line with targeted reliability of 95%. Therefore, questionnaire distribution and collection, which were performed between the months of March and October 2018, were stopped.

Table 2. Demographics (n=390)

Information	Choices	Count	Percent (%)
Gender	Male	203	52.1
	Female	187	47.9
Relation to university	Management	22	5.6
	Staff	42	10.8
	Instructor/ Professor	245	62.8
	Student	81	20.8
Age Category	17 to 25	50	12.8
	26 to 35	119	30.5
	36 to 46	152	39.0
	46 and above	69	17.7

113

Table 3: Reliability Analysis by Cronbach's Alpha (n=390)

Concept	Concept Alpha	Overall Alpha
Total Quality Management (TQM)	0.941	0.955
Unlimited Improvement (UI)	0.955	

A one-way ANOVA analysis was performed to study the impact of gender, relationship to university and age category on the results of the correlational



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

analysis performed in the research. As shown in Tables 4 and 5, gender and age had no influence on the results based on a significance level of $p < 0.05$.

Table 4. One-Way ANOVA Testing For Gender Impact On Analysis Results

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
TQM	Between Groups	3,682	1	3,682	3,950	,048
	Within Groups	361,686	388	,932		
	Total	365,367	389			
UI	Between Groups	,024	1	,024	,018	,894
	Within Groups	523,033	388	1,348		
	Total	523,057	389			

Table 5. One-Way ANOVA Testing For Age Impact On Analysis Results

114

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
TQM	Between Groups	4,655	3	1,552	1,661	,175
	Within Groups	360,712	386	,934		
	Total	365,367	389			
UI	Between Groups	6,553	3	2,184	1,632	,181
	Within Groups	516,504	386	1,338		
	Total	523,057	389			

Table 6 shows that relationship with the university had a significance levels less than 0.05 for the two concepts. However, a post-hoc analysis shows minimal differences between staff and professors in the TQM concept, and professors and management in the UI concept.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya (ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

Table 6. One-Way ANOVA Testing For Relationship To University Impact On Analysis Results

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TQM	Between Groups	16,268	3	5,423	5,996	,001
	Within Groups	349,099	386	,904		
	Total	365,367	389			
UI	Between Groups	14,900	3	4,967	3,773	,011
	Within Groups	508,157	386	1,316		
	Total	523,057	389			

As shown in Table 7, factor analysis is performed for the indicators of Total Quality Management (TQM), the KMO factor is 0.946, which shows the reliability of the factor analysis. All of the factor loadings are above 0.4, which indicates that all indicators are interrelated in a correct manner according to Küçük (Küçük, 2014). The total variance explained is 61.496% indicating the percentage of indicators considered in the factor analysis. Factors above 60% validate the factor analysis (Küçük, 2014). The overall mean score of Total Quality management is 2.69, showing a moderate implementation of its dimensions in the higher education institutions in Libya.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya (ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

Table 7. Total Quality Management (TQM) Factor Analysis (N=390)

	Factor Loading	Eigen value	Variance Explained (%)	Cronbach's Alpha	Mean Score	KMO
Total Quality Management (TQM)		1.625		0.941	2.69	
1.University top management has knowledge about Quality Management System (QMS) and its implementation	0.510		61.49	0.941	3.26	0.946
2. University top management is well aware of the quality related concepts, new work environment and new skills in the implementation of QMS	0.620				3.05	
3. University top management allocates adequate resources on education and training of academic and administrative employee	0.713				2.60	
4. University top management discusses many quality-related issues on QMS in their management meetings	0.648				3.24	
5. University top management focuses on how to improve the performance of students and employees apart from relying on financial criteria	0.711				3.20	
6. University has well defined academic and administrative processes and performance measures as well as policies	0.718				2.98	
7. Employees from different levels are involved in developing our policies and plans	0.731				2.49	
8. University regularly audits practices according to policies and strategies	0.807				2.68	
9. University benchmarks our academic and administrative processes with other	0.705				2.83	



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya (ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

Table 7. Total Quality Management (TQM) Factor Analysis (N=390)

	Factor Loading	Eigen value	Variance Explained (%)	Cronbach's Alpha	Mean Score	KMO
institutions						
10. University meets the expectations of our students and employees	0.786				2.58	
11. Facilities of university (e.g. classrooms, laboratories, computers, heating systems and air conditioners) are maintained in good condition according to periodic maintenance plans	0.693				2.55	
12. University collects statistical data (e.g. error rates on student records, course attendances, employee turnover rates) and evaluates them to control and improve the processes	0.768				2.63	
13. Students' requirements are thoroughly considered in the design of curriculum	0.791				2.56	
14. The needs and suggestions from the business world are thoroughly considered in the design of curriculum and new academic program	0.739				2.44	
15. University facilities (e.g. laboratories and hardware) and resources (e.g. Finance and human resources) are considered in the development and improvement of the curriculum and programs	0.796				2.66	
16. University regularly conducts surveys on job satisfaction of the employees	0.740				2.25	
17. University follows up the career path of our graduates	0.716				1.90	



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya (ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

As shown in Table 8, factor analysis is performed for the indicators of Unlimited Improvement (UI). The KMO factor is 0.908, which shows the reliability of the factor analysis. All of the factor loadings are above 0.4, which indicates that all indicators are interrelated in a correct manner. The total variance explained is 76.348% indicating the percentage of indicators considered in the factor analysis. Factors above 60% validate the factor analysis (Küçük, 2016). The overall mean score of Unlimited Improvement is 2.75, showing a moderate implementation of its dimensions in the higher education institutions in Libya.

Table 8. Unlimited Improvement (UI) Factor Analysis (N=390)

		Factor Loading	Self-value	Total Variance Explained (%)	Cronbach's Alpha	Mean Score	KMO
Unlimited Improvement (UI)			6.108	76.348	0.955	2.75	0.908
1	All university management participate in training	0.723				2.62	
2	All university management participate in quality improvement	0.820				2.66	
3	All university organizational structure is involved in the overall improvement	0.845				2.78	
4	All positions are included in the improvement process	0.897				2.85	
5	All tools are used in the improvement process	0.913				2.78	
6	All processes are used for optimization	0.926				2.81	
7	All applications are included in the optimization	0.939				2.82	
8	All suppliers are included in the improvement	0.906				2.72	



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

Table 9 shows the regression analysis of Unlimited Improvement based on TQM dimensions, where the R square value is 0.381 and the positive relationship is found between the two concepts with a significance level of $0.000 < 0.05$. Table 10 shows the regression analysis of Total Quality Management based on UI dimensions, where the R square value is 0.408, confirming the results of the first regression model. Based on these results, the research hypothesis stating

“H1: There is a statistical influence between the Total Quality Management (TQM) and Unlimited Improvement (UI) or their sub-dimensions in the higher education in Libya.” is accepted.

Table 9. Unlimited Improvement regression model for TQM

Model	R Square	F	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Unlimited Improvement	,381	39,327	,505	6,183	,000

119

a. Predictors: (Constant), SF, L, ME, PCI, V, PDRA

b. Dependent Variable: UI Mean

Table 10: Total Quality Management regression model for UI

Model	R Square	F	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Total Quality Management	,408	52,938	,638	12,193	,000

a. Predictors: (Constant), SUP, MGT, EMPL, ORS, MT

b. Dependent Variable: TQM Mean



8. Result

The research showed the acceptance of the tested hypothesis based on the regression analysis performed between unlimited improvement and total quality management. The regression models indicate a positive relationship and influence between UI and TQM with R square values of 0.381 and 0.408, which shows a moderately influential relationship between the two concepts on both directions. The results are discussed along with literature research on the subject that confirms the findings of the research.

9. Discussion

Organizational performance is one of the key measurements for the success in any institution, corporation or business. Therefore, establishing a correlation with performance could indicate further relationships and influences. As there were no previous studies that correlated the concept of Unlimited Improvement to total quality management (TQM), it is challenging to compare the current study's results directly with any reference in the literature. Nevertheless, there are several studies that established the correlations of the studied concepts with organizational performance. The relationship between total quality management and performance has been studied in several researches. Akhtar, Zameer and Saeed (2014) studied this relationship through interviews in several sectors; healthcare, banking, communication, education and transportation, where the outcomes indicated the relationship between the two variables. Ngambi and Nkemkifu (2015) performed an empirical study between the dimensions of TQM and performance. The correlational analysis shows medium to strong correlations between the several dimensions of TQM and the ANOVA testing showed a significance less than 0.05 of the impact of total quality management on performance. Positive relationships were found through the regression analysis for the influence of TQM on performance, with leadership commitment and quality control being the most influential dimensions. Centindere, Duran and Yetisen (2015) studied the same correlations and relationships in Turkey. Total quality management was examined through five dimensions; training, leadership, continuous improvement, internal customer and external customer. The correlational analysis showed medium to strong coefficients with business performance, while the regression analysis yielded an R square value of 0.584. All of the above studies confirm the relationship between total quality management (TQM) and performance.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah

Moreover, the relationship between the concept of Unlimited Improvement (UI) and performance has been established in a few studies. Ay and Nurov (2017) researched the effect of unlimited improvement on performance through a regression analysis, where the ANOVA analysis showed a significance level of 0.000. The regression analysis indicated a positive relationship with an R value of 0.322. Benshina (2018) studied the same relationship on the Libyan iron and steel sector. The correlational analysis showed a correlation coefficient of 0.77, which indicates a strong relationship. The current study adds to this research through studying the relationship between the concept of Unlimited Improvement (UI) and the concept TQM through the tested hypothesis. The established relations between each of the two concepts and performance suggest that there is a relationship between them. Therefore, the correlational analysis performed show medium to strong relationships between unlimited improvement and TQM. Moreover, the regression analysis yielded an R square value 0.408 for the effect of unlimited improvement and Total Quality Management (TQM).

10. Suggestions

121

Based on the results found through the case study performed in this research and the established relationships between Total Quality Management (TQM) and Unlimited Improvement (UI), the researcher provides the recommendations and suggestions to the Libyan higher education institutions to:

- Perform a systematic implementation of total quality management guidelines and dimensions shall be reviewed to enhance the overall quality. While some indicators showed a fair implementation of the TQM concept, there are several areas that need further development to reach a good level
- Unlimited improvement concept focuses on different aspects of quality, which are not fully covered in the TQM concept. Thus, its implementation ensures a comprehensive coverage for the quality aspects in the Libyan higher education institutions.
- The two concepts shall be considered in quality enhancement strategies in order to increase the efficiency of the TQM concept and decrease the time required for the development.
- Future studies should focus mainly on confirming the results of the current research through on different Libyan and international institutions.



The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah


References

- Akhtar, S., Zameer, H., & Saeed, R. (2014). Impact of total quality management on the performance of service organizations in Pakistan. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(6), 109-117.
- Alfalsh, T. F. (2017). Total Quality Management Tools: Are they Necessary for Improving Service Quality and Customer Satisfaction? *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 121-125.
- Asif, M., Awan, M. U., Khan, M. K., Ahmad, & Naiz. (2014). A model for total quality management in higher education. *Qual Quant*, 47, 1883–1904.
- Ay, O., & Nurov, G. (2017). Impact of unlimited improvement on organizational performance: An application. *The International New Issues In Social Sciences*, 4(4), 89-95.
- Bayraktar, E., Tatoglu, E., & Zaim, S. (2008). An instrument for measuring the critical factors of TQM in Turkish higher education. *Total Quality Management*, 19(6), 551 - 574.
- Benshina, K. (2018). The relationship between unlimited improvement and business performance. *The International New Issues in Social Sciences*, 6.
- Colurcio, M. (2009). TQM: A knowledge enabler? *The TQM Magazine*, 21(3), 236-248.
- Centindere, A., Duran, C., & Yetisen, M. S. (2015). The effects of total quality management on the business performance: An application in the province of Kutahya. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1376-1382.
- Eryilmaz, M. E., Kara, E., Aydoğan, E., Bektaş, O., & Erdur, D. A. (2016). Quality Management in the Turkish Higher Education Institutions: Preliminary Findings. *Social and Behavioral Sciences*, 229, 60-69.
- Gul, A., Jafery, S. A., Rafiq, J., & Naeem, H. (2012). Improving employees performance through total quality management. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(8), 19-24.
- Küçük, O. (2011). A New Implementation in Total Quality Management: Unlimited Improvement. *Production Research Symposium*. Istanbul.
- Küçük, O. (2012). *Kıyaslama (Benchmarking)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Ekin Basım Yayın.
- Küçük, O. (2016). *Toplam Kalite Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.



*The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A
Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah*

- Küçük O., “Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme”, 11. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul, 23-24 Haziran 2011.
- Küçük, O., & Küçük, N. (2012). Sınırsız İyileşmenin Örgüt Performansına Etkisi: Bir Uygulama., (p. 769). Konya 10 - 12 Mayıs.
- Küçük, O., Şen, H. İ. Yılmaz, E., ve N. Küçük, (2015) Araç Sipariş Merkezi ve Dağıtım Optimizasyonu: Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme (The Order Of The Vehicles To Centres Of Distribution Optimization: A Comparative Evaluation), The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science, Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2959>, Number: 37, pp. 65-84.
- Lim, K.T., Rushami, Z.Y., & Zainal, A.A. (2004). The impact of total quality management principles on students’ academic achievement: An empirical study. *Thaksin University Journal*, 7(2), 14-25.
- Liao, S-H., & Wu, C.-C. (2009). The relationship among knowledge management, organisational learning, and organisational performance. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 64-76.
- Martinez-Lorente, A. R., Dewhurst, F., & Dale, B. G. (1998, October). Total quality management: Origins and evolution of the term. *The TQM Magazine*, 10(5).
- McAdam, R. (2000). Three leafed clover?: TQM, organisational excellence and business improvement. *The TQM Magazine*, 12(5), 314-320.
- Mohammad, A.H., Hamdeh, M.A., & Sabri, A.T. (2010). Developing a theoretical framework for knowledge acquisition. *European Journal of Scientific Research*, 42(3), 453-463.
- Ngambi, M. T., & Nkemkifafu, A. G. (2015). The impact of total quality management on firm’s organizational performance. *American Journal of Management*, 15(4), 69-85.
- Sallis, E. (2005). *Total Quality Management in Education*. London: Kogan Page.
- Sallis, E., & Jones, G. (2002). *Knowledge Management in Education: Enhancing Learning and Education*. London, UK: Kogan Page Ltd.
- Singh, H., & Singh, B. (2014). Total quality management: today’s business excellence strategy. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 32, 188-196.
- Sirvanci, M.B. (2004). TQM implementation: Critical issues for TQM implementation in higher education. *The TQM Magazine*, 16(6), 382-386.
- Sohel-Uz-Zaman, A. S., & Anjalin, U. (2016). Implementing Total Quality Management in Education: Compatibility and Challenges. *Open Journal of Social Sciences*, 4, 207-217.
- Tena, A.B.n.E. (2004). TQM as a competitive factor: A theoretical and empirical



*The Effect of Unlimited Improvement (UI) On Total Quality Management (TQM) – A
Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya
(ss.105-124) A. Kotara and N. Abdullah*

analysis. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 21(6), 612-637.

Venkatraman, S. (2007). A framework for implementing TQM in higher education programs. *Quality Assurance in Education*, 15(1), 92-112.

Zhang, Z. H. (2000). —*Developing a model of quality management methods and evaluating their effects on business performance*”. *Total Quality Management Journal*



**The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage
A Field Study in Libyan Public Universities**

Najwa Sasi Abd Abdullah¹
Aedah Milood Said Kotara²

Abstract

The study aimed to identify the impact of unlimited improvement (UI) on achieving competitive advantage (CA) in Libyan public universities by a random sample of the academic leaders (Dean, Associate Dean, Heads of Scientific and Administrative Departments) from six public universities. The researcher adopted the analytical descriptive method using a questionnaire specially prepared as a tool for collecting the study data and the collected data were analyzed in SPSS 23 program. The researcher has distributed (320) questionnaires, (295) were retrieved, and only about 281 questionnaires were valid for analysis.

The results of the study showed that there is a significant impact of unlimited improvement in achieving competitive advantage. The study recommends the necessity of employing the principle of the participation of all academic leaders in public universities in the decision-making processes, as well as increasing their empowering to facilitate the completion of the work required on time and at a high quality.

keywords: Unlimited Improvement (UI), Competitive Advantage (CA).

JEL Codes: M1, M3

¹ Lecturer at the Faculty of Economics, Al-Zawia University, Libya, najwasas@yahoo.com

² Faculty of Engineering Technology Zwara, Libya, kotaraaida@yahoo.com

*The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage A
Field Study in Libyan Public Universities
(ss.125-142) N. Abdullah and A. Kotara*

Özet

Çalışma, altı kamu Üniversitesinden akademik liderlerin (Dekan, Dekan, bilimsel ve İdari Bölüm Başkanları) tesadüfi seçilmiş bir örneği ile Libya devlet üniversitelerinde rekabet avantajı (CA) elde etmek için sınırsız iyileştirme (UI) etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Araştırmacı, çalışma verilerini toplamak için özel olarak hazırlanmış bir anket kullanılarak analitik betimsel yöntemi benimsemiş ve toplanan veriler SPSS 23 programında analiz edilmiştir. Araştırmacı 320 anket formu dağıtılmış, 295 adeti geri alınmış ve analiz için sadece yaklaşık 281 anket formu kullanılabilmiştir.

Çalışmanın sonuçları, rekabet avantajı bakımından ulaşmada sınırsız iyileşmenin önemli bir etkisinin olduğunu göstermiştir. Çalışma, tüm akademik liderlerin devlet üniversitelerine karar verme süreçlerine katılım ilkesinin uygulanmasının yanı sıra, zamanında ve yüksek kalitede gerekli olan işin tamamlanmasını kolaylaştırmak için kuruluşların güçlenmesini, geliştirilmelerini önermektedir.

Anahtar kelimeler: Sınırsız iyileştirme (UI), rekabet avantajı (CA).

JEL kodları: M1, M3

126

1. Introduction

Libya's higher education institutions are currently experiencing many of the challenges and constraints imposed by globalization and increasing technological developments, as well as the increase in global competition and the constant change in consumer behavior and requirements. For these institutions to excel in their field, to maximize their profits and to be at the top of the competitive institutions, they have had to make every effort to adopt new applications, innovative mechanisms, establish their bases in the institutions and apply them professionally and distinctly. As a means of sustaining and enhancing its competitive advantage and improving the level of its services to local and global markets.

TQM and its applications are an important input in achieving competitive advantage by adopting a new improvement tool that draws attention to the problems encountered by TQM and this tool is called unlimited optimization.

The concept of unlimited improvement has become one of the modern concepts adopted by the management in order to achieve the desired



performance, especially in this environment characterized by rapid transformations and modern technologies, which require continuous process as unlimited improvement includes all people, units, tools and applications to ensure customer satisfaction, Increase the profits of the institution, enhance its competitive position, and ensure its survival and continuity. Therefore, the institution should value this concept in a way that achieves a competitive advantage facing its current and potential competitors.

Higher education institutions in Libya face many challenges this is due to the rapid technological development in addition to the information and communications revolution. The political events that have taken place in the region have greatly influenced these institutions, as well as the low level of quality due to the poor quality of the services provided, which was reflected in the outputs. Therefore, these institutions should look for new practices and mechanisms that would Solve this problem, achieve its high competitive advantage both domestic and global, and ensure further development and improvement. In order to survive in the business battlefield, product or service quality has become a critical factor in maintaining a competitive edge, to outperform competitors. This is especially true if institutions in developing countries would like to participate in the international market (Chan, Chu, & Yuen, 2000).

127

Galperin & Lituchy (1999) also suggested that if firms whose cultures are more congruent with the TQM philosophy implement TQM, they will be more likely to improve the quality of their products and services, and therefore be competitive in the global marketplace.

The main problem of this study is about standing on the applications of TQM in the Libyan universities and their impact on the competitive advantage. This study was conducted to identify the impact of unlimited improvement on achieving competitive advantage in Libyan public universities.

2. Theoretical Framework

• Competitive Advantage

As firms are forced to respond efficiently and effectively to a changing business environment, one of the strongest challenges that firms face is gaining and developing competitive advantage, which may be defined as the



extent to which a firm is able to create and maintain a defensible position over its competitors (Tracey, Vonderembse, & Lim, 1999).

Creating a competitive advantage requires a determination of the factors that may put a firm in a better position in relation to its competitors in the marketplace. Four strategic capabilities which can be considered as competing priorities; low cost, differentiation, speed delivery, and flexibility are identified by (Connor, 2003; Wheelwright, 1984). In Porter's research, businesses that did not consciously adopt one of these strategies had no strategic advantage.

According to Porter (1985), competitive advantage can be defined as the advantage an organization has over its competitors. Competitive advantage gives an organization 'the edge' over its rivals and enables it to generate greater value for the organization itself and its shareholders. Over the last few decades, a range of studies has demonstrated that TQM has benefited organizations and given them this 'edge', by improving the quality of products and services, helping to provide superior products to customers, and increasing performance (Hoang, Igel, & Laosirihongthong, 2010). According to Dilek (2017:209-210), competitive power is being better or at least being at the same level according to rival firms while doing business and competing".

128

Unlimited Improvement

According to Korankye (2013) several quality tools and techniques have been employed to achieve this management objective and Total Quality Management (TQM) has proved to be among the most effective quality techniques that have been applied. Empirical studies have shown that the way organizations implement TQM can significantly affect the results and business impact, hence organizations need to take proper measure in implementing TQM in their organizations. For this reason, there is a new tool is an unlimited improvement, has been proposed by (Küçük, 2016b).

Unlimited improvement is a new improvement tool proposed, which draws attention to the problems encountered in TQM implementations, which may affect or limit the success of TQM, and eliminate all limitations encountered in continuous improvement efforts. This tool will make an important contribution to the improvement of organizational performance when it is used as a new improving tool and application. In unlimited improvement, all the people, phases and practices are targeted to be covered



by improvement, removal of all restrictions, elimination of obstacles, thereby expanding the scope of improvement. This may result in the best possible efficiency, effectiveness and quality level (Küçük, 2016b,335).

Unlimited improvement addresses all elements that affect organizational performance in scope and examined among the elements of the scale of the organization. Thus, all people, units, tools and applications are included in the improvement (Küçük, 2011).

The importance of unlimited improvement is mainly due to the problems encountered in TQM implementation and quality improvement only within certain limits and in a limited environment.

The main aim of unlimited improvement is to increase the productivity of the factor to the extent possible by extending the improvement to all the elements, and as a result, to ensure customer satisfaction and profit increase.

Finally, Unlimited improvement is not an alternative to continuous improvement or Kaizen. Unlimited improvement is a new tool that needs to be addressed together with its own perspective and application systematic (Küçük, 2016b,340-346).

129

• Competitive advantage & TQM applications

According to Tanninen, Puumalainen, & Sandström(2010), TQM practices can influence organizational performance and competitive advantage through two key processes. The first is via internal performance with an increase in efficiency, reduced waste and a higher return on assets. The second is via higher levels of customer satisfaction which in turn impacts positively on brand value and customer loyalty.

Similarly, according to Summers (2006), TQM practices can: lead to improvements in the quality of products; make better use of resources and reduce costs; and minimize errors and reduced delays which subsequently facilitate an organization to enhance competitive advantage to boost market share. According to Jiménez-Jiménez et al. (2015), TQM practices also have an impact on competitive advantage by facilitating organizational learning and promoting innovation.

A study conducted by Lamptey (2009) and cited by Andoh (2010) revealed that in Ghana, several organizations are underperforming. Most of these organizations especially service organizations treat customers like



beggars, forgetting that in this modern business world customers can make and unmake an organization and so organizations should place quality and its applications at the top of its priority table if they want to attain competitive advantage.

3. Aims of Study

This study aims to explore the impact that Unlimited Improvement (UI) has on achieving Competitive Advantage (CA) within the public Libyan universities, from the perspective of academic leaders.

4. Scope and Method of the Study

Application of the study on the sample from Libyan public universities and the variables which included in the study are unlimited improvement and competitive advantage and the sample of the study is represented by the academic leaders (dean, associate dean, heads of scientific and administrative departments) in the universities are under study.

The researcher used the descriptive analytical method, the questionnaire was used for data collection, analysis and hypothesis testing.

In this study, the questionnaire consists of two parts. The first part contains a general information regarding gender, age, educational level and years of experience. The second part developed to measure the relationship between unlimited improvement and competitive advantage.

Küçük (2016b) scale was used for unlimited improvement (independent variable) and the researcher used the five - point Likert scale in which 1=strongly agree, 5= strongly disagree (Küçük, 2016a: 81-83). The data obtained were analysed in SPSS 23.0 program. Validity and reliability were tested, and regression analysis was performed.

The study population consists of the academic leaders (dean, associate dean, heads of scientific and administrative departments), in Libyan public universities. The number of universities is 6. (320) copies of the questionnaire were distributed to the study sample and (39) copies were excluded because were invalid for the purposes of analysis.



5. Research Model

The model of the study is shown in Figure 1.

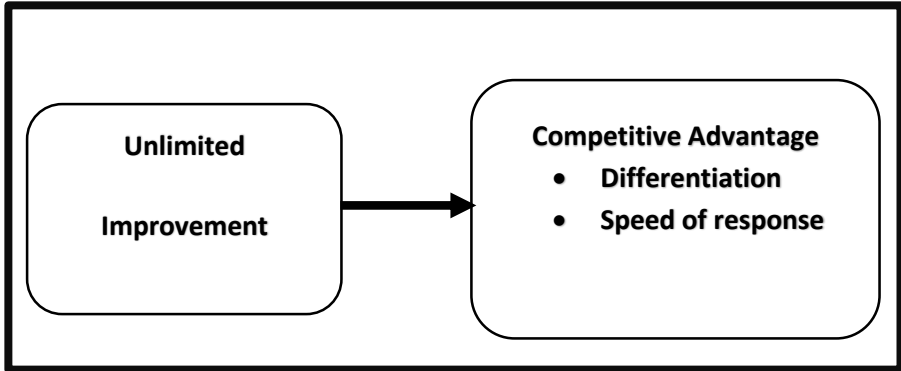


Figure 1. Research Model

As shown in Figure 1, there are two variables in the model. These; unlimited improvement and competitive advantage (differentiation and speed of response). The relationship between these variables is examined.

131

6. Hypothesis

In reviewing earlier studies, didn't found any research that directly examines the impact of unlimited improvement on competitive advantage.

Benshina (2008) state that there is a significant positive relationship between performance management and unlimited improvement and its components (planning, standardizing, and improving the quality of work, relationship with customer, human resources development and maintenance policy. Küçük (2011), (2016b), and Ay & Nurov (2017) determined that there is a relationship between unlimited improvement and organizational performance.

Experimental results to the study of Powell (1995) indicated that TQM can create competitive advantage. The studies by Anh & Matsui (2006) and Phan et al. (2011) on the Japanese manufacturing enterprises showed that TQM had an influence on competitive advantages in several ways. Abu-doleh (2012) state that TQM practices have significantly affected quality performance, especially about customer satisfaction, a company's image, employee quality awareness, and employee satisfaction. All TQM efforts will



be geared towards increasing the organization's efficiency and effectiveness, thus, increasing quality performance and enhancing the organizational competitiveness level. Based on the literature above, the following hypothesis is formulated:**H1:** There is a statistically significant impact of applying unlimited improvement on achieving competitive advantage.

7. Data Analysis

- Descriptive statistics of demographic variables

This section describes and distributes the individuals involved in the study according to gender, age, years of experience and educational level. The results obtained are displayed in the table below.

Table 1. Distribution Of The Individuals Of The Study

Variable	Category	Frequency	Percentage
Gender	Male	211	75.1%
	Female	70	24.9%
Total		281	100%
Age	Less than30 years old	18	6.4%
	From 30 – 40 years	128	45.65
	From 41 – 50 years	103	36.6%
	Over 50 years old	32	11.4%
Total		281	100%
Experience years	Less than 5 years	102	36.3%
	From 6-10 years	102	36.3%
	From 11-15 years	49	17.4%
	More than 16 years	28	10%
Total		281	100%



Table 1. Distribution Of The Individuals Of The Study (Cont.)

Variable	Category	Frequency	Percentage
Level of education	Higher Diploma	8	2.8%
	Bachelor	35	12.5%
	Masters	157	55.9%
	PhD	81	28.8%
Total		281	100%

From the Table above, we note the following:

- Most of the respondents from a male % by 75.1%
- Most respondents are over the age of 30 years
- About a two-thirds (63.7%) of the respondents had more than 6 years of experiences in their universities
- Most (84.7%) of the respondents held postgraduate degrees

133

- **Measures' Reliability and Validity**

A preliminary analysis consists of reliability tests and factor analyses to establish the quality of information of study variables which are represented by unlimited improvement and competitive advantage.

The statistics related to the exploratory factor analysis which reveal unlimited improvement and competitive advantage factors and factor loads represented by the participants are shown in Tables 2 and 3.



Table 2. Factors Analysis And Findings Related To Unlimited Improvement

Unlimited Improvement (UI)	Factor Loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Alpha α	Mean	KMO
1. All academic and administrative leadership participate in training	0.797	5.322	66.527	0.928	3.25	0.928
2. All academic and administrative leadership are included in improvement	0.785				3.18	
3. Organizational structure is included in improvement	0.829				3.10	
4. All occupations are included in improvement	0.850				2.96	
5. All tools are included in upgrade	0.803				3.06	
6. All processes are included in improvement	0.828				2.97	
7. All applications are included in upgrade	0.809				2.95	
8. All suppliers are included in improvement	0.821				3.04	



*The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage A
Field Study in Libyan Public Universities
(ss.125-142) N. Abdullah and A. Kotara*

As can be seen from Table 2 since the factor loadings of all expressions are over 0.5, the scales can be considered stable and appropriate for the analysis. The eigenvalues were 5.322 and the eigenvalues greater than 1 indicate that this study is scientifically appropriate and that the scales are valid and reliable. The Cronbach's alpha coefficient was found to be 0.928 between (0,80 and 1) so the scale was highly reliable (Küçük, 2016: 228-232) .

Factors analysis and findings related to competitive advantage showed by Table 3.



*The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage A
Field Study in Libyan Public Universities
(ss.125-142) N. Abdullah and A. Kotara*

Table 3. factors analysis and findings related to competitive advantage

Competitive Advantage (CA)	Factor Loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Alpha α	Mean	KMO
Differentiation (D)						
1. University is distinguished from other universities with new programs	0.771	3.433	59.001	0.891	2.91	0.898
2. University adopts strict quality assurance specifications and standards	0.772				3.04	
3. University encourages its professors to improve the educational services and services of students	0.673				3.02	
4. University has an annual program to improve the scientific achievement of professors	0.712				2.93	
5. University is collaborating with prestigious universities to improve their quality of education	0.700				3.00	
6. University has a clear direction to get quality awards and differentiation	0.757				2.95	
Speed of Response (SR)						
7. University is characterized by rapidly responding students' needs	0.710				3.11	
8. University is characterized by rapidly responding in time according	0.675				3.11	
9. Over past period, University has responded rapidly to all accreditation requirements	0.741				3.19	
10. I think that university is the most responsive to the demands and needs of faculty members	0.637				3.19	
11. University is characterized by rapidly responding in adopting the latest information technology	0.741				3.09	
12. University has a wide range of scientific activities	0.695	3.12				



As can be seen from Table 3, since the factor loadings of all expressions are over 0.5, the scales can be considered stable and appropriate for the analysis. The eigenvalues were 3,433 and the eigenvalues greater than 1 indicate that this study is scientifically appropriate and that the scales are valid and reliable. The Cronbach's alpha coefficient was found to be 0.89 between (0,80 and 1) so the scale was highly reliable (Küçük, 2016: 228-232).

- Testing hypothesis of the study

Before the simple linear regression analysis, the correlation coefficient was used to describe the association between Unlimited Improvement and Competitive Advantage as shown in table 4.

Table 4. Correlation Of Factors

Variables		1	2	M	S. D
1	Unlimited Improvement	1		3.064	.657
2	Competitive Advantage	.850**	1	3.054	.565
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)					

As the correlation matrix highlights Unlimited Improvement were positively and significantly linked to Competitive Advantage. This result may be explained essentially by the fact that applying Unlimited Improvement provide favorable terrain to achieve Competitive Advantage.

Simple Linear Regression was carried out to comprehend the link between the degree of applying unlimited improvement and achieving competitive advantage. The results are summarized in Table 5.

H1: There is a statistically significant impact of applying unlimited improvement on achieving competitive



Table 5. Results Of The Simple Regression Analysis To Test The Impact Of Unlimited Improvement On Competitive Advantage

Variables	B	t-value	Sig
Unlimited Improvement	.850	26.919	0.000

Overall model $F= 724.650$; $p < 0.001$; $R = 0.850$;

$R^2 = 0.722$; Adjusted $R^2 = 0.721$

Independent variable: UI, Dependent variable: CA

Table (5) indicates the results of simple regression for testing the effect of unlimited improvement on competitive advantage. According to the results included in the table above the value of R^2 expresses the percentage of variation in the dependent variable (competitive advantage) that could be referred to the independent variable (unlimited improvement). Accordingly, unlimited improvement explains a percentage of 72.2 %.

138

The T statistics test the linearity significance of unlimited improvement in relation to the dependent variable. Unlimited improvement showed a significant linearity importance in the prediction model, the magnitude of its effect on the dependent variable reflected from beta (β) coefficient as (0.850) it was statistically significant because the related probability value (sig. T) was ≤ 0.01 .

A significance of this impact is confirmed by the calculated F value (724.650) which is a significant at level ($\alpha \leq 0.01$), this ensures validity of this hypothesis. Since the value is $0.001 < 0.005$, the hypothesis is a significant and accepted (Küçük, 2016a: 245-249).

8. Results

According to research findings; TQM studies and the unlimited improvement practices implemented in this framework are important, and organizations need to benefit even more from unlimited improvement in their quality improvement activities and practices in people, tools and processes on a regular basis.

The results of this study are summarized as follows:



- * The level of evaluation of competitive advantage in the target universities is moderate (M= 3.054)
- * The level of applying unlimited improvement is moderate (M= 3.064).
- * There is a statistically significant impact of unlimited improvement on achieving competitive advantage at level (0.01).

9. Discussion

The main purpose of this study is to examine the effect of unlimited improvement on achieving competitive advantage in the Libyan public universities. As results are shown in the table (5) validity of this hypothesis which indicates that "There is a significant effect of unlimited improvement on achieving competitive advantage in the Libyan public universities at level ($\alpha \leq 0.01$)".

The value of R2 expresses the percentage of variation in the dependent variable (competitive advantage) that could be referred to the independent variable (unlimited improvement). Accordingly, unlimited improvement explains a percentage of (72.2 %) of the variance in competitive advantage. The value of calculated F equals (724.650) with the significant F equals (0.000) which is (≤ 0.01). Therefore, unlimited improvement has a significant positive effect on the competitive advantage in the Libyan public universities.

139

This result is in line with the findings of the study of (Abu-rumman, 2018) which concluded that there was a positive effect in terms of the competitive advantage within the Engineering, Electronics, and IT Industrial Sectors in Amman due to the implementation of TQM practices, and that positive effects were mostly observed in terms of financial results due to increased productivity, quality improvement, a stronger organizational quality culture, reduced wastage, and increased employee satisfaction.

It also agrees with the study of (Munizu, 2013) which showed that total quality management has a qualitative positive effect on both competitive advantage and organizational performance. It also agrees with the study of (AL-Qudah, 2012) which showed that there is the impact of TQM practices on the competitive advantage and that the focus on the customer has had the greatest impact on the competitive advantage followed by the management of individuals and leadership.



10. Suggestions

Based on the findings of the study, the following suggestions can be made:

- * Focusing on the customer (the student) and studying his behaviour, his impressions and his criticisms of the product or service, which constitute a strong opportunity to create and develop new products and services.

- * The pursuit of customer satisfaction (the student), because it is the only way to ensure the profitability of the institution, survival, and continuity.

- * Universities should design training programmes on TQM and its applications and should be regularly organized for all staff. This will ensure that best practices of TQM are also implemented to sustain the competitive advantage.

- * Universities should seek to regularly interact with all customers (student) and other stakeholders, giving them advice, and soliciting feedback on the services which provide by them.

- * The principle of the participation of all academic leaders in public universities should be activated in decision-making processes, as well as increasing their empowering to facilitate the completion of the work required on time and at a high quality.



*The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage A
Field Study in Libyan Public Universities
(ss.125-142) N. Abdullah and A. Kotara*

References

- Abu-Doleh, J. D. (2012). Human Resource Management And Total Quality Management Linkage – Rhetoric And Reality Evidence From An Empirical Study.
- Abu-Rumman, A. (2018). Tqm And Competitive Advantage : Experiences Within The Engineering , Electronics , And It Industrial Sectors In Amman. *Excellence In Services 21th International Conference*, (December), 0–12.
- Al-Qudah, K. A. M. (2012). The Impact Of Total Quality Management On Competitive Advantage Of Pharmaceutical Manufacturing Companies In Jordan. *Perspectives Of Innovations, Economics & Business*, 12(3), 76–85.
- Anh, P. C., & Matsui, Y. (2006). An Empirical Analysis Of Quality Management Practices In Japanese Manufacturing Companies. *Proceedings Of The 11th Annual Conference Of Asia Pacific Decision Sciences Institute*, 126–137.
- Ay, O., & Nurov, G. (2017). Impact Of Unlimited Improvement On Organization Performance: An Application. *The International New Issues In Social Sciences*, 4(4), 89–95.
- Benshina, K. (2018). The Relationship Between Unlimited Improvement And Business Performance. *Theinternational New Issues In Social Sciences Journal*, 6(1), 85–94.
- Chan, M. Y., Chu, F. W., & Yuen, C. K. (2000). A Successful Tqm Project In China. *International Journal Of Commerce And Management*, 10(2), 75–90.
- Chi, T., Kilduff, P. P. D., & Gargeya, V. B. (2009). Alignment Between Business Environment Characteristics, Competitive Priorities, Supply Chain Structures, And Firm Business Performance. *International Journal Of Productivity And Performance Management*, 58(7), 645–669.
- Connor, T. (2003). Managing For Competitiveness : A Proposed Model For Managerial Focus, 207, 195–207.
- Dilek, S. (2017). Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi. Seçkin Yayınları. Galperin, B. L., & Lituchy, T. R. (1999). The Implementation Of Total Quality Management In Canada And Mexico : A Case Study, 8, 323–349.
- Hoang, D. T., Igel, B., & Laosirihongthong, T. (2010). Total Quality Management (Tqm) Strategy And Organisational Characteristics : Evidence From A Recent Wto Member. *Total Quality Management*, 21(9), 931–951.
- Jiménez-Jiménez, D., Martínez-Costa, M., Martínez-Lorente, A. R., & Rabeh, H. A. D. (2015). Total Quality Management Performance In Multinational Companies: A Learning Perspective. *The Tqm Journal*, 27(3), 328–340.
- Korankye, A. A. (2013). International Journal Of Asian Social Science Total Quality Management (Tqm): A Source Of Competitive Advantage . A Comparative Study Of Manufacturing And Service Firms In Ghana. *International Journal Of Asian Social Science*, 3(6), 1293–1305.
- Küçük, O. (2016a). Scientific Research Methods. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Küçük, O. (2016b). TQM, Total Quality Management Efqm Excellence Model Unlimited

*The Impact of Unlimited Improvement on Achieving Competitive Advantage A
Field Study in Libyan Public Universities
(ss.125-142) N. Abdullah and A. Kotara*

Improvement, Seçkin Ed., Ankara.

- Küçük, O. (2011). A New Practice Of Total Quality Management: Unlimited Improvement Abstract, 4(2), 257–268.
- Munizu, M. (2013). The Impact Of Total Quality Management Practices Towards Competitive Advantage And Organizational Performance : Case Of Fishery Industry In South Sulawesi Province Of Indonesia The Impact Of Total Quality Management Practices Towards Competitive Advantage. *Pakistan Journal Of Commerce And Social Sciences*, 7(1), 184–197.
- Phan, A. C., Abdallah, A. B., & Matsui, Y. (2011). Quality Management Practices And Competitive Performance: Empirical Evidence From Japanese Manufacturing Companies. *International Journal Of Production Economics*, 133(2), 518–529.
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance. *The Free Press, New York, Ny*.
- Powell, T. C. (1995). Total Quality Management As Competitive Advantage: A Review And Empirical Study. *Strategic Management Journal*, 16(1), 15–37.
- Tanninen, K., Puumalainen, K., & Sandström, J. (2010). The Power Of Tqm : Analysis Of Its Effects On Profitability , Productivity And Customer Satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(2), 171–184.
- Tracey, M., Vonderembse, M. A., & Lim, J.-S. (1999). Manufacturing Technology And Strategy Formulation : Keys To Enhancing Competitiveness And Improving Performance. *Journal Of Operations Management*, 17(4), 411–428.
- Wheelwright, S. C. (1984). Manufacturing Strategy: Defining The Missing Link. *Strategic Management Journal*, 5(October 1982), 77–91.

142



The Relationship Between Health Service Quality And Patient SatisfactionEman Emsemeir¹**Abstract**

The aim of the study is to find if there is relationship between patient satisfaction and health service quality in Anadolou hospital Kastamonu-Turkey.

The satisfaction with any service is relative, varies from person to person and from age to else it is genus to another, as many factors, quality is the highest score in the Satisfaction and satisfaction is also the highest score in quality. A cross sectional was conducted by examine random sample of a Libyans families who lived in Kastamonu city- Turkey , they received a questionnaire , the main mass of the study was 85 ,the data collection tool in the study was questionnaire and the scale used for questionnaire was likert scale.

The study showed that there is a strong relationship between service quality and patient satisfaction . the study suggested to carried out more detailed studies and using personal interview technic, the study found that the sample were unsatisfied about waiting time at doctor's office so, it suggested to improve this aspect in the hospital.

Key words: Hizmet, kalite, service quality, patient satisfaction.

Jell Code:M12

¹ Kastamonu University ,Institute for Social Science, Department of Management
yomnayusuf@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı Kastamonu-Türkiye özel Hastanesi'nde hasta memnuniyeti ile sağlık hizmeti kalitesi arasında ilişki olup olmadığını bulmaktır.

Herhangi bir hizmetten memnuniyet görecelidir, kişiden kişiye değişir ve yaştan başka bir cinsten diğerine değişir, çünkü birçok faktör, kalite, memnuniyet ve tatminde en yüksek skor, aynı zamanda kalitedeki en yüksek skordur. Kastamonu ili Türkiye'de yaşayan bir Libyalıların ailelerinin rastgele örneklemini incelemek suretiyle kesitsel bir anket yapıldı, anket aldı, çalışmanın ana kütlesi 85, çalışmada veri toplama aracı anket ve anket için kullanılan ölçek likert ölçeğidir.

Çalışma, hizmet kalitesi ile hasta memnuniyeti arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. çalışma daha ayrıntılı çalışmalar ve kişisel mülakat tekniğini kullanarak yürütülen önerdi, çalışma örnek doktor ofisinde bekleme süresi hakkında tatminsiz bulundu, Bu nedenle, hastanede bu yönünü geliştirmek için önerdi.

Anahtar kelimeler: Hizmet, kalite, hizmet kalitesi, hasta memnuniyeti.

1. Introduction

Recent decades have witnessed an important development in the area of services, creating fierce competition among providers, and in these circumstances there became awareness among researchers and those interested in the activities of the importance of service quality in the provision of services and their impact on customer satisfaction in order to create a competitive advantages and increase profitability for service organizations .

2. Theoretical Framework

In fact, the services are characterized and different from material goods in several fundamental and important points, and dragged about this distinction and differences exist division varied and multiple services . Among those subdivisions in the area of services which is called health services and that of the most important social services provided by the country. Since competition among health care institutions depends on the satisfaction of patients, health care organisations that don't understand the importance of patient satisfaction that are less likely to succeed (Demirer & Bülbül, 2014) So, marketing management turned its focus to external interest like satisfaction of customer rather than internal performance) (Sharma, 2017)

According to (Küçük, 2011) quality is defined as conformity to customer expectations or the sum of all the expectations the customer expects from the



product. Perceived quality: The customer often perceives the quality of a product but is influenced by the past experiences of the related brand's other products. Besides, advertising etc. other factors also change customer quality perception. (Özkan, 2008). It's difficult to explain what is the meaning of service, because most of the products contain a combination of goods element and service element, wherefore customer satisfaction can only be achieved by providing the goods and services required by the customer at any time and place (Küçük, 2012).

Service quality as "difference between customer's expectations for service performance prior the service encounter and their perceptions of the service received" (Dehghan, 2006), quality of service is the sum of quality, appropriate time, speed, cost and delivery to meet the expectations of the customer (Küçük, 2011).

According to (Küçük, 2016) satisfaction is the acceptance that any action against the product, service, or counter-action is satisfactory, that it is adequate. patient satisfaction is defined as a positive evaluations of different dimensions of health care service (the service that is evaluated could be an one clinic visit, treatment during a disease case, a specific health care regulation or plan, or health care system is general. (Powell, 2001) on the other hand, patient satisfaction the response of health care recipients to health service providers, according to his previous experience, patient satisfaction is the emotional response of the patient to evaluate the quality of the performance of health service providers during his experience in receiving the service. according to his basic knowledge or knowledge in this field. (Shariaa, Ghani, Khalid, Motawea, & Abed, 2014)

More specifically key components of patient satisfaction are: The medical care quality, that includes qualified health professional, appropriate infrastructure and health services, sufficient diagnostic and therapeutic procedures, enough information on disease and therapy, halves in the accessibility to diagnostic, therapeutic and preventive measures, sensible costs and affordable health insurance system for the individual and the community, Acceptable "waiting time" and appropriate "hostelry", Participative approach of care and prevention (integration of the patient and his family in the decision procedures).

The measurement of patient satisfaction has importance to the health sector which allows to describe its work, also assess the quality of care and to



recognize the existing problems in the health sector. (Mpinga & Chastonay, 2011). Essentially, there are two methods for assessing patient satisfaction which they are qualitative and quantitative methods . the accurate methods to measure patient satisfaction are given by quantitative approach .the most common assessment tool for carrying on patient satisfaction studies are standardized questionnaires . .(Al-Abri & Al-Balushi, 2014)

The quality of health service is not only important for health care providers and patients , but also for governments , quality health services will contribute to making people healthier and happier . healthy and happy people will allow governments to vote both in elections and to reduce health spending, and the importance of the health sector and the role of hospitals as a service sector which has a great importance in the economic and social development of countries . In addition, to know the level of quality of services in private hospitals and the satisfaction . Therefore, quality of health services and patient satisfaction in health care services is becoming an important issue. (Dursun & Çerçi, 2004)

3. Aim of The Study

The main purpose of this research is to find if there is a relationship between service quality and patient satisfaction and this examined by disclosing the patient's view of the dimensions of health service they received , and then the study attempt to of patients with the quality of services provided to them in these hospitals .

Provide some solutions and proposals contributes to the possibility of improving and developing the reality of health services in private hospitals and examining the relationship between the quality of services perceived by the contribution of the Anadolu hospital and the satisfaction of patients about it

4. Methodology and Scope of The Study

One of the limitations in this study was that there were Libyan families from the city of Kastamonu traveling to Libya, so we could not obtain a large number of participants in the study sample. We also had to do paper questionnaires and delivered them by hand instead of sending them by e-mail so that they would not be neglected, because of that the distribution and the collection of questionnaires takes a long time. In spite of all this, there were those who did not answer all the questions, or who returned the questionnaire empty without any answer, and Some of them lost the questionnaire and did not return it.



The research was conducted on Anadolou hospital in Kastamonu city. The sampling method is examined in the form of random sampling, a random sample of Libyans families who lived in Kastamonu city, 90 people received an answer, 5 form values are removed, and 85 values was analysed which the sample were considered to represent the main mass in this research, the main mass can represent a very large data set. The main mass is not homogenous and cannot be examined at the same time, it's necessary to select a group of qualitative and quantitative representations of the main mass from within the main mass in cases. (küçük, 2016)

5. Model of The Study

Patient satisfaction is, in general, based on whether a given service meets the patient's expectations or the patients perceive the service provided. The quality of the service is mainly determined by the level of satisfaction of the patient and all the activities from the application of the patient to the receipt of the results of diagnosis, treatment and care play an important role (Aksarayli & Kidak, 2008). according to published definitions, service quality seems to be an unverified paradigm. in other words, when compared to expectations, perceptions are higher (negative dissatisfaction), lower (positive dissatisfaction) or equal (approval). The definition of service quality will be the art of having the right thing, at the right time, in the right way, for the right person, and the best possible outcome will have. (Wesso, 2014). the research model is shown in the figure 1.

147

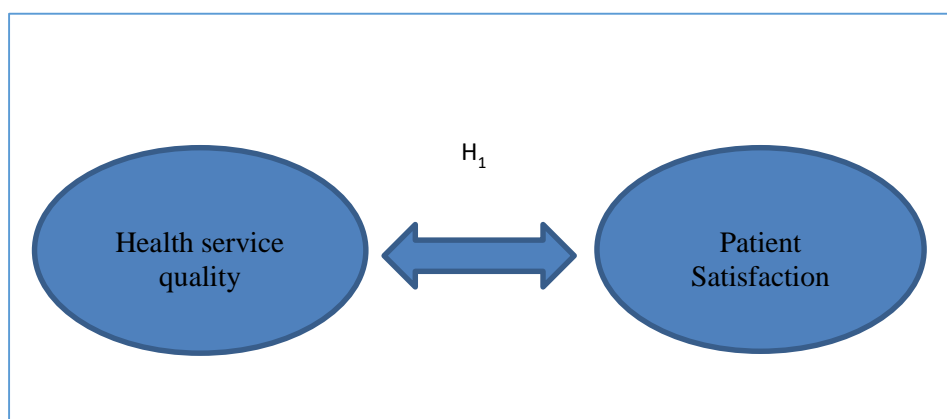


Figure 1. Research Model



In this research the data collection method was survey method which is the most commonly used method, the survey method widely used in defining customer expectations and satisfaction levels. The data collection tools was questionnaire, the data collection is meant to be convenience by means of the survey as well as the meaning, but it's important to know the reality in order for intermediate crop to reach the result to be able to analyse the obtained data to present a conclusion in the frame of the objectives, the data setting agent must be correctly identified (Orhan Küçük, 2016). The questionnaire of this study consists of three parts, in the first part, general information about the patient and questions about demographic data. The second part of the questionnaire was about health service quality, and the researcher used SERVEQUAL scale in this part, the last part about the patient satisfaction and in this part of questionnaire the researcher improved it from literature review.

The survey was conducted by patients who visit Anadolou hospital in Kastamonu city, the scale used in this questionnaire is Likert scale, which is a measure based on the choice of alternatives as (1 -totally agree, 2- agree, 3- no idea, 4- totally disagree, 5- disagree) that include sorting to determine the level of importance of judgments, statements (Küçük, 2016).

6. Hypothesis of Research

(Dehghan, 2006) The study was about "relationship between service quality and customer satisfaction: In the case of CCG (customer centric group) CO. The aim of the study was to had better understanding of service quality dimensions that affect customer satisfaction from customer view, in this study a qualitative approach was used, the empirical data were collected by interviews with 10 people, the research conducted that the all dimensions of quality performance had strong impact on customer satisfaction.

(Rad, Som, & Zainuddin, 2010) the study was about "service quality and patients satisfaction in medical tourism" the aim of this study is to examine the effect of health care service quality on the satisfaction of medical tourists who come as international patients to Malaysia, they findings demonstrated that there is a positive relationship between health care service quality and patient satisfaction.

(Wesso, 2014) studied the perceived quality of health care services and patient satisfaction in South African public hospitals, this study determined



that there are considerable differences between the perceived and expected service quality for all dimensions, and its suggested relationships between dimensions of services.

(Aliman & Mohamad, 2016) the study was about “linking service quality, patient satisfaction and behavioural intentions: An investigation on private health care in Malaysia, the study /used survey questionnaire to collect data and multiple regressions for testing the hypothesis , the study found that service factors had a positive relationship with patient’s satisfaction and both of them were strongly related to behavioural intentions.

H₁: There is a relationship between health service quality and patient satisfaction .

7. Analysis

Table 1. shows the factor analysis for quality scale



Table 1. The Factor Analysis for Quality Scale

Factors and variables	Factor loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
QUALITY		12.067	54.851	0.960		0.925
1.this hospital has up-to-date equipment	0.728				3.04	
2.the hospital's facilities are visually appealing	0.830				2.94	
3.the hospital's employees are well dressed and appear neat.	0.817				2.85	
4. the appearance of the physical facilities of the hospital is keeping with the type of services provided.	0.787				2.84	
5.when hospital promises to do something by certain time, it does it.	0.806				2.92	
6.when you have problems ,hospital is sympathetic and reassuring	0.786				2.88	
7. this hospital is dependable	0.766				2.81	
8.this hospital provides its services at the time it promises to do so.	0.830				2.92	



Table 1. The Factor Analysis for Quality Scale (continuous)

Factors and variables	Factor loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
9.this hospital keeps its records accurately.	0.736	12.067	54.851	0.960	2.96	0.925
10.this hospital does not tell patients exactly when services will be performed.	0.624				2.99	
11.patients don't receive prompt service from hospital's employees.	0.704				2.88	
12.employees of hospital are not always willing to help patients.	0.695				2.88	
13.employees of hospital are too busy to respond to patient requests promptly.	0.704				2.95	
14.you can trust employees of hospital.	0.678				2.91	
15.you feel safe in your transactions with hospital's employees.	0.648				2.89	
16.employees of hospital are polite.	0.763				2.91	
17.employees of hospital have adequate support from their hospital to do their jobs well.	0.616				3.02	



Table 1. The Factor Analysis for Quality Scale (continuous)

Factors and variables	Factor loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
18.this hospital doesn't give individual attention to the patients.	0.841				2.99	
19.employees of the hospital doesn't give the patients personal attention.	0.701				2.76	
20.employees of hospital doesn't know what the needs of the patients	0.724				2.92	
21.this hospital doesn't give the patients best interests at heart.	0.639				2.98	
22.this hospital doesn't have operating hours convenient to all their patients.	0.801				2.91	

152

Table 1 as we can see, the KMO sampling adequacy criterion was found to be above 0,80 , The fact that the KMO value is above 0,80 indicates that it is very good and excellent. Since the eigenvalue >1 and factor loads are above 0,40, it is also decided that the scale of quality is reliable. The value of Croanbach Alpha ,which indicates that the scale is reliable, was found as 0,960.



Table (2) Factor Analysis for Satisfaction Scale

Factors and variables	Factor loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
Satisfaction		9.072	56.699	0.947		0.928
1.admission is fitted with home arrangements.	0.621				3.00	
2.staff careful to check everything on admission.	0.794				2.99	
3.care I received was just about perfect.	0.773				2.96	
4.I have all the equipment necessary to care for me.	0.666				2.89	
5.my doctor explains things in away is easy for me to understand.	0.751				2.82	
6.I'm confident of my doctor's knowledge and skills.	0.703				2.85	
7.my doctor listens carefully to me.	0.772				3.12	
8.doctors are good about explaining the reasons for medical tests.	0.799				3.04	
9.sometimes doctors make me wonder if their diagnosis is correct.	0.805				2.89	
10.I have to pay for more of my medical care than I can afford.	0.853				2.75	
11.people have to wait too long time for emergency treatment.	0.809				2.80	
12.I find it hard to get an appointment for medical care right away .	0.794				2.84	



Table (2) Factor Analysis for Satisfaction Scale (cont.)

Factors and variables	Factor loads	Eigen value	variance Explanation rate (%)	Cronbach's alpha	Mean	KMO
13.I am dissatisfied with something about the medical care I received.	0.838				2.82	
14.I'm very satisfied with the medical care I receive.	0.834				2.91	
15.it is easy for me to get medical care in an emergency.	0.582				3.11	
16.I'm usually kept waiting for long time when I'm at doctor's office.	0.571				3.18	

For the Table 2, which examining the scale of patient satisfaction, The scale consists of 5 questions. The scale describes 56.69% of the total variance. As shown in the table, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sample adequacy criterion was 0.928. This result shows the is above 0,80 indicates that it is very good and excellent. The Barlett test (Barlett test of diversity) is within acceptable limits ($p < 0.000$). The Cronbach alpha value, which demonstrates reliability in the test, was 0.947. According to the result, the scales are reliable. Thus, it was decided that the scale was reliable and valid and that it could be used in scientific research and analysis (Küçük, 2016).

After calculating the overall mean of the transitions that represent the quality of service and the variables that represent the satisfaction of the patients and calculated the correlation coefficient between the converts we obtained the following table:



Table (3) Correlation Between Quality Service And Patient Satisfaction

Correlations		quality	satisfaction
quality	Pearson Correlation	1	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
satisfaction	Pearson Correlation	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

The for correlation value as for (orhan küçük, 2016) if :

$r > 0,80$ = very strong relationship.

$0,60 < r < 0,80$ = strong relationship.

$0,40 < r < 0,60$ = relationship.

$0,20 < r < 0,40$ = weak relationship.

$r < 0,20$ = no relationship.

So, there is a strong relation

Hypothesis accepted

The above table shows that the correlation coefficient between quality of service and patient satisfaction a strong relationship.

8. Result

The study found that there is strong relationship between service quality and patient satisfaction,

And also about the attention of hospital for the patients, the willing of



employee to help patients, the appealing of facilities of hospitals for the external appearance and refinement of staff and appropriate services of the hospital with its facilities to meet the hospital promises and the preservation of the hospital files correctly, the sample of the recent study are satisfied about those statement.

9. Discussion

Recent study showed for the satisfaction about the quality of service at the Anadoul 's hospital that the most of the sample of the study are satisfied about the appealing of facilities of hospital, the attention of hospital for the patients, the willing of employee to help patients, As for the external appearance and refinement of staff and appropriate services of the hospital with its facilities to meet the hospital promises and the preservation of the hospital files correctly, the sample of the recent study tends to satisfaction about those aspects , while the sample tended to be unsatisfied for waiting time at doctor's office.

(Dursun & ÇERÇİ, 2004) A research on perceived health service quality, perceived value, patient satisfaction and behavioural intentions. showed that the patient satisfaction and behavioural intention in health care services have significant positive correlations with other variables, which compatible with the result of our study as well as (Rad et al., 2010). which revealed that service quality have a positive influence on customer satisfaction and it illustrated the positive interrelation between patient and service care provider, also the finding of this study showed that there was significant relationship between responsiveness of hospital and patient satisfaction, and there was a positive relationship between patient satisfaction and the empathy of the medical staff, and (De Man, Gemmel, Vlerick, Van Rijk, & Dierckx, 2002), (Abdelhafez et al., 2012), (Aliman & Mohamad, 2016) on private healthcare in Malaysia, (Yağcı & Duman, 2006) found a relationship between patient satisfaction and the quality of services in a study about service quality - customer satisfaction relationship by hospital types: state, private and university hospitals practice.

For (Agbor, 2011) the relationship between customer satisfaction and service quality: a study of three Service sectors in Umeå, revealed that there is significant relationship between service quality and customer satisfaction which agree with our study some result recorded by (Şişe & Altınel, 2012) in university hospital, although the level of satisfaction of patients is high in this



study, patients are not satisfied with physical conditions of hospital On the contrary with this study.

while (Aljeesh & Alkariri, 2015) studied patients' satisfaction with the quality of health services provided at the outpatient department at Al-Shifa Hospital, which is revealed the highest level of satisfaction declared by patients expectation dimension whereas ,the lowest level of satisfaction was revealed by the waiting time dimension , which is consistent with our study . Moreover Patients' satisfaction for health care services at Thi-qar province, Iraq this study founded that about the half of the samples of study were un satisfied or very un satisfied with health care services provided at five health care facilities (Sa'adoon, Hussien, & Museher, 2008).

10. Suggestions

This study aimed to measure the relationship between health service quality and patient satisfaction in Anadolu hospital at Kastamonu city ,the data collected by distributing a questionnaire to 85 people who are Libyan families lives in Kastamonu city . In view of the importance of hospitals in the health sector and their role in services that affect the economic development of countries, as well as the increase of diseases, injuries and accidents, all of this made it important to study the quality of health services provided and their relationship with patient satisfaction.

As a result, according to data analysis the hypothesis of this study was accepted . Suggestions that will guide the researchers in future research can be listed as follows:

*This study is located at a private hospital Whose services do not benefit all strata of society , so the findings would be different if it accomplished at governmental hospital .


*Conduct further studies in this area in a more in-depth manner and also use more detailed questionnaires.

*This study was carried out only in Anadolu hospital ,therefore it may be more useful to conduct future studies at more than one hospital .

*This study emphasized that the sample was unsatisfied about waiting time at doctor's office and This will help to improve and develop hospital services in this regard in the future .

*Further studies on the subject of patient satisfaction can be done with





*The Relationship Between Health Service Quality And Patient Satisfaction
(ss.143-160) Eman Emsemeir*

other subjects .

*Such a study can be conducted using a personal interview technique.

The scope of the study can be extended to include the effect of age, gender, and occupation of patient on satisfaction with quality of health service.



References

- Abdelhafez, A. M., Al Qurashi, L., Al Ziyadi, R., Kuwair, A., Shobki, M., & Mograbi, H. (2012). Analysis Of Factors Affecting The Satisfaction Levels Of Patients Toward Food Services At General Hospitals In Makkah, Saudi Arabia. *American Journal Of Medicine And Medical Sciences*, 2(6), 123-130.
- Agbor, J. M. (2011). The Relationship Between Customer Satisfaction And Service Quality: A Study Of Three Service Sectors In Umeå.
- AKSARAYLI, M., & KIDAK, L. B. (2008). Yatan Hasta Memnuniyetinin Değerlendirilmesi Ve İzlenmesi: Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Uygulaması.
- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2016). Linking Service Quality, Patients' Satisfaction And Behavioral Intentions: An Investigation On Private Healthcare In Malaysia. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 224, 141-148.
- Aljeesh, Y. I., & Alkariri, N. (2015). رضا المرضى عن جودة الخدمات الصحية المقدمة في قسم العيادة الخارجية التابع لمستشفى الشفاء. *IUG Journal Of Natural Studies*, 18(2).
- De Man, S., Gemmel, P., Vlerick, P., Van Rijk, P., & Dierckx, R. (2002). Patients' And Personnel's Perceptions Of Service Quality And Patient Satisfaction In Nuclear Medicine. *European Journal Of Nuclear Medicine And Molecular Imaging*, 29(9), 1109-1117.
- Dehghan, A. (2006). Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction: In The Case Of CCG (Customer Centric Group) CO. 159
- Demirer, Ö., & Bülbül, H. (2014). Kamu Ve Özel Hastanelerde Hizmet Kalitesi, Hasta Tatmini Ve Tercihi Arasındaki İlişki: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2), 95-119.
- Dursun, Y., & ÇERÇİ, U. M. (2004). Algılanan Sağlık Hizmeti Kalitesi, Algılanan Değer, Hasta Tatmini Ve Davranışsal Niyet İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(23).
- Küçük, O. (2012). *Kalite Kontrol Ve Kalite Güvence Sistemleri*: Seçkin.
- Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Bursa: Ekin
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service Quality, Consumer Satisfaction And Loyalty In Hospitals: Thinking For The Future. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 40, 261-269. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Mpinga, E. K., & Chastonay, P. (2011). Patient Satisfaction Studies And The Monitoring Of The Right To Health: Some Thoughts Based On A Review Of The Literature. *Global Journal Of Health Science*, 3(1), 64.
- Naktiyok A., Küçük O., "İşgören (İç Müşteri) ve Müşteri (Dış Müşteri) Tatmini, İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri: Amprik Bir Değerlendirme", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, ISSN 1300-4646, Cilt: 17, Sayı: 1-2, ss. 225-245 (2003).
- Özkan, Y. (2008). *Toplam Kalite*: Sakarya Yayıncılık.
- Powell, L. (2001). Patient Satisfaction Surveys For Critical Access Hospitals. *Powell L. Patient Satisfaction Surveys. Why Evaluate Patients' Satisfaction*. Idaho, Mountain States Group, Inc, 2-4.



*The Relationship Between Health Service Quality And Patient Satisfaction
(ss.143-160) Eman Emsemeir*

- Rad, N. F., Som, A. P. M., & Zainuddin, Y. (2010). Service Quality And Patients' Satisfaction In Medical Tourism. *World Applied Sciences Journal*, 10(1), 24-30.
- Sa'adoon, A., Hussien, A., & Museher, T. (2008). Patients' Satisfaction For Health Care Services At Thi-Qar Province, Iraq. *Thi-Qar Med J (TQMJ)*, 2(1), 39-45.
- Shariaa, A. S. A., Ghani, Z. A., Khalid, M. Y., Motawea, M. M., & Abed, Y. A. (2014). Patients' Satisfaction With The Quality Of Health Services In The Palestinian Hospitals.
- Sharma, P. (2017). *Service Quality And Customer Behaviour Intentions In Indian Telecom Sector*. Paper Presented At The Proceedings Of IEEEFORUM International Conference.
- Şiše, Ş., & Altinel, E. C. (2012). Bir Üniversite Hastanesinde Yatan Hasta Memnuniyeti. *Selçuk Tıp Dergisi*, 28(4), 213-218.
- Wesso, A. D. (2014). The Perceived Quality Of Healthcare Services And Patient Satisfaction In South African Public Hospitals: Ljubljana, South Africa: Faculty Of Economics, University Of Ljblajana.
- Yağcı, M. İ., & Duman, T. (2006). Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel Ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması.



**Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama**Sevcan Tin¹**Özet**

Kadınların çalışma hayatına girmesiyle beraber iş hayatında şüphesiz yeni gelişmeler yaşanmaktadır. Kadınların ev işleri ve çocuk bakımı gibi toplumumuzda daha çok bayanlarla özdeşleşen sorumluluklarına ek olarak belirli bir ücret karşılığında çalışma isteği, her geçen gün artmaktadır. Kadınların iş hayatına atılarak ekonomik özgürlüklerini kazanması ailenin gelir düzeyini artırmakta, bu durum da ailelerinin ekonomik olarak daha iyi düzeyde yaşamalarına imkân sağlamaktadır. Ekonomik özgürlüğe sahip olan kadınların özgüven seviyesinin arttığı da görülmektedir. Kadınların erkeklere göre fiziksel ve biyolojik olarak farklılıklarının bulunması bazı sektörler ve kademelerde cinsiyet ayrımı yapılmasına yol açmaktadır. Bu yüzden bazı sektörlere ve kademelere bayanların girişinin fiziksel olarak görünmeyen çeşitli sebeplerle engel olunması; cam tavan sendromu olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca kadınların annelik içgüdüsüne sahip olması ve erkeklere göre çocukları ile ilgili daha fazla sorumluluk hissetmesi nedeniyle iş yaşamını bu yönde şekillendirmekte, dolayısıyla sorumluluk ve daha fazla zaman alabileceği düşüncesiyle yöneticilik kademelerine uzak durmaktadır. Bu durum hassas taban teorisi olarak adlandırılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; kadınların annelik rolünün çalışma hayatındaki yöneticilik kademelerine bakış açısını nasıl etkilediğini ortaya koyabilmek için hassas taban teorisinin geçerliliğinin belirlenmesi ve cevaplayıcıları test etmektir. Ayrıca bu çalışma kapsamında demografik değişkenler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılacaktır.

Çalışmada yüz yüze anket yöntemiyle hassas taban teorisinin Kastamonu ilindeki kamu kuruluşlarında çalışan bayanlar üzerinde bir alan alıştırması yapılmıştır.

¹ Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi, Kastamonu, sevcan_37_37@hotmail.com

*Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi:Kastamonu İlinde Bir Uygulama
(ss.161-180) Sevcan Tin*

Elde edilen bulgular ışığında Kastamonu İlinde kamu sektöründe çalışan kadınlar üzerinde yapılan araştırmada memuriyet türü, medeni durumları ve çocuk sahibi olma durumları ile yönetici olma isteği arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

Kadınların annelik içgüdüsüne sahip olması ve çocuklarına daha fazla vakit ayırabilmesi için sebebiyle yöneticilik kademelerine uzak durduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Cam Tavan Sendromu, Hassas Taban Teorisi, Kadın Kariyeri.

Jell Kodu: M12

Abstract

With the introduction of women into working life, there are undoubtedly new developments in business life. Women's domestic work and child care in our society, as well as women identified more than a certain charge in addition to their responsibilities to work, every day is increasing. The fact that women gain economic freedom by entering business life increases the income level of the family and this situation enables their families to live in economically better level. It is also seen that the level of self-confidence of women who have economic freedom increased. The fact that women have physical and biological differences according to men leads to gender discrimination in some sectors and levels. Therefore, the entry of women into some sectors and levels is prevented by various reasons which are not physically visible; glass ceiling syndrome. In addition, because women have maternal instinct and feel more responsibility about their children than men, they shape their work life in this direction and therefore they stay away from management levels with the thought that they can take more time and responsibility. This situation is called as sensitive base theory.

162

The aim of this study is; the aim of this course is to determine the validity of the sensitive base theory and test the respondents in order to reveal how the role of motherhood in women affects the perspective of managerial positions in working life. In addition, it will be investigated whether there is a statistically significant difference in terms of demographic variables.

In the study, a field study was conducted on the women working in public institutions in Kastamonu province.

In the light of the findings, it is determined that there is no significant difference between the type of civil service, marital status and having children and the desire to be a manager in the research conducted on women working in public sector in Kastamonu Province.



It has been observed that women stay away from managerial positions because they have a maternal instinct and can spend more time with their children.

Key Words: Glass Ceiling Syndrome, Sensitive Base Theory, Female career

Jell Code: M12

1. Giriş

Geleneksel önyargılardan kurtulmak zaman alsa da Türk Kadınının azmi, çalışkanlığı ve eğitim olanaklarından daha fazla yararlanabilmesine imkân tanınmasıyla birlikte son yıllarda ülkemizde kadınların iş hayatındaki yerinin arttığı görülmektedir. Kültürel olarak önceleri sadece kadının rolü ev işleri ve çocuk bakmak iken son yüz yılda bu alışkanlıklar değişmiş ve kadınlar da erkekler gibi iş hayatına atılmıştır. Bir erkeğe göre daha fazla sorumluluğu ve rolü olmasına rağmen kadınlarda iş hayatında başarılı olabildiklerini ortaya koymuşlardır. Sahip olduğu çocuk sayısı ve maddi imkânlarına göre zaman zaman çocukları ya da işi arasında tercih yapmak zorunda kalması çalışan kadınlarının iş hayatındaki yerini sekteye uğratmıştır. Çalışan kadınların annelik rolü dolayısıyla yöneticilik kademelerine daha uzak durması literatürde hassas taban teorisi olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple bayanlar bilhassa daha esnek ve uzun çalışma sürelerine sahip özel sektörde annelik rolüne öncelik verdiği için yöneticilik kademelerine daha uzak durduğu, özel sektöre kıyasla çalışma saatlerinin daha kısa ve net olduğu kamu sektöründe yöneticilik kademelerine daha istekli oldukları söylenebilir.

163

İş hayatında istisnaları olmakla beraber artık çoğu iş, hem bayan hem de erkek bireyler tarafından yapılabilmektedir. Buna rağmen iş yöneticilik kademelerine geldiğinde bayanlara daha olumsuz bakılmakta, bu durum da bayanları daha dezavantajlı duruma düşürmektedir. Bayanların iş hayatında yöneticilik kademelerine yükselmeleri cam tavan denilen ve aslında görünmeyen bir takım sebepler yüzünden engellenmektedir. Bunun altında yatan temel nedenler ise bayanın iş hayatındaki rolünün yanında annelik rolünün de bulunmasıdır.

Son yıllarda kadının iş hayatına atılmasına destek verilirken, çalışan kadının doğum sonrası işi ya da çocuğu arasında tercih yapmasının önüne geçen yasal düzenlemeler yapılmıştır. Böylece kadının iş hayatında yer alması teşvik edilmiştir.



Cam tavan teorisi ve hassas taban teorisi temelinde aynı konuları baz alsada birbirinden tamamen farklıdır. Cam tavan teorisinde kadınların yönetici olma isteği görülmeyen bir takım engeller sebebiyle sekteye uğratıldığı bir durum iken bu çalışmada esas alınan hassas taban teorisi; kadınların anne olmaları, evlerine ve çocuklarına karşı sorumlulukları sebebiyle kendi istekleri ile yöneticilik görevine mesafeli yaklaştıkları durumu baz almaktadır.

2. Teorik Çerçeve

Kadınlarının eğitim seviyesindeki artış iş hayatında yer alma isteğini de beraberinde getirmiştir. Son yıllardaki gelişmeler, kanunlar ve yasal düzenlemelerle kadının iş hayatında yer alması teşvik edilmesine rağmen kadınların iş hayatında belirli kademelerle sınırlı kaldığı görülmektedir. Kadınların erkeklere göre fiziksel ve biyolojik olarak farklılıklarının bulunması bazı sektörler ve kademelerde cinsiyet ayrımı yapılmasına yol açmaktadır. Bu yüzden bazı sektörlere ve kademelere bayanların girişinin fiziksel olarak görünmeyen çeşitli sebeplerle engel olunması; cam tavan sendromu olarak tanımlanmaktadır.

164

Ayrıca kadınların annelik içgüdüsüne sahip olması ve erkeklere göre çocukları ile ilgili daha fazla sorumluluk hissetmesi nedeniyle iş yaşamını bu yönde şekillendirmekte, dolayısıyla sorumluluk ve daha fazla zaman alabileceği düşüncesiyle yöneticilik kademelerine uzak durmaktadır. Bu durum hassas taban teorisi olarak adlandırılmaktadır.

Kadınların hak ehliyeti bakımından erkeklere göre herhangi bir eksikliği bulunmamasına rağmen, çalışma hayatındaki kadınların unvanlarının daha düşük seviyelerde yoğun olması ve üst düzey yönetici pozisyonundaki kadın sayılarının düşük olmasının altında hem çalışan hem işveren açısından kadınların iş haricinde erkeklere göre daha fazla sorumluluk aldığı düşüncesi bulunmaktadır. Kamu sektöründe merkezi atama haricinde alım yapılırken mülakat gibi alım komisyonunun fikirlerinin etkili olduğu durumlarda; kadının bekârsa evlenme, evliyse çocuk sahibi olma, eşinin işi veya çocuğunun eğitimi için iş yeri değiştirme, doğum izni vb. sebeplerle erkeğe göre işine daha fazla ara verme ihtimali olduğu için bu tür komisyonlar tercihlerini erkek adaylardan yana kullanmaktadırlar. Bu durumda bayanlar, erkeklere göre daha dezavantajlı duruma düşürmekte, kadınların işine karşı sahip olduğu özveri, bilgi birikimi ve tecrübe gibi nitelikler göz ardı edilmektedir. Yani yasal olarak



kadınlar iş hayatının çoğu kademesinde erkeklerle aynı haklara sahip olmasına rağmen, bu hakların kullanılmasında işverence veya yetkililerce aynı eşitliğe sahip olduğundan bahsedilememektedir.

Net olarak görülemeyen bu tür engeller cam tavan engelleri olarak adlandırılmakta, kurumlarda rekabet avantajı ve verimlilik sağlayacak kişilerin üst düzey yönetici kademelerine gelebilecek kişilerin göz ardı edilmesine sebep olmaktadır (Mızrahi ve Aracı, 2010; Günden vd., 2012; Karcıoğlu ve Leblebici, 2014). Bu yüzden cam tavan engeliyle karşılaşan kadınlar daha fazla hayal kırıklığı yaşamakta; çünkü beklentilerine ulaşmaları çeşitli sebeplerle engellenmesi ve tamamen yok edilmesi durumuyla karşılaşmaktadır (Ruffino, 1993: 38-39).

Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin kamusal düzenlemelere gidilmesi gerekmektedir (Kellough, 2006). Kadınlara pozitif ayrıcalıklar sağlanarak, erkeklerle aynı haklardan yararlanması için uygun zemin hazırlanmalıdır (Koch, 2015)

Son yıllarda kadınların iş hayatında yer almasını teşvik etmek için bayanların çalışma koşullarında değişikliğe gidilmiştir. Doğum yapan ya da evlat edinen kadınlara part-time çalışma imkânı getirilmiştir(Resmi Gazete, 2016). Böylece kadınların çocuklarıyla beraber daha fazla vakit geçirebilmesine imkân tanırken aynı zamanda part-time çalışarak iş hayatına da devam edebilmesine imkan tanınmıştır.

Kadınların çalışmasını teşvik eden bir başka yasal düzenleme ise büyükanne projesidir. Bu proje kapsamında annenin fiilen çalışıyor olması kaydıyla, 3 yaşını doldurmamış torununa bakan büyükannelere 12 ay süreyle karşılıksız maddi destek verilecektir (Büyükanne Projesi, 2017). Böylece çalışan kadınların çocuklarının bakımı büyükannelerce sağlanmakta, bunun karşılığında büyükannelerin cüzi de olsa belirli bir ücret alması bu işi daha istekli yapmalarına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca çalışan anne bu projeye çocuğunu kreş vb. yerlerde tanımadığı kişilere emanet etmekten ziyade güvendiği büyükannesi tarafından bakımına imkân sağlanmaktadır. Ayrıca annenin doğumdan sonra da iş hayatına devam edebilmesine imkân sağlamaktadır. Şuan için Sakarya, Konya, Tekirdağ, İstanbul, Bursa, İzmir, Antalya, Ankara, Kayseri, Gaziantep gibi sınırlı ilde uygulanmakta olan projenin ileride hem il sayı hem de uygulanan kişi sayısının artırılarak projenin yaygınlaştırılması beklenmektedir.



Son zamanlarda kadınların işgücüne katılım oranları ciddi oranda artsa bile, nitelikli kadın iş gücünü yönetim kademelerindeki artışı benzer düzeyde olmamıştır (Burke ve Mckeen, 1994).

Aşağıdaki tablodaki bilgiler bunu doğrular niteliktedir.

Tablo 1., işgücü istatistiklerini vermektedir.

Tablo 1. İşgücü İstatistikleri

İşgücü İstatistikleri Kasım 2017 (Bin Kişi)			
	Toplam	Kadın	Erkek
15 yaş üzeri nüfus	60.223	30.399	29.824
İşgücü	31.790	10.287	21.503
İşgücüne katılım oranı	%52,8	%33,8	%72,1
İstihdam oranı	%47,3	%29,3	%65,8
İşsizlik İstatistikleri Kasım 2017			
İşsizlik oranı	% 10,3	%12,6	%8,8

Tablo 1., işgücü istatistiklerini göstermektedir. Buna göre Kasım 2017’de 15 yaş üzeri nüfus cinsiyet bakımından yaklaşık olarak eşit iken, işgücüne katılım bakımından erkekler kadınların iki katından daha fazla düzeydedir.

Tablo 2. İse eğitim ve cinsiyete göre istihdam verilerini içermektedir.

Tablo 1.’den görüleceği zere ilkokuldan yükseköğretime farklı eğitim kademelerinde erkeklerin oranı kadınlardan daha yüksektir.

Erkekler lehine olan sayısal eğitim verileri, akademik alanda da kendini göstermektedir.



Tablo 2. Eğitim ve Cinsiyete Göre İstihdam

Son Bitirilen Eğitim Kademesi ve Cinsiyetine Göre İstihdam	Akademide Cinsiyetlere Göre Üyeler (Yök 2016)					
	Kadın	Erkek		Toplam	Kadın	Erkek
Okuma yazma bilmeyen	%15	%29	Toplam	155.526	67.126 %43	88.130
Okuma yazma bilen ama hiç okula gitmeyen	%20,8	%49,8	Profesör	22.416	6.626 %29	15.790
			Doçent	15.023	5.285 %35,1	9.738
İlkokul	%28,8	%66,1	Yardımcı Doçent	35.301	14.214 %40,2	21.087
İlköğretim	%27	%81,3	Öğretim Görevlisi	20.493	9.123 %43,5	11.820
Ortaokul	%17,3	%51,4	Okutman	10,295	6.341 %61,5	3.954
Lise	%25,7	%64,3	Uzman	3.865	1.897 %49	1.968
Yükseköğretim	%61	%78,4	Araştırma Görevlisi	47.373	23.616 %49,8	23.757

Tablo 2’den görüleceği üzere profesörden araştırmaya kadarki kariyer düzeylerindeki akademisyenler bakımından erkeklerin oranı kadınlardan daha yüksektir.

Tablo 3 ise kamu personel sayılarını vermektedir.

Bakanlıklarda, üniversitelerde farklı kurumlardaki çalışanlara bakıldığında erkek çalışanların oranının, kadın çalışanlardan yüksek olduğu görülmektedir.



Tablo 3. Kamu Personeli Sayıları

Başbakanlık, Bakanlıklar, Üniversiteler, Kuvvet Komutanlıkları, Müsteşarlıklar, Başkanlıklar, Genel Müdürlükler, Üst Kuruluşlar ve Diğer Statülü Kurumlar, Kit'ler, Kamu Sermayeli Kuruluşlar	Toplam Çalışan	Çalışan Oranı (%)
Kadın	1.188.382	37,98
Erkek	1.940.922	62,02
Toplam	3.129.304	100,00

Kaynak: TÜİK (Mart, 2018)

Not: TSK Askeri Personel sayıları bu tablodaki toplam sayıya dahil edilmemiştir. Mit Müsteşarlığı kadro ve pozisyonları, Jandarma Hizmetleri Sınıfı, Sahil Güvenlik Hizmetleri Sınıfı bu tablodaki toplam sayıya dahil edilmemiştir.

Son yıllardaki istatistikler incelendiğinde işsizlik oranının bayanlarda daha yüksek olduğu, kadınlardaki eğitim seviyesi arttıkça istihdam oranının yükseldiği, akademisyenlikte düşün unvanlarda bayan çalışanların daha yüksek iken unvanlar yükseldikçe bayan çalışanların az olduğu ve genel olarak kamu çalışanları incelendiğinde bayan kamu çalışanlarının % 37,98'lerde kaldığı görüldüğü ve bu durum da kadınların annelik iç güdüsüyle evine ve çocuklarına daha fazla zaman ayırma düşüncesiyle yöneticilik kademelerine daha az istekli olduklarını desteklemektedir.

Normal bir işte çalışan kadınların belirli bir gelir seviyesine sahip olması kendilerince yeterli görülmüş, yöneticilik kademelerine sahip olup daha iyi mevkilere ve daha yüksek gelir düzeyine ulaşma imkânı aileye ve çocuklarına karşı yükümlülüklerinden dolayı anneler tarafından arka planda bırakılmıştır. Çalışmada akademik ve idari personelin yöneticilik kademelerine bakışı incelenmiş, iki personel türünün yöneticilik sorumluluklarında farklılıklarla karşılaşmıştır. Akademisyen ve öğretmenlerde çalışma esası haftalık ders saati yükümlülüklerine dayanmakta, dersi olmayan öğretmen ya da akademisyen 5 günden daha az çalışabilmektedir. Oysa bu kişiler yönetici olduğunda, görevi gereği ders saati harici de iş yerlerinde bulunmaları gerekecek, ailelerine ve çocuklarına ayırabilecekleri zamanı işlerine ayırmaları gerekecektir. Oysa idari personel olarak çalışan kamu görevlerinde haftalık 40 saat çalışma esası benimsenmiş olup, zaman açısından yöneticilik kademesi ekstra yükümlülük getirmezken iş yoğunluğu açısından ekstra performans göstermeleri ve



çalışmalarını gerektirmektedir. Bu durum ise çalışan kadınların verimli zamanlarını işe ayırmasına sebep olmaktadır. Bu yüzden çalışan kadınların ailelerine ve çocuklarına ayıracağı zamanın verimliliğinin düştüğünü söylemek mümkündür.

3. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; kadınların annelik rolünün çalışma hayatındaki yöneticilik kademelerine bakış açısını nasıl etkilediğini ortaya koyabilmek için hassas taban teorisi kapsamında farklı kurumlardaki çalışan kadınların yöneticilikten kaçınmaları bakımından farklılık olup olmadığının test edilmesidir.

Ayrıca bu çalışma kapsamında demografik değişkenler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılacaktır.

4. Kapsam ve Metodoloji

Bu çalışmada Kadınların Yönetici Olma Eğilimi kapsamında Küçük (2018), tarafından geliştirilen Kadın Kariyerinde Hassas Taban Ölçeği kullanılmıştır.

Ölçek 5'li likert ölçeği (1-Kesinlikle Katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4-Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum) biçiminde hazırlanmıştır.

Araştırmanın ana kütlesini Kastamonu İl Merkezi ile Küre İlçe Merkezinde çalışan bayan kamu çalışanları oluşturmaktadır. Tayin, görevlendirme vb. durumlar nedeniyle Kastamonu'da kadın çalışan sayısı net olarak çıkarılamamış, bunların içerisinde yine görevlendirme, izin, sağlık vb. durumlar çerçevesinde ulaşılabilenler içerisinde çalışmaya katılmaya istekli 60 kişi ile görüşülmüş ve cevapları alınmıştır.

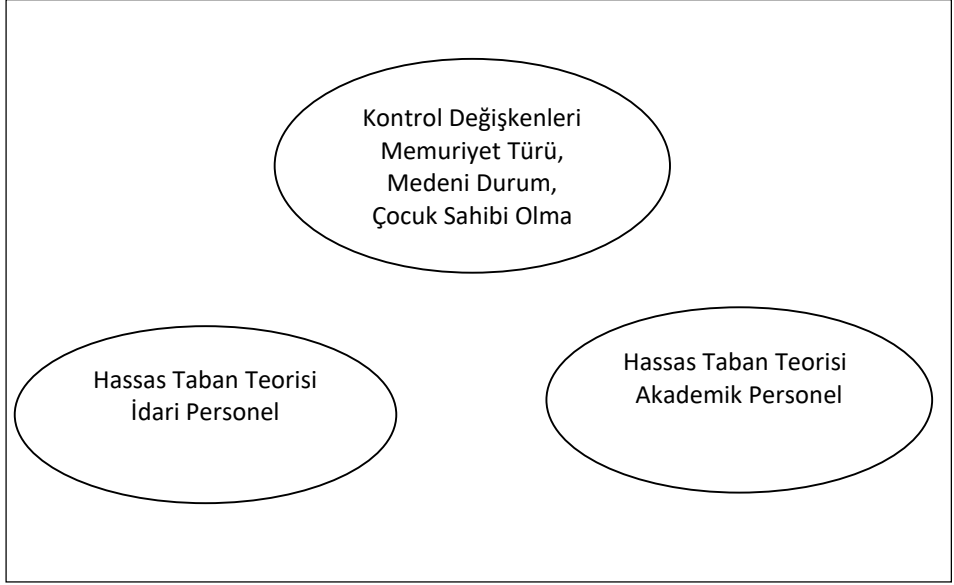
Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme (Küçük, 2016: 79) yöntemi ile Kastamonu İlinde çalışan bayan kamu çalışanlarından örneklem oluşturulmuştur. Çalışmada veriler, yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır.

5. Araştırma Modeli

Çalışmaya ait araştırma modeli şekil 1' de gösterilmiştir.

Çalışmada şekilden de görüldüğü gibi demografik faktörlerden oluşan kontrol değişkenlerinin Kastamonu İlindeki bayan kamu çalışanlarının hassas taban teorisi kapsamında yönetici olma isteği arasında farklılık olup olmadığı incelenecektir.





Şekil 1. Araştırma Modeli (Hassas Taban Teorisi)

Şekil 1.'den görüleceği üzere, çalışmada hassas taban teorisi, bayan çalışanlar üzerinde ve akademik ve idari personel bakımından istatistiki olarak anlamlı farklılık olup olmadığı araştırılacaktır.

6. Hipotez

Küçük vd. (2018) çalışmasında, üniversite sınavında kız öğrencilerin çocuk gelişimi gibi aile ve çocuk gibi kadının latif ve yumuşak kişiliği ile korumacı ve şefkatli yönüne bakan bölümleri erkeklere göre görece olarak daha fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Canal (2018), Kamu özel sektör karşılaştırmalı olarak Hassas Taban Teorisini incelemiş, gerek kamu ve gerekse özel sektörde teoriyi destekleyecek şekilde, kadınların yönetim görevlerine mesafeli yaklaştıklarını tespit etmiştir.

Benshina (2019), yine kamu özel sektör karşılaştırmalı olarak Hassas Taban Teorisini incelemiş, gerek kamu ve gerekse özel sektörde kadınların



yönetim görevlerine genelde gönüllü olmadıklarını tespit etmiş, teoriyi destekleyecek şekilde bulgular elde etmiştir.

Küçük vd. (2019) “Kadınların Yönetici Olma Eğilimi” ölçeği yardımıyla yapılan araştırmada ise; kadınların yönetici olma isteklilikleri genel olarak orta ve üzeri biçiminde tespit edilmiştir. Burada araştırmacının tespiti, yapılan araştırmanın çalışan kadınları farklı bir ayrıma tabi tutmaksızın genel olarak incelemesi ortalamayı beklenenden düşük çıkarmıştır. Evli-bekâr, ayrılmış, çocuğu olan ve olmayan ya da çocukları küçük olan ve büyük olanlar biçiminde bir ayırım yapılarak bu araştırma gerçekleştirilecek olursa, sonuçların daha belirgin bir biçimde ortaya çıkacağı değerlendirilmektedir.

Bu literatür doğrultusunda araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

H₁: Kadın çalışanlar çoğunlukla çocuklarına ve ailelerine ilişkin sorumlulukları bulunduğu için yönetim görevinin getireceği yükümlülükleri dikkate alarak yönetim görevi almak istememektedir.

Hassas Taban Teorisi kapsamında Kastamonu İlindeki kamu sektöründe çalışan kadınların durumu kontrol değişkenleri bakımından incelenmiş ve istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmada demografik değişken olarak memuriyet türü, medeni durumları ve çocuk sahibi olma durumlarına yer verilmiştir.

7. Veri analizi

Veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Verilerin analizinde faktör analizi ve bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.



Tablo 4. Demografik Özellikler

Özellikler	F	%	Özellikler	F	%
Memuriyet Türü			Görev		
Memur	30	50,0	Yönetici	10	16,7
Öğretmen ve Akademisyen	30	50,0	Şef	5	8,3
Çocuk Sahibi Olma Durumu			Personel	45	75,0
Yok	17	58,6	Tecrübe		
Var	12	41,4	1 Yıldan Daha Az	6	10,0
Medeni Durum			1-3 Yıl Arası	16	26,7
Evli	31	51,7	4-5 Yıl Arası	13	21,7
Bekar	29	48,3	5 Yıldan Daha Fazla	25	41,7

Araştırma, Kastamonu İl Merkezinde ve Küre İlçe Merkezinde çalışan 30 memur ve 30 öğretmen ile akademisyenden olmak üzere 60 bayan kamu çalışanı üzerinde yapılmıştır. Çalışmanın demografik faktörleri incelendiğinde ankete katılan bayan kamu çalışanlarından % 51,7'sinin evli, % 48,3'ünün bekâr olduğu görülmektedir. Çocuk sahibi olma durumu incelendiğinde % 41,4'ünün çocuk sahip olduğu, % 58,6'sının ise çocuk sahibi olmadığı tespit edilmiştir. Görev türleri incelendiğinde % 17,2'sinin yönetici, % 6,9'unun şef ve % 75,9'unun personel olduğu görülmüştür. Ayrıca kurumsal tecrübelerine bakıldığında % 6'sının 1 yıldan az, % 26,7'sinin 1-3 yıl arası, % 21,7'sinin 4-5 yıl arası, % 41,7 sinin ise 5 yıldan daha fazla çalışma tecrübesine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Tablo 5. Hassas Taban Teorisi Faktör Analizi Bulguları

Hassas Taban Teorisi	Faktör Yüğü			Öz Değer	Varyans Açıklama Oranı (%)	Cronbach Alpha	KMO Değeri
	1	2	3				
3.Çalışabilir işi olmasına rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,915			1,598	68,69	,817	,673
1.Fakülte bitirmesine rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,843						
2. Belli bir uzmanlığı, sertifika ve yetkinliği olmasına rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,836						
6. Kadınlar erkeklere göre evde zaman geçirmeye daha isteklidir.		,847					
7. Kadınlar erkeklere göre çocuklarıyla birlikte zaman geçirmeye daha isteklidir.		,837					
5. Kadınlar erkeklere göre daha erken emekli olmaya isteklidir.		,727					
4.Evle ilgili sorumlulukları nedeniyle kadınlar erkeklere göre part-time çalışmaya daha isteklidir.		,602					
9. Yönetici olarak alacağı kararlardan duygusal anlamda daha fazla etkileneceği için kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.			,785				



Tablo 5. Hassas Taban Teorisi Faktör Analizi Bulguları (Devam)

Hassas Taban Teorisi	Faktör Yüğü			Öz Değer	Varyans Açıklama Oranı (%)	Cronbach Alpha	KMO Değeri
	1	2	3				
8.Yöneticilięin yoğun mesai gerektirmesi nedeniyle kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.			,750				
10.Yöneticiler seyahat ve toplantılar nedeniyle ev dışında daha fazla zaman geçireceklerinden kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.			,737				
11. Evli, çocuklu kadınlar, bekâr veya çocuksuz kadınlara göre yönetici olmaya daha az istekli olabilir.			,706				

Tablo 2’de görüldüğü üzere öz değer 1,598 ve 1’in üzerindedir. Öz değerin 1’den büyük olması kararlı kabul edilmekte ve ilgili ifadelerin analize uygun olduğu değerlendirilmektedir. Faktör yükleri 0,6’nın üzerinde ve geçerlik için 0,5’in üzerinde olma koşulunu sağlamaktadır. Cronbach Alpha katsayısına bakıldığında ise 0,817 olarak bulunmuştur. Bu değer, 0,8 ile 1,0 arasında olduğundan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Çalışmada Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri 0,673 olarak bulunmuştur. KMO değerinin 0,60’ın üzerinde olması örneklemin yeteli olduğunu göstermektedir (Küçük, 2016: 227-232).

3 faktör toplam varyansın % 68,69’unu açıklamaktadır.



Tablo 6. Çalışan Kadınların Yönetici İsteğinin Demografik Faktörlere Göre Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Demografik Faktörler	Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ortalama	Standart Sapma	t değeri	Sig.
Memuriyet Türü	Yönetici Olma İsteği	Memur	30	2,4194	,62571	,068	,946*
		Öğretmen ve Akademisyen	30	2,4083	,64872		
Medeni Durum		Evli	31	2,2885	,52198	1,611	,113*
		Bekâr	29	2,5479	,71613		
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Yok	30	2,5426	,70427	1,599	,115*	
	Var	30	2,2852	,53057			

Yapılan analiz sonucu ortalama 2,4 civarı olduğu ve 1-tamamen katılıyorum olduğundan, tüm katılımcıların hassas tabanı kabul ettiği anlaşılmaktadır. Hassas taban teorisi kapsamında kadınların yöneticilik konusuna mesafeli yaklaşıtları belirlenmiştir.

Farklı kurumlardaki kadın çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada, istatistikî olarak anlamlı farklılık olmaksızın kadınların yönetici olma konusunda, kadın olmanın sorumlulukları nedeniyle fazla istekli olmadıkları tespit edilmiştir.

Kastamonu ilinde Hassas Taban Teorisi kapsamında yapılan bu çalışmada sig. değeri $*p>0,05$ olduğuna göre cevaplayıcıların memuriyet türü, medeni durumları ve çocuk sahibi olma durumları ile yönetici olma isteği arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiş ve h_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Yani demografik değişkenler bakımından elde edilen bulgular ışığında Kastamonu ilinde kamu sektöründe çalışan kadınlar üzerinde yapılan araştırmada memuriyet türü, medeni durumları ve çocuk sahibi olma durumları ile yönetici olma isteği arasında anlamlı bir farklılık olmaksızın, kadınların yönetici olmaya fazla istekli olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



8. Sonuç

Araştırma, Kastamonu İl Merkezinde ve Küre İlçe Merkezinde çalışan 30 memur ve 30 öğretmen ile akademisyenden olmak üzere 60 bayan kamu çalışanı üzerinde yapılmıştır.

Çalışmanın demografik faktörleri incelendiğinde ankete katılan bayan kamu çalışanlarından evlilerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Evlilerin durumu incelendiğinde ise büyük çoğunluğunun çocuk sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Görev türleri incelendiğinde yöneticilerin daha sınırlı olduğu, personellerin ise çoğunlukta olduğu görülmüştür.

Ayrıca kurumsal tecrübe bakıldığında büyük çoğunluğunu 4 yıldan fazla tecrübeye sahip olduğu söylenebilir.

Kastamonu İlinde kamu sektöründe çalışan kadınlar üzerinde yapılan araştırmada memuriyet türü, medeni durumları ve çocuk sahibi olma durumları ile yönetici olma isteği arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Yani demografik faktörlerle yönetici olma isteği arasında anlamlı bir farklılık olmaksızın, kadınların yönetici olmaya fazla istekli olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Hassas taban teorisi kapsamında kadınların yöneticilik konusuna mesafeli yaklaşımları belirlenmiştir.

Tüm katılımcılar tarafından kadın olmanın sorumlulukları nedeniyle yönetim görevlerine fazla istekli olmadıkları tespit edilmiştir.

9. Tartışma

Son yıllarda yapılan çalışmalarda bayanların erkeklere kıyasla daha az istihdam edildiği, çalışan kadınların ise annelik rolü ile işten istifa ettiği ya da işe ara verdiği görülmektedir. Ayrıca çocuğuna daha fazla zaman ayırmak isteyen özellikle özel sektör çalışanı annelerin yöneticilik kademelerine daha uzak durduğu görülmektedir. Bu yüzden kadınların iş hayatındaki sayısını arttırmak, annelik rolü dolayısıyla işini kaybetmemesi ya da ara vermemesi için çeşitli yasal düzenlemelere gidilmiştir. Çalışan kadınlara part-time çalışma imkânının getirilmesi doğum yapan ya da evlat edinen annelerin çocuğuyla daha fazla zaman geçirmesine imkân tanırken aynı zamanda işini bırakmak zorunda kalmasının da önüne geçmiştir. Böylelikle ailesi ve maddi imkânları arasında seçim yapmak zorunda kalmaktan kurtulmuştur. Kendisine sunulan seçimlik hakla çocuğu veya maddi imkânları kendi istediği şekilde şekillendirmesine imkân tanınmıştır.



Büyükanne projesi de çalışan anneyi destekleyen bir başka yasal düzenlemedir. Annenin fiilen çalışıyor olması kaydıyla, 2018 yılı için uygulanması sadece on büyük ilde, 3 yaşını doldurmayan torununa bakan belirli sayıda büyükanneye 12 ay süreyle 425,00 TL karşılıksız maddi destek verilirken, ileriki yıllarda hem projeden yararlanacak kişi sayısının artırılması, hem de uygulamanın tüm Türkiye'yi kapsayacak şekilde genişletilmesi, proje süresinin uzatılması ve maddi desteğin artırılması beklenmekte olup, kadınların çalışma hayatında daha fazla yer alması teşvik edilmeli, kadın kariyerinde cam tavan diye tabir edilen görünmeyen fakat değerlendirmede etkili olan engeller ortadan kaldırılmalıdır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde kadınların kamu sektöründe, üst düzey pozisyonlara gelmesini engelleyen ön yargıların bulunduğu cam tavan sendromu, Avrupa Birliği İlerleme Raporlarında Türkiye aleyhine getirilen eleştirilerden biridir(AB 2016 Türkiye Raporu, 2016: 14).

Küçük vd. (2018), tarafından yapılan araştırmada; kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre üniversiteye daha yüksek oranda yerleştikleri okul öncesi eğitim bölümlerini daha çok kız öğrencilerin, siyaset ve kamu yönetimi bölümlerini ise görece olarak daha çok erkek öğrencilerin tercih ettiği bilgisine ulaşılmıştır. Kadınların yönetici olma isteklilikleri genel olarak orta ve üzeri olduğu, çalışan kadınları farklı bir ayrıma tabi tutmaksızın genel olarak incelemesi ortalamayı beklenenden düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Canal (2018), tarafından hassas taban teorisinin Kastamonu İlindeki kamu ve özel sektördeki kadın çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada kadınların yönetici olma düzeylerinin ortalamalarının genel olarak orta ve yüksek olduğu, evli olan kadın çalışanların yönetici olma istek düzeylerinin aritmetik ortalamasının bekâr kadın çalışanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca hassas taban teorisinde sektör ve çocukların yaşları bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı, medeni durum ve çocuk sahibi olma durumu açısından anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın Kastamonu ili ile sınırlı kalması araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca örneklem sayısının daha fazla olduğu araştırmalarla genelleme yapmaya daha müsait gerçeğe daha yakın sonuçlar verecektir. İleride bu alanda daha fazla çalışmaların yapılması beklenmektedir. Yeni geliştirilen bir ölçeğin alan uygulaması olduğu için alanında öncü bir çalışmadır. Konunun yeni olması sebebiyle daha sonraki araştırmalarda ölçeğin kullanılması ölçeğin güvenilirliğinin artmasına katkıda bulunacaktır. Yapılacak yasal düzenleme ve teşvikler kadınların iş hayatında sürekliliğinin sağlanması ve yöneticilik kademelerinde belirgin olarak yer almaları için önemlidir. Mevcut



durumda kadınlar annelik içgüdüsüne sahip olması ve erkeklere göre çocukları ile ilgili daha fazla sorumluluk hissetmesi nedeniyle iş yaşamını bu yönde şekillendirmekte, dolayısıyla sorumluluk ve daha fazla zaman alabileceği düşüncesiyle yöneticilik kademelerine uzak durması olarak hassas taban teorisinin kadınların yöneticilik kademelerinde görev alması bakımında etkili olduğu söylenebilir.

10. Öneriler

Çalışan annenin babaya göre daha fazla çocuğuyla ilgilenmek durumunda olması yasal düzenlemelerde değişikliğe gidilmesine neden olmuştur ve yukarıda bahsedilen yasal düzenlemelere gidilmiştir.

İş hayatındaki gelişmelere göre İleri ki yıllarda farklı türlerde de yasal düzenlemeler ve pozitif ayrıcalıkların yapılması beklenmektedir.

Kamu çalışanlarındaki tayin şartlarındaki farklılıklar bazı evliliklerin aile bütünlüklerini sekteye uğratmakta, çalışmaya devam etmek isteyen kadınları ailesi ile işi arasında tercih yapmak zorunda bırakmakta ve birçok çalışma hayatına devam eden kadınları aileleri ile ayırmaktadır. Evli olan ve özellikle çocuklu olana ailelere tayin şartlarında pozitif ayrımcılık getirilmeli, toplumdaki aile yapısına zarar verilmemelidir.




*Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi:Kastamonu İlinde Bir Uygulama
(ss.161-180) Sevcan Tin*

Kaynakça

- AB Türkiye Raporu. (2016) https://www.ab.gov.tr/files/pub/2016_ilerleme_raporu_tr.pdf adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 01.12.2018)
- Benshina, Khalid (2019) "Sensitive Base Theory in Vomen Career Management", The International New Issues in Social Sciences", Number: 7, Volume: 1, pp: 97-108.
- Büyükanne Projesi. (2017), <https://www.csgeb.gov.tr/media/4637/basvuru.pdf> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 01.12.2018)
- Canal, Buket (2018) "Kadınların Kariyer Yönetiminde Hassas Taban Teorisi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama" The International New Issues in Social Sciences", Number: 6, Volume: 1, pp: 7-16.
- Günden, Y., Korkmaz, M. ve Yahyaoğlu, G. (2012). An Applied Study On Women J. Kellough Edward, Understanding Affirmative Action, ed. by E. Kellough, Georgetown University Press, 2006.
- Karcioğlu, F., Leblebici, Y. (2014). Kadın yöneticilerde kariyer engelleri: "cam tavan sendromu" üzerine bir uygulama, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4), 1-20.
- Koch Raphael, "Board Gender Quotas In Germany and the EU: An Appropriate Way of Equalising the Participation of Women and Men?", *Deakin Law Review*, V. 20, N. 1, 2015, s. 53-74.
- Küçük, O. (2016), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Küçük, O., vd. (2018). Kadınların Kariyer Yönetiminde Hassas Taban Teorisi: Bir Araştırma, Uluslararası Kadın Araştırmalarında Yeni Ufuklar Konferansı (IWSC)" Sakarya Üniversitesi 8-9 Mayıs, s.75.
- Küçük, Orhan vd. (2019) "Kadın Kariyerinde Yeni Bir Teori: Hassas Taban Teorisi", Uluslararası Erciyes Bilimsel Araştırmalar Kongresi, 26-28 Nisan 2019, Managers Working In Tourism Enterprises In Antalya And Mugla Region Concerning Glass Ceiling Issue And Syndrome, *Akademik Bakış Dergisi*, 28, 1-26.
- Mızrahi, R. Aracı, H. (2010). Kadın Yöneticiler Ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 149-156.
- Resmi Gazete (2016). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/11/20161108-11.htm> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 01.12.2018)
- Ronald J. Burke, Carol A. Mckeen, "Career Development Among Managerial and Professional Women", *Women in Management: Current Research Issues*, Paul Chapman Publishing, London, 1994, s. 65.
- Ruffino, N.C. (1993). *The Promotable Woman* (Second edition), Belmont, California: Wadsworth PUBLISHING, 38-39
- TÜİK, (2018) <http://www.dpb.gov.tr/tr-tr/istatistikler/kamu-personeli-istatistikleri> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 11.11.2018)





*Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi:Kastamonu İlinde Bir Uygulama
(ss.161-180) Sevcan Tin*



**Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama**Furkan ARICI¹**ÖZET**

Sınırsız iyileşme gerek örgüt içi gerekse örgüt dışı bütün unsurların kalite iyileştirme süreçlerine sınırsız bir şekilde katılmasını amaçlayan bir kalite iyileştirme uygulamasıdır. Bu çalışmanın amacı toplam kalite yönetimi üzerine yapılan çalışmalarda eksik bırakılan bazı unsurların durumunu tespit etmek ve sınırsız iyileşmeyle örgüt performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmamızda Toplam Kalite Yönetimi, İyileşme, sürekli iyileşmenin önemi kavramsal olarak açıklanacak ve sonrasında araştırmamızın bulgularının değerlendirilmesine geçilecektir. Çalışmamızda Kastamonu ili Küre ilçesinde görev yapan, önceden kalite uygulamalarına katılmış kamu personellerine yüz yüze anket yöntemiyle sorular sorularak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 2 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda sınırsız iyileşme ölçeğindeki faktörlerin önem düzeyi yüksek çıkmıştır. Ayrıca sınırsız iyileşmenin örgüt performansı ile pozitif yönlü ilişki olduğunu gösteren veriler elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sınırsız İyileşme, Örgüt performansı, Toplam Kalite Yönetimi, Kalite İyileşme, Sürekli İyileşme

¹ Kastamonu Üniversitesi, Küre MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, farici@kastamonu.edu.tr

JEL Kodu: M11, M50

Effect Of Unlimited Improvement On Organization Performance: An Application In Kastamonu

ABSTRACT

Unrestricted improvement is a quality improvement application that aims to provide unlimited participation of all elements within and outside the organization to quality improvement processes. The aim of this study is to determine the status of some missing elements in the studies on total quality management and to examine the relationship between unlimited improvement and organizational performance. In our study, Total Quality Management, Recovery, the importance of continuous improvement will be explained conceptually and then the findings of our research will be evaluated. In our study, data were obtained by asking face to face questionnaire method to public personnel who work in Küre district of Kastamonu and participated in quality applications. The data were analyzed with SPSS 23 program. As a result of the research, the importance of the factors in the limit of unlimited recovery was high. In addition, data showing that there is a positive relationship between organizational performance and unlimited improvement has been obtained.

Key Words: Unlimited Improvement, Totally Quality Management, Organization Performance

Jel Code: M11, M50

1. Giriş

Küreselleşme ile birlikte hızlı bir şekilde değişen rekabet şartları işletmelerin en küçük birimlerinde bile kaliteyi vazgeçilmez bir unsur haline getirmiştir. Özellikle de son yıllardaki teknolojik gelişmelerin de etkisiyle rekabet ortamı yerellikten uluslararası bir hale gelmiştir. Bunun sonucunda da aynı sektörde faaliyette bulunan işletmeler de dünya ölçeğinde rakipler edinmişlerdir. Bu rekabet üretilen mal ve hizmetlerde kalite anlayışını değiştirmiş ve geliştirmiştir. Bu gelişen kavramlardan bir tanesi de Toplam Kalite Yönetimidir. Toplam kalite kavramı iş dünyasına 1980lerin sonu



1990ların başlarında giren bir kavramdır. Toplam Kalite kavramı çok geniş bir kavramdır. Sadece sonucu değil süreçleri ve işgörenleri de kapsamaktadır. Toplam Kaliteyi anlamının ve kavramının ön şartı şu üç unsuru göz önüne almaktan geçmektedir; Ölçümler, insan ve Süreçler (Goetsch, 2016:5) . Bu kavramın esasları istatistiksel veri kullanma, takım çalışması, altı sigma, müşteri tatmini, işgören eğitimi ve sürekli gelişme gibi unsurlardır. Sınırsız iyileşme bu unsurların eksik bıraktığı konuların/süreçlerin/birimlerin de kalite iyileştirmeye dahil edilmesi gerektiğini savunan bir iyileştirme aracıdır.

Sınırsız iyileşme; tüm örgütsel süreçlerde iyileştirmenin sürekli ve herhangi bir sınırlama olmaksızın gerçekleştirilmesi, kalite iyileştirme çalışmalarının tüm süreçler, kişiler, aşamalar ve örgüt içi/dışı faktörlere yaygınlaştırılması ve bunun için mevcut ve muhtemel bütün sınırların kaldırılmasını esas alan bir kalite uygulamasıdır (Küçük, 2016:335). Sınırsız iyileşme iyileşmenin kapsamının olabildiğince genişletilmesi için kişi, araç ve uygulamalara dair tüm sınırlandırmaların kaldırılması gerektiğinin önemli olduğunu ifade etmektedir.

2. Teorik Çerçeve

Toplam Kalite Yönetimi; 1950'lerde Deming'in Japon işletmelerine verdiği seminerler ile başlayan, Juran (1954), Feigenbaum (1956), Ishikawa (1962) ve Crosby'nin (1961) içeriğini genişleterek geliştirdiği, günümüzde işletmelerin uygulamaya çalıştığı yönetim anlayışıdır (Ulukanoğlu, 2000) . Kalitenin bir çok tanımı olduğu gibi toplam kalite yönetiminin de bir çok tanımı vardır. Tekin'e göre (1999: 106-107) Toplam kalite yönetimi; uzun vadede müşterinin tatmin olmasını, kendi personeli ve toplum için avantajlar elde etmeyi amaçlayan, kalite düzeyine yoğunlaşmış ve tüm personelin katılımına dayanan bir yönetim modeli olarak ifade edilmektedir.

Toplam kalite yönetimi, örgütün kendi performansını iyileştirmesinde kullanabileceği değişime açık bir felsefedir. (Page and Curry, 2000). Lakhe and Mohanty (1994) ise örgütte kalite kültürünü geliştirmek için gerekli olan ölçütleri şöyle sıralamaktadır.

- Örgütsel politikalar, prosedürler ve süreçler kaliteyi vurgulamalıdır;
- Örgütte herkes açık bir anlayışa sahip olmalıdır



- Örgüt çalışanları işletme hedeflerini başarmak için kalitenin önemini açıkça anlamalıdır.
 - Örgütte her seviyedeki çalışanlar müşterilerin ihtiyaçlarının farkında olmalı
 - Müşteri bağlılığı geliştirilmelidir.
 - Örgüt yapısı sürekli geliştirmeye-iyileştirmeye imkân tanınmalıdır
 - İç ve dış müşteri ihtiyaçları ile işletme kalite planı entegrasyonu yapılmalıdır

Toplam kalite kavramının işletmelerde uygulanması kolay bir iş değildir. İşletmenin sahip olduğu kültürün değiştirilmesini, bütün sorumluluğun işletme yönetimince üstlenilmesini ve kalite iyileştirme süreçlerine sürekli katılımı gerektirmektedir (Lakhe ve Mohanty, 1994).

Örgütlerde kalite iyileştirme çalışmalarında karşılaşılan sorunları ilk olarak bahsedenlerden birisi olan Edward Deming bu durumları “yedi ölümcül hastalık” diye ifade etmiştir (Deming, 1996). Bu yedi hastalıktan birisi olan “amaçlarda sürekliliği sağlayamama ve kısa dönem karlarına odaklanma”nın işletmeyi kaliteye ulaşma yolculuğunda sınırlandırdığını ifade etmiştir. Söz konusu iki maddede işletmelerde TKY’nin hedeflerine ulaşması için sürekliliğin önemine vurgu yapılmıştır. Çünkü TKY ‘nin en önemli amaçlarından birisi elde edilen başarının, kalitenin sürekliliğinin sağlanmasıdır. Sınırsız iyileşme ise örgütün tüm alanlarında, herhangi bir sınırlama olmaksızın sonuna kadar iyileştirmeyi amaç edinmiştir (Küçük, 2016:336)

Sınırsız iyileşme ilk olarak Küçük (2011) tarafından bahsedilmiş ve yapılan çalışma ile literatüre kazandırılmıştır. Söz konusu çalışma uygulama ile desteklenmiş ve bahsedilen eksikliklerin (sınırlamaların) olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonucu sınırsız iyileşmenin önemini de ortaya koymuştur. Sınırsız iyileşmenin amaçları aşağıda sıralanmıştır;

- * Kalite iyileştirmeyi tüm unsurlara yaygınlaştırmak
- * Tüm faktörlerin etkinliğini ve verimliliğini artırmak
- * Gerçek bir iyileşme sağlamak
- * Üretim miktarını artırmak
- * Kârı artırmak ve



*Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama (ss.181-196) Furkan Arıcı*

* İşgören ve müşteri memnuniyetini artırmaktır.

Sınırsız iyileşmenin başarılı olması tek bir birimin sorumluluğu olmadığı gibi başarı için tek bir faktör de yeterli olmamaktadır. Yukarıda zikredilen bir çok faktörün bir arada bulunması sınırsız iyileşmenin başarısını sağlayacak ve artıracaktır. Sınırsız iyileşmenin örgütün herhangi bir unsurunu hariçte bırakmadığı halde bazı kısıtlamalar barındırabilmektedir. Bu kısıtlamalar teorinin temelinde değil uygulamadaki zorluklarla ilgilidir. Bu kısıtlamaların bir kısmı şunlar olabilmektedir; yönetimin vizyonsuzluğu, önyargılar, teoriye inancın zayıflığı, insan kaynaklarının yetersizliği (Küçük, 2011).

Ulaşım teknolojilerindeki hızlı gelişmeler rekabeti uluslararası boyutlara taşımıştır. Rekabetin yükselmesi örgütlerin rakiplerine üstünlük sağlamak için farklı mücadele alanlarına gitmelerine ortam hazırlamıştır. Bu mücadelede başarılı olmanın en önemli şartlarından bir tanesi ise, çalışanların güçlerinden ve yeteneklerinden azami derecede fayda sağlayabilmekten geçmektedir (Çelik ve Çıra, 2013). Çalışanların ortaya koyacağı yüksek performans, örgüt amaçlarının çok daha kısa sürede, çok az hata ile ve yüksek kalitede gerçekleşmesini sağlayacaktır (Yaralıoğlu, 2001:129).

185

Performans, bir işgörenin veya grubun, ilgili oldukları birimin veya örgütün amaçlarına, niceliksel ve niteliksel katkılarının toplam ölçüsü şeklinde tanımlanabilir (Özdemir ve Dulkadir 2017).

Yönetimin önemli işlevlerinden kontrolün bir parçası olan performans ölçümünün, işletmenin genel olarak başarısının belirlenmesi, geliştirilebilecek alanların ortaya çıkarılması ve var olan verimsizliklerin nedenlerinin anlaşılması gibi bir çok yararı vardır (Coşkun, 2006).

Performans değerlendirmenin iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, çalışanların ödüllendirilmesi için gerekli olan, bireyin performansı hakkında bilgi edinmek, ikincisi ise; personele durumuyla ilgili geri bildirim sağlamak suretiyle onların kendilerini değerlendirme ve geliştirmelerine imkân ve fırsat vermektir (Tunçer, 2013). Günümüzde örgüt performansı değerlendirilirken finansal performans kadar finansal olmayan performans göstergeleri de belirlenerek örgütlerin başarısının ölçülmesi, hedeflerle ortaya çıkan sonuçların bu göstergelere göre karşılaştırılması yapılmaktadır (Ağca, 2005).

Kaizen kelimesi Japonca da değişim anlamına gelen Kai ve Zen kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur. Sürekli süreç iyileştirme ve geliştirme anlamında kullanılmaktadır. Bu felsefeyi oluşturan Masaaki İmai işletmelerde



sürekli iyileştirme felsefesinin uygulanması için her seviyede yöneticilerin ayrı ayrı stratejilerini oluşturması gerektiğinden bahsetmiştir. Sürekli iyileştirme belirli bir zaman diliminde müşteri memnuniyetinin artırılması için süreçlere yönelik hızlı bir gelişmeyi sağlamayı ve maliyetlerde azalmayı ifade eden bir kavramdır (Buzlu, 2011:58)

Müşteri istekleri durağan değil sürekli değişen bir yapıda olduğu için sürekli iyileştirme küresel rekabette başarının temeli olmaktadır. Ürünün özel bir özelliği bugün için yenilikçi olsa da yarın için bu sıradan bir hale gelir. Ürünün bugünkü maliyeti bugünün teknolojisinde kabul edilebilir olabilirken yarın için yüksek maliyet olarak karşımıza çıkabilir (Goetsch,2016). Özellikle de teknolojik ürünlerdeki fiyat düşmeleri bu söylenenlere örnek teşkil etmektedir. Bu durumda firma için tek yol sürekli iyileştirmenin sağlanmasıdır.

Peter Scholtes'e göre sürekli iyileştirme için şu beş faaliyet önemlidir (Goetsch, 2016;342):

- Tüm kişiler ve birimler arasında iletişimin iyileşmesi,
- Belirgin sorunların çözülmesi,
- Belirtiler yerine sebepler incelenmelidir,
- Sorunu ve iyileştirmeyi kayıt altına almak,
- Uygulanan değişikliklerin izlenmesi

186

Sınırsız iyileşmenin uygulanmadığı örgütlerde sürekli iyileşme, belirli alanda sınırlandırılmakta, bunların dışında bazı süreç, kişi veya alanları kapsayamamaktadır. Bu kişi veya süreçlerin daha fazla iyileştirilemeyeceği düşünülmektedir. İyileşme dışı kalan unsurların (sınırlamaların) varlığı TKY'nin başarısını azaltmaktadır (Küçük, 2016:336)'a göre örgütlerde kalite iyileştirme çalışmalarında karşılaşılan belli başlı sınırlamalar şunlardır;

- Örgüt yapısı
- Yöneticiler
- İşgörenlerin bir kısmı
- Süreçler
- Tedarikçiler
- Araçlar
- Mesai saatleri
- Özlük hakları
- Eğitim Bütçesi
- Ödül sistemi



Sınırsız iyileştirme Kaizen felsefesini desteklemekle birlikte bahsedilen bu unsurlar açısından eksik bırakıldığı üzerinde durmakta ve bütün bir örgütün katılımı ile TKY'nin amacına ulaşacağını ifade etmektedir. Bu açıdan sınırsız iyileştirme sürekli iyileştirmenin eksikleri giderilmiş ve kaizen ruhuna uygun bir geliştirme aracıdır denilebilir.

3.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasındaki ilişkinin belirlenmesidir.

Öte yandan araştırma kapsamında Toplam Kalite Yönetimi kavramları içerisinde yer alan sürekli iyileştirmenin uygulamada eksik bıraktığı yönlerde dikkat çekmek, iyileştirme dışı kalan ve bu sebepten TKY'nin hedeflerine tam olarak ulaşmasında engel teşkil eden unsurlar anlamında sınırsız iyileşme faktörlerinin önem düzeyleri belirlenecek, sürekli iyileştirmenin eksik bıraktığı unsurların iyileşmeye katkısının olup olmayacağı da araştırılacaktır. Ayrıca sınırsız iyileşmenin örgüt performansını artırmaya yönelik katkısının olup olmayacağı incelenecektir.

187

3. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma, Kastamonu ili Küre ilçesinde Toplam Kalite Yönetimi üzerine eğitim almış kamu personelleri üzerinde yapılmış ve yüz yüze anket yöntemi ile veriler toplanmıştır.

Küre ilçesi sınırları içerisindeki toplam kamu personeli sayısının yaklaşık 150 olduğu değerlendirilmektedir. Bunlardan önceden Toplam Kalite Yönetimi eğitimi almış 57 kişiye tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden yargısal örnekleme ile ulaşılmış, bunların 51'inden veri alınabilmıştır. Toplam elde edilen verilerden (dikkatsizlikle doldurulduğu tahmin edilen) dört tanesi elenmiş, 47 veri ile analiz yapılmıştır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında Küçük (2011) ölçeğinden yararlanılmıştır. Beşli likert ölçeğine göre hazırlanmış olup 1 "tamamen katılıyorum"dan 5 "tamamen katılmıyorum" a doğru bir sıralamayı içermektedir.

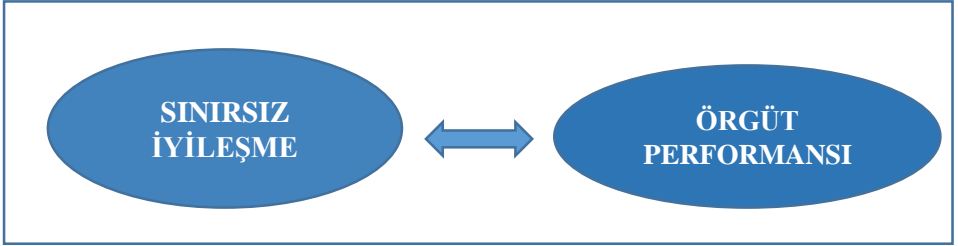
Elde edilen verilerin istatistiksel analizleri SPSS 22.0 programında yapılmış, geçerlik ve güvenirlik test edilmiş ve korelasyon analizi yapılarak ilişki



belirlenmiştir.

5. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Modelde iki değişken bulunmaktadır. Sınırsız iyileştirme ile örgüt performansı arasındaki ilişki incelenecektir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma konusunda literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde; Küçük (2011: 44-53) sınırsız iyileştirme kavramını literatüre ilk kazandırdığı çalışmasında Cronbach Alpha değeri 0,906 güvenilirlikle ölçeği test etmiş ve uygulamıştır. Ayrıca aynı çalışmasında “kalite iyileştirme çalışmalarının başarısı, buna bağlı olarak örgüt performansı ve müşteri memnuniyeti artacaktır” sonucuna varmıştır.

Bu çalışmada kullanılan ölçekle yapılan diğer bir çalışmada Ay (2017); Cronbach Alpha değeri 0,865 ile ölçeğin güvenilirliğini test etmiştir. Çalışmasında sınırsız iyileştirme çalışmalarının örgüt performansına olumlu katkı sağlaması için daha çok uygulanması gerekli olduğu sonucuna varmıştır.

Bu literatür doğrultusunda araştırmanın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

7. Analiz

Sınırsız iyileşmeye ilişkin faktör analizi bulguları Tablo 1.’de



*Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama (ss.181-196) Furkan Arıcı*

gösterilmiştir.

Tablo 1. Sınırsız İyileşme Faktör Analizi Bulguları

Sınırsız İyileşme Performans Faktörleri	Faktör yükü	Öz değer	Varyans açıklama oranı (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
Kapsam dışı bırakılan, değiş tirilemeyen kişi, araç, uygulama veya süreçler vardır.	,824	2931	67	,646	1,68	,653
Sınırsız (sürekli iyileşmenin tüm unsurları kapsaması) iyileşme önemlidir	,796				1,83	
Tüm yöneticiler eğitime katılır	,729				4,38	
Tüm yöneticiler iyileştirmeye dahil edilir	,627				4,60	
Örgüt yapısı bütün olarak iyileştirmeye dahil edilir	,771				4,32	
Tüm iş-görenler iyileştirmeye dahil edilir	,761				4,43	
Tüm araçlar iyileştirmeye dahil edilir	,613				4,38	
Tüm süreçler iyileştirmeye dahil edilir	,692				4,47	
Tüm uygulamalar iyileştirmeye dahil edilir	,764				4,36	

189



Tablo 1. Sınırsız İyileşme Faktör Analizi Bulguları (Devam)

Sınırsız İyileşme Performans Faktörleri	Faktör yükü	Öz değer	Varyans açıklama oranı (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
Tüm tedarikçiler iyileştirmeye dahil edilir	,691	2.931	67	,646	4,38	,653
Yöneticiler değiştirilebilirler	,511				4,05	
Örgüt yapısı değiştirilebilir	,732				4,53	
Mesai saatleri değiştirilebilir	,731				4,60	
Özlük hakları değiştirilebilir	,748				4,17	

Tablo 1’de sınırsız iyileştirmeye ilişkin faktör analizi sonuçları paylaşılmıştır. Tüm ifadelerin faktör yükleri 0,5’in üzerinde olduğu için; ölçekler kararlı kabul edilebilir ve ölçeklerin analize uygun olduğu tespit edilmiştir. Cronbach Alfa katsayısı 0,646 olarak bulunmuştur. Bu değer 0, 60’dan yüksek olması kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Kaiser - Meyer Olkin (KMO) değeri 0,653 bulunmuştur. Bu değer 0,5’in üstünde olması; örneklemin yeterli olduğunu ve araştırma verilerinden anlamlı faktörlere ulaşılabileceğini göstermektedir (Küçük, 2016: 227-232).

İyileştirmenin öz değeri 2,931 bulunmuştur ve öz değerinin 1’den büyük olması bu çalışmanın bilimsel olarak uygun olduğunu ve ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Varyans açıklama oranı ise % 67’dir. Alınan cevaplara göre ortalamalar bulunmuştur. Sınırsız iyileştirme sorularının çoğunun önem düzeyleri 4,05-4,60 aralığında olduğundan, katılımcılar tarafından ölçekte yer alan ifadelerin büyük oranda kabul edildiği görülmüştür. Ayrıca “Kapsam dışı bırakılan, değiştirilemeyen kişi, araç, uygulama veya süreçler vardır (1,68)” ve “Sınırsız (sürekli iyileşmenin tüm unsurları kapsamı) iyileşme önemlidir (1,83)” maddelerinin önem düzeylerinin yüksek düzeyde önemli olduğu görülmüştür. Buradan hareketle katılımcıların tüm soruları genel olarak önemli kabul ettikleri görülmüştür.



*Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama (ss.181-196) Furkan Arıcı*

Tablo 2. ise sınırsız iyileşmede örgüt performansına ilişkin faktör analizi sonuçlarını vermektedir.

Tablo 2. Sınırsız İyileşmenin Örgüt Performansı İlişkisi

Örgüt Performansına Etkisi	Faktör yükü	Öz değer	Varyans açıklama oranı (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
Her kişi, araç, uygulama veya süreçler iyileştirilebilse TKY'nin başarısı artar	,945	2951	% 73	,866	1,19	,729
Her kişi, araç, uygulama veya süreçler değiştirilebilse TKY'nin başarısı artar	,942				1,13	
Her kişi, araç, uygulama veya süreçler iyileştirilebilse örgüt performansı daha da artar	,781				1,11	
Her kişi, araç, uygulama veya süreçler değiştirilebilse örgüt performansı daha da artar	,748				1,17	

191

Tablo 2'de örgüt performansına ilişkin faktör analizi sonuçları paylaşılmıştır. Tüm ifadelerin faktör yükleri 0,5'in üzerinde olduğu için; ölçeklerin kararlı analize uygun olduğu tespit edilmiştir. Cronbach Alfa katsayısı 0,866 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,80'den yüksek olması kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Kaiser - Meyer



Olkin (KMO) değeri 0,729 bulunmuştur. Bu değerin 0,6'nın üstünde olması; örneklem yeterli olduğunu ve araştırma verilerinden anlamlı faktörlere ulaşılabilirliğini göstermektedir. Performansa etkis düzeyiyle ilgili öz değeri 2,951 bulunmuştur ve öz değerinin 1'den büyük olması bu çalışmanın bilimsel olarak uygun olduğunu ve ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Varyans açıklama oranı ise % 73'tür. Alınan cevaplara göre ortalamalar bulunmuştur. Performansa etkisiyle ilgili soruların çoğunun önem düzeyleri 1-2,33 aralığında olduğundan, katılımcılar tarafından ölçekte yer alan ifadelerin çoğunlukla yüksek düzeyde önemli olarak kabul edildiği görülmüştür. Ayrıca "Her kişi, araç, uygulama veya süreçler iyileştirilebilse örgüt performansı daha da artar" ifadesinin önem düzeyinin (1,11) önem düzeyinin yüksek düzeyde önemli olduğu görülmüştür (Küçük, 2016: 229-232).

Tablo: 3 Sınırsız iyileşme ve örgüt performansı arasındaki korelasyon

Korelasyon			
		Sınırsız İyileştirme	Örgüt Performansı
Sınırsız İyileştirme	Pearson Correlation	1	
	Sig. (1-tailed)	,001	
	N	47	
Örgüt Performansı	Pearson Correlation	,472	1
	Sig. (1-tailed)	,001	
	N	47	47

Tablo 3'e göre sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasındaki ilişki basit korelasyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğunu göstermiştir ($P < 0,001$, $r < 0,403$, $r < 0,60$).bu sonuçlara göre H1 hipotezi desteklenir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı iki değişkenin birlikte değiştiğini göstermektedir.

8. Sonuç

Gelişen teknolojik imkânlarla birlikte örgütler/işletmeler arası rekabet



daha fazla önem kazanmıştır. Rekabetçilik, her geçen daha fazla kaliteye, teknik üstünlüğe, hıza, hizmet ve ürün farklılaşmasına ve üstünlüğüne dayanmaktadır. İster ulusal, ister örgüt/kurum bazında olsun, rekabetçiliğin en önemli unsurlarından biri toplam performansı arttırabilecek özelliklere sahip olabilmektir.

Bu çalışmada TKY araçlarından olan sınırsız iyileşmenin örgüt performansı ile arasındaki ilişki incelenmiştir.

- * Küreselleşme ile hızlanan rekabet için TKY uygulamaları önemlidir.
- * Gerek ulusal bazda gerekse örgüt/firma bazında TKY'nin amaçlarına ulaşması için sürekli iyileştirme önemi artan bir kavramdır.
- * Sürekli iyileşme kavramının (Kaizen) uygulandığı örgütlerde eksik bıraktığı unsurların olduğu (1,68) oranında ortaya çıkmıştır.
- * Örgütlerde değiştirilemeyen unsurların iyileştirilmeye katılması gerektiğini savunan sınırsız iyileşme örgüt performansı açısından önemli olduğu (1,83) önem düzeyinde ortaya çıkmıştır.
- * TKY'deki değiştirilemeyen unsurların da değişme katılması (sınırsız iyileşme) örgüt performansını pozitif yönlü olarak arttıracaktır.

9. Tartışma

TKY örgütlerin performansını arttırmaya yönelik geliştirilmiş bir kalite uygulama aracıdır. TKY üzerine yapılan çalışmalar TKY'nin kullanılabilirliğini arttırmıştır. TKY bir çok kalite uzmanı ve bilim insanının ilave unsurlarla uygulanmasını önemli gördüğü bir kalite aracıdır. TKY üzerine yapılan bu çalışmalardan bir tanesi de Imai Masaaki tarafından geliştirilen sürekli iyileşme kavramıdır.

Sürekli iyileşme kavramı insan odaklı süreçlerin devamlı yenilenmesi gerekliliği üzerinde durmuştur. Sürekli iyileştirme felsefe olarak geldiği dönemde önemli bir maliyet artışı sağlayacağı düşüncesiyle eleştirilse de günümüz rekabet koşullarında önemi daha fazla artmış durumdadır. Sınırsız iyileşme ise sürekli iyileşmenin eksik bıraktığı unsurlarında değişime ve iyileşmeye katılması gerektiğini savunan bir TKY aracıdır.

Tablo 1,2 ve 3 ten görüldüğü üzere cevaplayıcıların tamamı sınırsız iyileştirme uygulamasının önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre; sürekli iyileşme çalışmalarında kapsam dışı bırakılan, değiştirilemeyen kişi, araç, uygulama ve süreçlerin varlığı önem düzeyi yüksek çıkmıştır (Tablo 1).



Toplam kalite yönetiminin örgüt içerisinde başarı elde edebilmesi için bütün birimlerin bu felsefeyi kabul etmesi ve uygulaması gerekmektedir. Ayrıca bu felsefe içerisindeki sürekli iyileştirme ise bu felsefenin devamlı bir şekilde iyileştirilmesi ve geliştirilmesini ifade etmektedir. Sürekli iyileştirme TKY'nin tamamlayıcı bir unsuru gibi olurken sınırsız iyileştirme de sürekli iyileştirmenin eksik bıraktığı unsurları tamamlama açısından önemlidir. Ölçek sorularından görüldüğü üzere cevaplayıcıların örgüt içerisinde değiştirilemeyen unsurların varlığını 1.28 (tamamen katılıyorum) oranında belirtmişlerdir.

Sınırsız iyileşme kavramı bu değiştirilemeyen unsurların da değiştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. TKY'nin amacına ulaşabilmesi için örgütte değiştirilemeyen, geliştirilemeyen ve iyileşme sağlanamayan unsurların olmaması gerektiğini ifade etmektedir. Örgüt performansını artırmak, örgütü sürekli değişen ihtiyaçlara uygun hale getirmek için bütün unsurlarla birlikte değişim ve iyileşme önemlidir ve günümüz rekabet dünyasında gereklidir.

10. Öneriler

Sınırsız iyileştirme üzerine yapılacak başka çalışmalar için şu öneriler önemli olabilecektir.

* Sınırsız iyileştirme üzerine başka sektörlerde ve kurumlarda çalışma yapılması şu ana kadar yapılan çalışmaların tamamlayıcısı olacağı için önemlidir.

* Sınırsız iyileştirmenin öneminin anlaşılması için farklı örgüt türlerinde de çalışmalar yapılması önemli olacaktır.

* Sınırsız iyileşmenin uygulandığı ve uygulanmadığı iki örgüt üzerinde yapılacak bir çalışma kavramın önemini ortaya koyabilecektir.

* Sınırsız iyileşme bir örgütün tümüne uygulanmasının zor olduğu durumlarda bölüm bazında uygulanması kavramın geçerliliği için önemli bir adım olabilir.

* Sınırsız iyileştirme uzun vadede verimlilik ve ekonomiklik açısından önemli bir artış meydana getirebilecektir. Bunun için gerek kamu gerekse özel sektörde değerlendirilmesi gereken bir uygulamadır.



*Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama (ss.181-196) Furkan Arıcı*

KAYNAKÇA

- Ağca, V. (2005). *İç Girişimcilik Yapısı Ve Firma Performansına Etkileri: Denizli Tekstil Sektöründeki Firmalarda Bir Araştırma*, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Ay, Okan (2017), Sınırsız İyileşme Örgüt Performansına Etkisi: Bir Uygulama, **The International New Issues In Social Sciences**, Numara: 4, Pp: 89-95
- Buzlu, H. Baki, (2011). **Kalite Yönetim Sistemleri**, Zeus Kitabevi Yayınları, İzmir
- Coşkun, Ali (2006). Stratejik Performans Yönetiminde Performans Karnesi Kullanımı: Türkiye'deki Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, **Möдав Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi**, Yıl: 8, Sayı: 1, ss.: 127-153
- Çelik, M. Ve Çıra, A. (2013). Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Aşırı İş Gücünün Aracılık Rolü, **Ege Akademik Bakış Dergisi**, 13 (1), 11-20.
- Deming, Edward (1996). **Krizden Çıkış** (Cem Akaş, Çev.), Arçelik A.Ş. İstanbul
- Goetsch, David L. , Davis, Stanley B. (2016). **Toplam Kalite Yönetimi- Örgütsel Mükemmellik İçin – Toplam Kaliteye Giriş** (Özlem İpekgil Doğan Ve Mert Topoyan, Çev.), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, Orhan (2016). **Toplam Kalite Yönetimi**, (3. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, Orhan (2011). Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme, **11. Üretim Araştırmaları Sempozyumu**, İstanbul, ss. 44-53.
- Küçük Orhan, Küçük N., (2012) Sınırsız İyileşmenin Örgüt Performansına Etkisi: Bir Uygulama, 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Konya, 10-12 Mayıs 2012, 769-775.
- Küçük, Orhan, Yılmaz, Emine, Şen, H. İbrahim Ve Nurten Küçük (2015) Toplam Kalite Yönetiminin İşletme Performansına Etkisi: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama, **The Journal Of Academic Social Science Studies**, No: 34, (Ss.53-67)
- Lakhe, R.R., Mohanty, R.P., (1994). Total Quality Management: Concepts, Evolution And Acceptability İn Developing Economies. *International Journal Of Quality & Reliability Management* 11 (9), 9–33.
- Page, R., Curry, A., (2000). Tqm—A Holistic View. The International Bi-Monthly For Total Quality Management: *The Tqm Magazine* 12 (1), 11–17.
- Özdemir, Lutfiye Ve Dulkadir, Berkant (2017). Bilişim Teknolojisi İşlevlerinin Örgütsel Performans Üzerine Etkisi, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt : 15, Sayı: 29, ss. 25-41,
- Tekin, Mahmut (1999). **Toplam Kalite Yönetimi**, Kuzucular Ofset, Konya.



*Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi:
Kastamonu İlinde Bir Uygulama (ss.181-196) Furkan Arıcı*

Tunçer, Polat (2013). Örgütlerde Performans Değerlendirme Ve Motivasyon, **Sayıştay Dergisi**, Sayı:88, Ss:87-108

Ulukanoglu, Ceren (2000), "Toplam Kalite Yönetimi Ve Kaizen Felsefesi", **Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 3, 53-64.

Yaralıoğlu, K. (2001). Performans Değerlendirmede Analitik Hiyerarşi Proses, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 16 (1), 129-142.

