

International Journal of
Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411 Volume(Issue): 1 (1)



www.nobel.gen.tr

NOBEL SCIENCE

"SCIENCE CENTER OF TURKEY"



KUNYE

Yayının Adı : Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN : 2602-4411
Yıl : 2017
Cilt : 1
Sayı : 1
Yayın Sahibi : Nobel Bilim ve Araştırma Merkezi
Yayın Dili : Türkçe, İngilizce
Yayın Türü : Uluslararası Makale
Yayınlanma Biçimi : Yılda 2 Sayı (Haziran, Aralık)

COPYRIGHT PAGE

Journal Name : International Journal of Tourism, Economic and
Business Sciences
E-ISSN : 2602-4411
Year : 2017
Volume : 1
Issue : 1
Owner : Nobel Science and Research Center
Language : Turkish, English
Publication Species : International Article
Publication Type : Published two issues per year: June, December



EDITORIAL INFORMATION

EDITOR

Ayşe GÜNSEL - Kocaeli University

ASİSTANT EDITÖR

Tülay POLAT ÜZÜMCÜ- Kocaeli University

Serdar BOZKURT- Yıldız Teknik University

EDITORIAL BOARD

Sami KARACAN- Accounting and Finance Editor- Kocaeli University

Burcu CANDAN- Marketing Editor-Kocaeli University- TURKEY

Ahmet Kibar ÇETİN – Economic Editor- Çankırı Karatekin University-TURKEY

Serdar BOZKURT- Management&Organisation Editor- Yıldız Teknik University

Emrah ÖZKUL- Tourism Editor- Kocaeli University- TURKEY

EDITORIAL ADVISORY BOARD

Peran AKAN- Doğu University- TURKEY

Orhan AKOVA- İstanbul University-TURKEY

Ahmet AKTAŞ- Akdeniz University- TURKEY

Esra PAMUK ALNIAÇIK- Kocaeli University-TURKEY

Erkut ALTINDAĞ- Beykent University-TURKEY

İrfan ARIKAN- FH Krems University / AUSTRIA

Kenan AYDIN- Yıldız Teknik University -TURKEY

Hanifi AYBOĞA- Marmara University- TURKEY

Suphi ASLANOĞLU-Kırıkkale University- TURKEY

Cevdet AVCIKURT-Balıkesir University- TURKEY

Cemkut BADEM- Kocaeli University-TURKEY

Düriye BOZOK- Balıkesir University- TURKEY

Celil ÇAKICI- Mersin University- TURKEY

Hüseyin ÇEKEN- Muğla Sıtkı Koçman University-TURKEY

Hülya ÇEKMECELİOĞLU-Kocaeli University-TURKEY

Cihan ÇOBANOĞLU- University of South Florida-USA

Nusret DREŠKOVIĆ- University of Sarajevo- BOSNIA AND HERZEGOVINA

Nihat ERDOĞMUŞ- Yıldız Teknik University- TURKEY

Cevat GERNİ- Doğu University- TURKEY

Nurullah GENÇ- The Republic of Turkey Central Bank- TURKEY

Ayhan GÖKDENİZ- Balıkesir University- TURKEY

Gülten EREN GÜMÜŞTEKİN- Çanakkale University- TURKEY

Doğan GÜRSOY- [Washington State University](#)- USA

Muhsin HALİS- Kocaeli University-TURKEY

Hakan KAPUCU- Kocaeli University- TURKEY

Selahattin KARABINAR- İstanbul University- TURKEY

Esin KARACAN- Kocaeli University-TURKEY

Vicky KATSONI-TEI-GREECE

Hasan KILIÇ Doğu Akdeniz University KKTC

Alper KOCA- Kocaeli University-TURKEY

Selçuk KOÇ- Kocaeli University-TURKEY

Abdülkadir KOŞAN- Atatürk University- TURKEY

Ahmet KUBAŞ- Namık Kemal University-TURKEY

Derman KÜÇÜKALTAN- Arel University- TURKEY

Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN- Dokuz Eylül University- TURKEY

Ayhan ORHAN- Kocaeli University-TURKEY

Gönül KAYA ÖZBAĞ- Kocaeli University-TURKEY

Ali ÖZTÜREN-Cyprus International University - KKTC

Christian STECKENBAUER IMC FH Krems University AUSTRIA

Haluk TANRIVERDİ-İstanbul University-TURKEY

Cafer TOPALOĞLU- Muğla University- TURKEY

EDİTÖR

Ayşe GÜNSEL - Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

EDİTÖR YARDIMCILARI

Tülay POLAT ÜZÜMCÜ- Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Serdar BOZKURT- Yıldız Teknik Üniversitesi-Türkiye

ALAN EDİTÖRLERİ

Sami KARACAN- Muhasebe ve Finansman Editörü- Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Burcu CANDAN- Pazarlama Editörü-Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Ahmet Kibar ÇETİN – Ekonomi Editörü- Çankırı Karatekin Üniversitesi-Türkiye

Serdar BOZKURT- Yönetim-Organizasyon Editörü- Yıldız Teknik Üniversitesi-Türkiye

Emrah ÖZKUL- Turizm Editörü- Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

EDİTÖR DANIŞMA KURULU

Peran AKAN- Doğu Üniversitesi-Türkiye

Orhan AKOVA- İstanbul Üniversitesi-Türkiye

Ahmet AKTAŞ- Akdeniz Üniversitesi-Türkiye

Esra PAMUK ALNIAÇIK- Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Erkut ALTINDAĞ- Beykent Üniversitesi-Türkiye

İrfan ARIKAN- FH Krems University / AUSTRIA

Kenan AYDIN- Yıldız Teknik Üniversitesi-Türkiye

Hanifi AYBOĞA- Marmara Üniversitesi-Türkiye

Suphi ASLANOĞLU-Kırıkkale Üniversitesi-Türkiye

Cevdet AVCIKURT-Balıkesir Üniversitesi-Türkiye

Cemkut BADEM- Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Düriye BOZOK- Balıkesir Üniversitesi-Türkiye

Celil ÇAKICI- Mersin Üniversitesi-Türkiye

Hüseyin ÇEKEN- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi-Türkiye

Hülya ÇEKMECELİOĞLU-Kocaeli Üniversitesi-Türkiye

Cihan ÇOBANOĞLU- University of South Florida-USA

Nusret DREŠKOVIĆ- University of Sarajevo- BOSNIA AND HERZEGOVINA

Nihat ERDOĞMUŞ- Yıldız Teknik Üniversitesi-Türkiye

Cevat GERNİ- Doğu Üniversitesi-Türkiye

Nurullah GENÇ-Merkez Bankası-Türkiye

Ayhan GÖKDENİZ- Balıkesir Üniversitesi- Türkiye

Ayhan GÖKDENİZ- Balıkesir Üniversitesi- Türkiye

Gülten EREN GÜMÜŞTEKİN- Çanakkale Üniversitesi- Türkiye

Doğan GÜRİSOY- [Washington State University](http://www.washingtonstate.edu)- USA

Muhsin HALİS- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Hakan KAPUCU- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Selahattin KARABINAR- İstanbul Üniversitesi- Türkiye

Esin KARACAN- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Vicky KATSONI-TEI-GREECE

Hasan KILIÇ Doğu Akdeniz Üniversitesi- KKTC

Alper KOCA- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Selçuk KOÇ- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Abdülkadir KOŞAN- Atatürk Üniversitesi- Türkiye

Ahmet KUBAŞ- Namık Kemal Üniversitesi- Türkiye

Derman KÜÇÜKALTAN- Arel Üniversitesi- Türkiye

Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN- Dokuz Eylül Üniversitesi- Türkiye

Ayhan ORHAN- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Gönül KAYA ÖZBAĞ- Kocaeli Üniversitesi- Türkiye

Ali ÖZTÜREN-Cyprus International University - KKTC

Christian STECKENBAUER IMC FH Krems University AUSTRIA

Haluk TANRIVERDİ-İstanbul Üniversitesi- Türkiye

Cafer TOPALOĞLU- Muğla Üniversitesi- Türkiye



CONTENTS

WORKPLACE OSTRACISM AND HOSPITALITY EMPLOYEES' TASK PERFORMANCE: THE MODERATING EFFECTS OF FEELING TRUSTED

Gönül KAYA ÖZBAĞ Tülay POLAT ÜZÜMCÜ2

Sayfa
1
9

REVERSE INNOVATION: CAN INNOVATION FLOW FROM TURKEY TO DEVELOPED COUNTRIES?

Özge BÜYÜK Gülten GÜMÜŞTEKİN

Sayfa
10
21

Y KUŞAĞININ GİRİŞİMCİLİK EĞİMLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE İNCELENMESİ

Gönül KONAKAY Harun DEMİRKAYA Sabiha Sevinç ALTAŞ

Sayfa
22
33

DUYGUSAL EMEK KAVRAMI ve DUYGUSAL EMEĞİN TAKIM BAŞARISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BİLİŞİM SEKTÖRÜ ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Abdülkadir AKTURAN Ayşe GÜNSEL Mevlüt BECERİKLİ

Sayfa
34
47

ABSORPTIVE CAPACITY: AN EMPIRICAL STUDY ON TURKEY'S HOTEL COMPANIES

Emine KALE Özlem BAŞAR Ahmet AKNAR

Sayfa
48
55

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND SOCIO-BIOLOGICAL APPROACH

Gülten GÜMÜŞTEKİN Özge BÜYÜK

Sayfa
56
67

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KÜLTÜR TURİZM AÇISINDAN

Sami KARACAN Esin KARACAN Yüksel GÜNGÖR

Sayfa
68
74

A RESEARCH ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTIONS OF MARITIME FACULTY STUDENTS

Gönül KAYA ÖZBAĞ

Sayfa
75
79



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 01-09, 2017, www.nobel.gen.tr

WORKPLACE OSTRACISM AND HOSPITALITY EMPLOYEES' TASK PERFORMANCE: THE MODERATING EFFECTS OF FEELING TRUSTED*

Gönül KAYA ÖZBAĞ¹

Tülay POLAT ÜZÜMCÜ^{2*}

¹Department of Marine Business Administration, Maritime Faculty, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

²Kartepe Tourism Vocational School, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

** This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje)*

*Corresponding author

E-mail: tulayuzumcu@hotmail.com

Received: 01.11.2017

Accepted: 25.12.2017

Abstract

This study investigates the moderating effects of feeling trusted on the relationships between workplace ostracism and task performance. The proposed hypotheses were tested by hierarchical regression analysis by means of data from 107 hospitality employees. The results revealed that workplace ostracism have no significant associations with task performance. On the other hand, the results revealed that feeling trusted is positively correlated with task performance. Because the findings did not indicate a significant relationship between workplace ostracism and task performance, the Sobel test for the moderation model was not applied. The study provides help to understand the impact of the workplace ostracism and feeling trusted on task performance. Very scarce and rare researches are available on ostracized employees and extremely little research is available relating hospitality employees.

Keywords: Workplace Ostracism, Task Performance, Feeling Trusted, Hotel's Staff, Kocaeli

INTRODUCTION

The most commonly quoted definition describes workplace ostracism (WO) as the extent to which a person perceives that he or she is ignored, rejected or excluded by others in the workplace (Ferris et al., 2008; Williams, 2001). According to Sommer et al. (2001, p.229) ostracism is the purposeful ignoring or shunning of an individual by others. Ostracism definitions generally include the terms exclusion, shunning, ignoring, and rejecting. Thus, Robinson et al. (2013, p.206) stated that identifying the core features shared by all of these behaviors will help to understand the logic of agglomerating them under a general construct named "ostracism". They offered an expanded definition as "workplace ostracism is when an individual or group omits to take actions that engage another organizational member when it is socially appropriate to do so that". This definition indicates a distinguishing feature as the experience of ostracism occurs only when another violates norms that suggest one should acknowledge at the workplace.

The exclusionary behavior of co-workers may take many forms such as avoiding eye contact, leaving the room when an individual enters, and failing to respond to coworkers' greetings. Ostracism may create a threat because it is an exclusion mechanism, and thus is linked to social separation anxiety. Ostracized individuals experience pain, feel sadness and anger, threats to belonging, self-esteem, control, and meaningful existence. Their resources are depleted, which leads to internalized feelings of alienation, depression, helplessness, and worthlessness. (Yaakobi and Williams, 2016, p.163-164). Hitlan and his colleagues indicate workplace ostracism hinders one's ability to establish or maintain positive interpersonal relationships, work-related success, or favorable reputation within one's place of work (2006, p.2017). Being ostracized at work, a place where people seek to form friendships, social connections, and inclusion with others can be extremely hurtful and result in undesirable organizational outcomes.

When individuals perceive that they are excluded from conversations or their ideas and views are ignored, they are likely to reduce their contribution to the organization. It has been argued that workplace ostracism may affect knowledge hiding that can cause serious economic losses to companies (Zhao et al., 2016). In contrast, social inclusion has been shown to increase trust in previous task partners that might signal willingness for cooperation (Hillebrandt, Sebastian and Blakemore, 2011). Ostracism is an unethical and unfair treatment that can possibly results in withdrawal to avoid the pain of rejection (Robinson et al., 2012). To avoid further rejection and increase a sense of control, the employee is engaging in acquiescent silence that is defined as withholding information, views, ideas and opinions about potential organizational problems (Dyne et al., 2003; Morrison and Milliken, 2000).

Consequently, previous research has shown that workplace ostracism has significant impact on the employees' attitudes and behaviors such as increased deviant behaviors, (Zhao et al., 2013, Hitlan and Noel 2009) turnover intention anxiety and emotional exhaustion, (Ferris et al., 2008; Hitlan et al., 2006) as well as decreased job performance, (Hitlan et al., 2006; Wu et al., 2012), satisfaction, (Ferris et al., 2008; Liu et al., 2013) and organizational citizenship behaviors (Ferris et al., 2008) but fewer empirical investigations have been conducted in the hospitality industry. Recently, Leung et al., (2011) have investigated the impact of workplace ostracism on employee service performance and Zhao et al., (2013) on counterproductive work behaviors. However, to the best of the authors' knowledge, scholars have not yet fully explored its impact on hospitality employee's task performance. Consequently, this study aims to discuss the moderating effects of feeling trusted on the relationships between workplace ostracism and task performance.

LITERATURE REVIEW

Workplace Ostracism and Task Performance

Researchers who support "Resource Based View" agree that much attention should be given to intangible assets and especially human capital because value creation ability has shifted from tangible to intangible assets (Teece, 1998; Hall, 1993; Carmeli and Tishler, 2004). Therefore, academicians and practitioners have been trying to realize the benefits of empowering and supporting work environment for the past two decades. However, the recent research led by O'Reilly (2015) provides consistent empirical evidence of the prevalence of ostracism at work. More than 70% of respondents said they had experienced some form of exclusion in the prior six months. Participants consistently rated actions such as ignoring, excluding, or overlooking a co-worker. Another survey for 262 full-time workers revealed that 66% respondents received the silent treatment and 29% respondents reported that other people intentionally left the area when the respondents entered (Fox and Stallworth, 2005).

Researchers agree that ostracism has such a negative impact on employees' psychological well-being (Ferris et al., 2008; Hitlan et al., 2006; O'Reilly & Robinson, 2009) which, in turn, can reduce one's ability to effectively contribute to the organization. Craighead et al. (1979) found that individuals who imagined being ignored tended to show passivity and disengagement. Other studies have shown that being the target of ostracism may fuel uncooperative or aggressive responses (Robinson et al., 2013). In addition, Zhao at al., (2013) found that there is positive relationship between workplace ostracism and counterproductive work behaviors. They also stated that counterproductive work behaviors negatively affects organization as a whole because workplace ostracism may lead to an employee's decision to act out against social norms and trigger negative behaviors as a response.

According to Twenge et al., (2001) trust and belongingness may be important feelings that are affected by social exclusion. This result can help to understand why workplace ostracism is positively related to service workers' knowledge hiding (Zhao, Xia, He, Sheard and Wan, 2016). In other words, ostracism may lead people to feel less trust which is very important for knowledge sharing and development. Relatedly, Zand (1972) found that high trust groups were more open, shared more relevant information and identified more creative, higher quality solutions, than low trust groups. Moreover, there is a considerable body of research showing that trust predicts risk taking and task performance, and affective commitment (e.g., Colquitt, Scott, & LePine, 2007).

On the other hand, Leung and his colleagues (2011) investigation among employees in Chinese

hotels illustrated that employees who are being ostracized with not enough psychological resources will try to conserve psychological resources by demonstrating low performance and work engagement. Ostracism can threaten individual's social resources, and thus can be viewed as a stressor (Williams, 2001) which have been linked to work outcomes such as employee loyalty (Wallace, 1995), workplace deviance (Lee and Allen, 2002), intention to leave (Hom and Griffeth, 1995; Harvey et al., 2007), emotional exhaustion (Gaines and Jermier, 1983) job performance (Motowidlo et al., 1986) Workplace ostracism is costly for employees and organizations because employees who encounter high levels of workplace ostracism are likely to have low levels of organizational identification and are less willing to engage in citizenship behavior (Wu et al., 2016).

According to Blumberg and Pringle (1982: p.562) job performance can be related to three constituent including capacity to perform, willingness to perform and the environmental factors. However, willingness to perform is the key determinant of job performance since it impacts the other two constituents. For instance, a person may be very capable but if s/he is not motivated or want to make more effort, s/he cannot perform well. A sense of belonging develop a sense of duty or obligation to the group which can effectively override tendencies toward self-interest (Harkins and Petty, 1982). Today's organizations need engaged employees who are willing to make more effort, enthusiastic regarding their jobs, and often involve themselves deeply in their work (May, Gilson and Harter, 2004). When an individual perceives s/he is ostracized at work, his/her sense of belonging is likely undermined, which in turn, can reduce both their ability and motivation to contribute to the organization (O'Reilly and Robinson, 2009, p.6). Thus, we hypothesize:

H1: Workplace ostracism is negatively correlated with task performance.

Workplace Ostracism, Task Performance And Feeling Trusted

Trust can be defined as “the extent to which a person is confident in, and willing to act on the basis of, the words, actions and decisions, of another” (McAllister, 1995). Mayer et al. (1995) claim that trust is specific to the domain of interpersonal work relationships, particularly the relationship between supervisors and subordinates. They define supervisory trust as the willingness of a subordinate to be vulnerable to the actions of his/her supervisor whose behaviour and actions s/he cannot control. On the other hand, feeling trusted is defined as the perception that another party is willing to accept vulnerability to one's actions. Employees who feel trusted perceive that another party is willing to assume risk with them (Lau and Lam, 2008). If a supervisor empowers his subordinates, treats his subordinates fairly, supports his subordinates, or shares important information with his subordinates, then the subordinates' perception of being trusted is expected (Deng and Wang, 2009, p.18).

According to Lau et al., (2007) perception of being trusted is expected when a supervisor empowers his subordinates, treats them fairly, supports them, or shares important information with them. Den Hartog et al. (2002) reported that employees' trust in their supervisor was related to their trust in management in general. Supervisors are perceived as the representor of the organization and thus when employees trust their immediate supervisors, they are more likely to generalize such trust to the whole organization (Tan and Tan, 2000, p.243). Many scholars agreed that employee ratings of supervisor trust are more appropriately termed “feeling trusted” to reflect the perceptual nature of the concept (e.g Lau, Liu and Fu, 2007). Besides, trust affects an employee behavior only when it has been felt by the employee. Therefore, in this study feeling trusted is measured via the subordinate's perception of being trusted by their supervisor.

Researches indicate that employees who trust their supervisors tend to have better job performance (Deutsch Salamon and Robinson, 2008; Lau, Lam and Wen, 2008), more frequent citizenship behavior (Podsakoff, MacKenzie and Bommer, 1996; Nyhan, 1999; Perry, 2004), and higher job satisfaction (Colquitt, Scott and LePine, 2007; Dirks and Ferrin, 2002). Anticipating a relationship between ostracism, feeling trusted and task performance may be explained through social exchange theory. According to the theory that builds on the norms of reciprocity, when an individual experiences pleasant or unpleasant feelings from an organization, s/he reciprocate the organization in terms of her/his perception. Since, in general, individuals send back the benefits they receive, they are likely to response helpfulness and kindness with affective reactions, which may in turn lead to desirable work

attitudes and behaviors (Leung, 2008; Shapira-Lishchinsky and Even-Zohar, 2011). On the contrary, by way of replication, subordinates with low level of trust is likely to be less willing to make extra effort and less motivated to perform beyond minimum requirements.

Literature review indicates that trust can be an important determinant of task performance. For example, Colquitt et al. (2007) found that trust in the manager is positively related to job performance and organizational citizenship behavior and negatively related to counterproductive outcomes, such as the intention to quit the organization. Similarly, Dirks (2000) study indicated that trust in the leader is associated with team performance. Mayer and Gavin (2005) also found empirical support for their assertion that trust in management allows employees to focus on the tasks that need to be done to add value to their organization. Consequently, feeling trusted is likely a significant predictor of job performance for employees. However perception of ostracism and feeling trusted in hospitality industry with increased job demands and thus work stress can have more negative effects on service delivery. Thus, we hypothesize:

H2: Feeling trusted is positively correlated with task performance.

H3: Feeling trusted will moderate the negative relationship between ostracism and task performance in such a way that the relationship is weaker for employees with high levels of feeling trusted.

METHODOLOGY

Selection of Sample and Respondents Demographics

The survey was conducted on sample consisting of 107 hotel employees located around Kocaeli province between June 2017 and October 2017.

Measures

All items were measured on a five point Likert-type scale where (1) strongly disagree to (5) strongly agree. Workplace Ostracism was measured using the ten-item scale developed by Ferris et al. (2008). Sample items included ‘Others ignored me at work’, ‘Others left the area when I entered’, and ‘My greetings have gone unanswered at work’. Cronbach’s alpha for this measure was 0.74.

Feeling trusted was measured using the four-item scale developed by Lau et al (2007). Sample items included “My supervisor delegates important work to me, “My supervisor empowers me with great decision-making power”. Cronbach’s alpha for this measure was 0.88. Task performance was measured using the five-item scale developed by Williams and Anderson (1991). Sample items include ‘I can competently complete assigned work’, ‘I can perform the duties of my job description’, and ‘I never neglect my job responsibilities’. This job performance scale was based on participants’ self-reports. Cronbach’s alpha for this measure was 0.98.

FINDINGS

Descriptive Statistics

Descriptive statistics regarding our sample is indicated in Table 1. The questionnaires were distributed and collected by authors, using the “personally administrated questionnaire” method.

When the demographic characteristics of the employees participating in the survey are examined (Table 1) out of the 107 respondents 52.3% are women, 46.7% are men and 61.6% are under 35 years of age. In terms of distribution of respondents by department % 22,4 of the respondents are employed in the front office followed by the food and beverage department 16.8%. In terms of education, % 33,6 have completed high school followed by %29of those having university degree. 24.3% of the respondents are low and middle level managers. When employees are asked about all sectoral seniority, it is seen that the majority of the respondents (%35.5) are under 5 years, while those over 15 years are only 20.1%. Finally, the length of the service in the current hotel shows that the majority of respondents have worked for less than is 2 years. Only % 4,7 of the respondents have worked for a period of 9-15 years.

Table 1: Descriptive Statistics

Gender	F	%	Age	F	%
Male	56	52,3	17-25	30	28
Female	51	46,7	26-34	36	33,6
Missing	1	1,0	35-43	31	29
			44-52	9	8,4
			Missing	1	1,0
Department	F	%	Education	F	%
Housekeeping	15	14	Primary School	21	19,6
Front Office	24	22,4	High School	36	33,6
Kitchen	14	13,1	Vocational School	15	14
Sales&Marketing	4	3,7	Graduate	31	29
Technical Service	7	6,5	Post Graduate	1	1,0
Accounting	8	7,5	Missing	3	2,8
Human Resources	3	2,8	Position	F	%
Management	2	1,9	Manager	15	14,0
Food&Beverage	18	16,8	Chef	11	10,3
Other	10	9,3	Staff	73	68,2
Missing	2	1,9	Trainer	6	5,6
			Missing	2	1,9
Hotel Seniority	F	%	Total Seniority	F	%
0-2	42	39,3	0-5	38	35,5
3-5	39	36,4	6-8	19	17,8
6-8	6	5,6	9-15	19	17,8
9-15	5	4,7	16-20	13	12,1
Missing	15	14,0	20 +	4	3,7
			Missing	14	13,1
Total	107	100	Total	107	100

Data Analysis and Results

In order to identify the underlying structure of various measures exploratory factor analysis using principle components of factor extraction and varimax rotation techniques was performed. As a cut-off loading was used 0.40. Most factor loadings were above 0.50 which can be assumed a high level of significance. The results from our factor analysis of the measurement items for each of the subscales (Table 2) imply that measures used in this study have construct validity (Nunnally, 1978).

Table 2: Factor Loading of Scale Items

Workplace Ostracism	Feeling Trusted	Task Performance
,898	,869	,968
,895	,846	,958
,868	,825	,940
,867	,708	,938
,865		,928
,862		
,795		
,685		
,673		
,556		

Model Testing Results

We conducted hierarchical regression analysis to examine the hypothesized relationships among workplace ostracism, feeling trusted and task performance (Table 3). In the first step, we investigated the impact of workplace ostracism on task performance. The results revealed that workplace ostracism is not significantly correlated with task performance. Accordingly, the first hypothesis of the study is not

supported. On the other hand, the results revealed that feeling trusted is positively correlated with task performance. Accordingly, the second hypothesis of the study is supported). The moderation model tests whether the prediction of a dependent variable, Y, from an independent variable, X, differs across levels of a third variable, Z. Since the findings did not indicate a significant relationship between workplace ostracism and task performance, the Sobel test for the moderation model was not applied.

Table 3: Hierarchical Moderated Regression Analyses

	Step 1	Step 2
Step 1: workplace ostracism -task performance	,362	
Step 2: feeling trusted - task performance		,272**

Conclusion, Discussions and Suggestions

Past researches on ostracism indicate that it is such a negative phenomenon that impacts employees' psychological well-being (Ferris et al., 2008; Hitlan et al., 2006; O'Reilly & Robinson, 2009) which, in turn, can reduce task performance. However, the results of the current study carried on hospitality employees did not support the expectation that being ostracized from other employees affects performance. This is an interesting result because as Gkorezis and Bellou (2016) mentioned that the effect of workplace ostracism in collectivistic cultures like Turkey is likely to be more vigorous. Many researchers agree that compared to the individualistic cultures that focus less on high quality relationships collectivist ones may be more sensitive to ostracism (e.g. Leung et al., 2011).

On the other hand, Hofstede (1980) mentioned that Turkey is high power distance society. In high power distance society there are barriers or tall hierarchical levels for employees in organizations. Maybe, individuals who are already culturally accustomed to being excluded because of the existence of tall hierarchal levels tolerate workplace ostracism and will not let these behaviors affect their performance. Therefore, researchers should keep in mind this cultural effects when interpreting the findings of the study.

Consistent with the past studies, the findings of this study suggest trust would enhance task performance. Perception of feeling trusted in hospitality industry with increased job demands and thus work stress can have more positive effects on service delivery. Trust in management allows employees to focus on the tasks that need to be done to add value to their organization. For that reason managers should dedicate their time and energy to build trust in their organization.

Despite this study offers a number of contributions to the literature, like all researches it has some limitations. First of all, the participation rate is low and concentrated only in one city of Turkey, Kocaeli. Future studies could replicate the study in the Mediterranean and Aegean regions of Turkey in order to increase the response rate and also the generalizability of study results. Besides, the research is specific to one industry and thus it is debatable whether these results would generalize to other industries. Second, we did not include the role of personality type into our investigation and predicted that all employees are affected in the in the same way and to the same degree. On the other hand, this study has only examined the role of workplace ostracism in decreasing task performance. However, counterproductive work behavior have been theorized as behavior for ostracized employees to restore their sense of control and sense of belongingness (Williams, 2007; Robinson, O'Reilly and Wang, 2013). It can also be suggested to other researchers who wants to study in this subject to investigate the role of culture that would possibly give an in-depth analysis of the issue.

REFERENCES

- Blumberg, M., & Pringle, C. D. (1982). The missing opportunity in organizational research: Some implications for a theory of work performance. *Academy of Management Review*, 7(4), 560-569.
- Carmeli, A., & Tishler, A. (2004). The relationships between intangible organizational elements and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 25(13), 1257-1278.

Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. (2007). Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 92: 909–927.

Connelly, C.E., & Kelloway, E.K. (2003). Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 24 Issue: 5, pp.294-301

Craighead, W.E., Kimball, W.H., & Rehak, P.J. (1979). Mood changes, physiological responses, and self-statement during social rejection imagery. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 385–396.

Deng, J., & Wang, K.Y. (2009). Feeling trusted and loyalty: Modeling supervisor-subordinate interaction from a trustee perspective. *International Employment Relations Review*, 15(1), 16–38.

Deutsch Salamon, S. & Robinson, S. L. (2008). Trust that binds: The impact of collective felt trust on organizational performance. *Journal of Applied Psychology*, 93: 593–601.

Dirks, K.T. (2000). Trust in Leadership and Team Performance: Evidence From NCAA Basketball. *Journal of Applied Psychology*, 85, 1004-1012.

Dyne Linn Van, Ang Soon and Botero Isabel C. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs, *Journal of Management Studies*, 40:6, 1360-1392.

Ferris, D. L., Brown, D. J., Berry, J. W. & Lian, H. (2008). The development and validation of the workplace ostracism scale, *Journal of Applied Psychology*, 93, 1348–66.

Fox, S. & Stallworth, L.E. (2005). Racial/Ethnic bullying: Exploring links between bullying and racism in the US workplace. *Journal of Vocational Behavior*, 66: 438–456.

Gaines J. and Jermier J. M. (1983). *The Academy of Management Journal*, 26(4), pp. 567-586.

Gkorezis, P., & Bellou, V. (2016). The relationship between workplace ostracism and information exchange: The mediating role of self-serving behavior. *Management Decision*, 54(3), 700- 713.

Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607– 618.

Harkins, S. G., & Petty, R. E. (1982). Effects of task difficulty and task uniqueness on social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1214-1229.

Hillebrandt H., Sebastian C., Blakemore S.J. Experimentally induced social inclusion influences behavior on trust games. *Cognitive Neuroscience*. (2011). 2: 27–33.

Hitlan R.T., Clifton Rebecca J. & DeSoto M. Catherine (2006). Perceived Exclusion in the Workplace: The Moderating Effects of Gender on Work Related Attitudes and Psychological Health *North American Journal of Psychology*, Vol. 8, No. 2, 217-236.

Hitlan, R.T., Noel, J., (2009). The influence of workplace exclusion and personality on counterproductive work behaviors: an interactionist perspective, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 18 (4), pp.477–502

Hom PW, Griffeth R.W. *Employee Turnover* Cincinnati, OH: South-Western; 1995

Harvey P., Stoner J., Hochwarter W., & Kacmar C. (2007). Coping with abusive supervision: The neutralizing effects of ingratiation and positive affect on negative employee outcomes. *The Leadership Quarterly*, 18(3), 264–280

Hofstede, G. (1980) *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills: Sage.

Lau, D., Liu, J. & Fu, P. (2007). Feeling trusted by top leaders: A study of Chinese managers. *Asia Pacific Journal of Management*, 24, 321–340.

Lau, D. C., & Lam, L. W. (2008). Effects of trust and being trusted on team citizenship behavior in chain stores. *Asian Journal of Social Psychology*, 11: 141–149.

Lee, K. and Allen, N. J. (2002). 'Organizational citizenship behavior and workplace deviance: the role of affect and cognitions'. *Journal of Applied Psychology*, 87, 131–42.

Liu, J., Kwan, H. K., Lee, C., & Hui, C. (2013). Work-to-family spillover effects of workplace ostracism: The role of work home segmentation preferences. *Human Resource Management*, 52, 75–93.

Leung, A. S., Wu, L.Z., Chen, Y.Y., & Young, M. N. (2011). The impact of workplace ostracism in service organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 836- 844.

May Dr, Gilson RL, Harter LM (2004), 'The psychological conditions of meaningfulness, safety

and availability and the engagement of the human spirit at work', *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, 77, 11–37.

Mayer, R.C. & Gavin, M.B. (2005). Trust for management and performance: Who minds the shop while the employees watch the boss? *Academy of Management Journal*, 48, 874- 888.

McAllister, D.J., "Affect and Cognitive-based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations". *Academy of Management Journal*, 38 (1): (1995) 24-59.

Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61–89.

Morrison, E. W.& Milliken, F.J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management review*, 25(4), 706-725.

Motowidlo Stephan J., Packard John S. and Manning Michael R. (1986). Occupational Stress: Its Causes and Consequences for Job Performance, *Journal of Applied Psychology*, Vol.71, No.4, 618-29.

Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.

Nyhan, R. (1999). Increasing affective organizational commitment in public organizations. *Review of Public Personnel Administration*, 19, 58-70.

O'Reilly J.; Robinson Sandra L.; Berdahl Jennifer L.; Banki Sara (2015). Is Negative Attention Better Than No Attention? The Comparative Effects of Ostracism and Harassment at Work, *Organization Science*, 26, 3, 774.

Podsakoff, P., MacKenzie, S. & Bommer, W. (1996). Transformational leader behaviors and substitutes for leadership as determinants of employee satisfaction, commitment, trust, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Management*, 22, 259-298.

Robinson S, O'Reilly J, Wang W: Invisible at work: an integrated model of workplace ostracism. *J Management*, 2013; 39: 203–31.

Perry Ronald W. (2004). The Relationship of Affective Organizational Commitment with Supervisory Trust. *Review of Public Personnel Administration*, Vol. 24, No. 2, June, 133-149.

Shapira-Lishchinsky, O, Even-Zohar, S. (2011). Withdrawal behaviors syndrome: An ethical perspective. *Journal of Business Ethics* 103(3): 429–451.

Sommer, K.L., Williams, K.D., Ciarocco, N.J., & Baumeister, R.F. 2001. When silence speaks louder than words: Explorations into the intrapsychic and interpersonal consequences of social ostracism. *Basic and Applied Social Psychology*, 23: 225-243.

Tan, H. H., & Tan, C. S. (2000). Toward the differentiation of trust in supervisor and trust in organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(2), 241-260.

Teece, D.J. (1998). Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*, 40(3), 55–79.

Twenge J. M., Baumeister R. F., Tice D. M., Stucke T. S. (2001). If you can't join them, beat them: effects of social exclusion on aggressive behavior. *J. Pers. Soc. Psychol.* 81, 1058–1069.

Wallace J.E (1995). Organizational and professional commitment in professional and nonprofessional organizations *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 228-255.

Williams, K.D. (2001). *Ostracism: The Power of Silence*. New York: Guilford Press.

Williams, K. D. (2007). Ostracism. *Annual Review of Psychology*, 58, 425–452.

Williams K.D. (2009). Ostracism: a temporal need-threat model. In: Zanna M, editor. *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 41. New York: Academic Press;. pp. 279–314.

Williams, L.J.&Anderson, S.E. (1991). Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship behavior. *Journal of Management*, 17, 601-617.

Wu, L.Z., Yim, F.H., Kwan, H.K., Zhang, X.M. (2012). Coping with workplace ostracism: the roles of ingratiation and political skill in employee psychological distress. *Journal of Management Studies* 49 (1), 178–199.

Wu, C. et al. (2016). Why and when workplace ostracism inhibits organizational citizenship behaviors: An organizational identification perspective. *Journal of Applied Psychology*, 101: 362-378.

Yaakobi Erez and Williams Kipling D. (2016). Ostracism and attachment orientation: Avoidants are less affected in both individualistic and collectivistic cultures, *British Journal of Social Psychology*, 55, 162–181

Zhao, H., Peng, Z., Sheard, G. (2013). Workplace ostracism and hospitality employees' counterproductive

work behaviors: the joint moderating effects of proactive personality and political skill, *IJHM* 33 (June), 219–227.

Zhao, H., Xia, Q., He, P., Sheard, G., & Wan, P. (2016). Workplace ostracism and knowledge hiding in service organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 84- 94.



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 10-21, 2017, www.nobel.gen.tr

REVERSE INNOVATION: CAN INNOVATION FLOW FROM TURKEY TO DEVELOPED COUNTRIES?*

Özge BÜYÜK^{1*} Gülten GÜMÜŞTEKİN²

¹ Ezine Vocational High School, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TURKEY

² Faculty of Political Science, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TURKEY

**This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje)*

*Corresponding author:
E-mail: ozgebuyuk@comu.edu.tr

Received: 01.11.2017
Accepted: 26.12.2017

Abstract

The term of innovation; is defined as the application of a new product, concept or known principle in a way that will create economic added value again presently. A nation's competitiveness depends on the capacity of its industry to innovate and upgrade. Companies gain the advantage against the world's best competitors because of pressure and challenge and achieve competitive advantage through acts of innovation. The term of "reverse innovation" which is a very new phenomenon, precisely emerges at this point. Reverse innovation is any innovation that is adopted first in the developing world. Reverse innovation is a special category of innovation. Particularly noteworthy is the fact that "innovation" is not contrary to the basic theories, but instead introduces a new action framework based on the same theories. Innovation will be an important opportunity and impetus in the development of poor countries. Moreover, the poor countries are megamarkets with micro-consumers. The purpose of this paper is to explore the potential of reverse innovation ability of Turkey and propose alternative techniques to penetrate new markets.

Keywords: Reverse Innovation, Competitive Advantage of Turkey, Reverse Innovation Advantages

INTRODUCTION

Since the early ages, the changes in social life and the environment have forced the human being and the formations he has formed to serve himself into a compulsive development process. There have been developments, changes, adaptations and innovations in every aspect of the evolution. This change in life has brought up the concept of business after a while. In the Agricultural Revolution, which is considered to have taken place around 8000 BC, the society has passed from the nomadic life to the established life and the most important element of the capital became the land. Thousands of years after that, production and transportation were made with the tools developed for the human and animal to use muscle power and to use this power more efficiently. So, during this period, the main means of production were soil and muscular power. In the traditional society based on agriculture, production was carried out in houses and handlooms. New technologies emerged together with Industrial Revolution gave birth to a new production environment and lifestyle. Such that; housing and business were separated from each other. Mass production in the factories changed urbanization and urban life. The way of life has led to changes and transformations in the sociological structure of society. The way of organizing in the factories have become effective for all areas of human life (Özdemir, 2014). The most radical transformations since the existence of human beings have been realized in the 20th century (Turunç, 2006). The first and last quarter of the 20th century was the period which transformation experienced the most intense changes with the revolutions of agriculture, industry and information technology. It has been an important period in which change and differentiation were observed unusually in the history of humanity in all fields.

Change is a process; moving from one state to another in a given time period; differentiation situation (Çınar, 2005) and is an operation which is bringing of personal information, talent, etc. to a

different position from the current without changing the location of the persons/objects (Koçel, 2005: 510). Perhaps one of the most important characteristics of human beings is not to be content with what exists, but long for the better. The impulse of searching better is the basis of development. However, this characteristic of the human being also consists the necessity of change at the same time. A product or service previously described as “perfect” is described as “normal” when it is accustomed, and “inadequate” in the presence of a better one. Therefore, in order to be able to respond to the constantly rising expectations of customers/citizens, institutions must constantly renew and overcome themselves (Argüden, 2004). The main reason for the firms of changing demanding enterprises to initiate innovation is increasing awareness, appreciation, and sensitiveness levels of today’s consumers. Nowadays consumers prefer high technology products in order to solve problems and increase the quality of life (Gürsu, 2014). This change reflected in consumption habits forces enterprises alteration. In other words, this change in society has confronted enterprises with the concept of innovation. Organizations today are focusing on new and/or improved products, processes, techniques or procedures to ensure competitive advantage and survive. In other words, it is asserted that enterprises can compete by constantly changing/renewing their products, services, production methods and their managerial understandings. In this context, innovation is one of the most contemporary words in science and technology world in recent years. (Eraslan et al., 2008). The word of “innovation”, derived in England in the 16th century (Gürsu, 2014), is rooted in Latin words which are “inno-vare”, “innovatus” (Turanlı & Sarıdoğan, 2010). At that time, the word meant “the introduction of new methods in social, cultural and administrative mechanisms” (Elçi, 2006). According to Oxford English Dictionary, “innovate: make changes in something established, especially by introducing new methods, ideas, or products” (<http://www.oxforddictionaries...>); according to Cambridge Dictionaries’e göre yeni fikir ve değişiklikleri uygulamaktır (<http://dictionary.cambridge...>). The meaning of innovation is that something new emerges unlike the traditional one. Innovation is not just reflected renewal, change or recency, but as Elçi (2006) has stated; refers to an economic and social system that depends on differentiation and change. In this context, innovation is not a separate activity on its own, but it covers all processes of science and technology effectiveness. What is meant by the word of innovation is the transformation of science and technology into a profit in terms of an intellectual theory, action and outcome, and transforming this benefit into a marketable output. Therefore, innovation is not a renewal phenomenon in a simple sense, but starting from the theoretical phase of renewal; it is a process that requires the inclusion of the innovation product (invention) and the ability to be marketable (Biçkes&Özdevecioğlu, 2011). The work which is the first document of innovation in the world and which declared administrative change is accepted as Magna Carta. The concept of innovation has ironically influenced its definition as much as it symbolizes change. In the meantime, the first meaning of innovation has changed. Until 1950, the notion of innovation was not a phenomenon discussed with a loud voice, but later it turned into a strategic conception placed at the root of global economic development. In the period of 1950-60, innovation skill is monopolized only by large enterprises, but now appears to be an effective element at a global level among the countries that are considered vital nowadays. The concept of innovation continues to be a candidate phenomenon for becoming a symbol of the inevitable change and development movement of a sustainable global competition for the future of mankind (Gürsu, 2014). As the world entered the 21st century, the new age brought very important changes. Especially the business, science and technology world is at the center of this changes. While new technologies and new discoveries have profoundly influenced human life, there have been radical changes in the basic working principles of the business world. The business world is heavily influenced by changes in the economic and social structure of the world (Soylu&Göl, 2010). As a result, in order to survive in today’s increasingly competitive environment, enterprises need to constantly change, differentiate and renew products, services and methods of doing business. This process is called innovation (Elçi, 2006).

Schumpeter was the first economist who associated “innovation” and “entrepreneurship” (Ünlükaplan, 2009). Many definitions of innovation similar to or different to those of Schumpeter have been made up to date (Ersoy & Şengül, 2008). According to Schmookler (1966): “When an enterprise produces a good or service or uses a method or input that is new to it, it makes a technical change. The first enterprise to make a given technical change is an innovator. Its action is innovation.” Knight (1967) defined ‘innovation’ as, “the adoption of a change which is new to an organization and to the

relevant environment. Freeman (1982) mentioned that “innovation is technical, design, manufacturing, management and commercial activities involved in the marketing of a new (or improved) product or the first commercial use of a new (or improved) process or equipment”. Drucker (1985) argued that innovation as the effort to create purposeful, focused change in an enterprise’s economic or social potential and is the tool of entrepreneurship. Innovation gives the ability to create new capacity from existing resource. Roberts (1987) argued that the invention process covers all efforts aimed at creating new ideas and getting them to work.” Porter (1991) underlined this phenomenon as: “Companies achieve competitive advantage through acts of innovation. They approach innovation in its broadest sense, including both new technologies and new ways of doing things.” Innovation is the process of transforming new ideas that have emerged (Merçan & Göktaş, 2011), into the commercial business by adopting the market successfully (Koç & Mente, 2007). Another globally accepted definition had been made in the Oslo Manual (2005) published by Eurostat as “an innovation is the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations”. Countries are due to turn new ideas into technical and commercial success in order to sustain economic growth, competitive power and employment opportunities (Oğuztürk&Türkoğlu, 2004). Having an effective national innovation system and the advanced ability of innovation puts a country in a sustainable economic development process and increases its power of competition (Işık&Kılıç, 2012). The growth of the overall productivity of labor and capital in some countries like Australia, Denmark, Ireland, Finland, Norway, and the USA etc. is associated with significant technological developments. The increase in labor and capital productivity is also due to managerial practices, organizational changes, improvements in the production of goods and services (Ünlükaplan, 2009). Growth is higher in some countries like Ireland and South Korea, which continue to use technological innovation as an important tool in catching developed countries. Innovation contributes greatly to employment increase. Unemployment rates are falling in countries that have achieved high growth rate with innovation, whereas unemployment is increasing in countries where innovation growth rate is falling. While Innovation-based growth reduces income inequality, as is the case in the United States, also provides a higher employment rate for workers who are not qualified (Elçi, 2006).

Studies carried out within the scope of the UN’s Millennium Project reveal that accomplished science, technology, and innovation is one of the essential factors for the development of humanity. Innovation would affect health, environment, agriculture, communication, gender equality and the living standards of humanity positively (UNDP, 2001). Nowadays, the only factor that determines the competitive advantage is no longer costs. Many factors such as speed to respond to market needs, shortened product lifecycles, product and service quality, design, development of new products and services, product and service production according to customer requirements, new management and organization models, are much more important than costs. All factors above require innovation (Elçi, 2006). The underlying cause of the forces of developed economies of the world is the ability to pursue and implement technological innovations. As Ünlükaplan (2009) has stated, the main driving forces of high development performance are technology and innovation. Innovation is the key to economic growth, increased employment and quality of life (Satı&Işık, 2011). With the emphasis on the same point, Schacht (2000); mentions the importance of technological developments and on the growth of the US. Monitoring and supporting these developments on a government basis is also the substantial factor of the growth. According to the Global Innovation Index of 2017 published 10th in cooperation with INSEAD (The Business School for the World) and WIPO (World Intellectual Property Organization), Turkey became 43rd innovative country among 127 countries in 2017. It was 42nd in 2016 and 58th in 2015 in the same ranking. Table 1 lists the top 10 countries in the Global Innovation Index for the years 2015-2017 and the ranking and scores of the 4 countries ahead of Turkey. According to the table, Switzerland, Sweden and the Netherlands are in the first 3 in the order of 2017. Turkey lags behind Hungary (39), Lithuania (40), Croatia (41) and Romania (42) with the score of 38.09 (Okay, 2017). In addition Turkey is among the “modest innovators” in the EU’s 2015 Innovation Index (European Commission, 2015) or a “country in the period of transition from the efficiency-driven economies to innovation-driven economies” if listed on GNP basis (Gökçe, 2016).

Tablo 1. The Global Innovation Index

<i>Country/Economy</i>	2015		2016		2017	
	Rank	Score (0–100)	Rank	Score (0–100)	Rank	Score (0–100)
<i>Switzerland</i>	1	63,8	1	66,28	1	67,69
<i>Sweden</i>	3	62,40	2	63,57	2	63,82
<i>United Kingdom</i>	2	62,42	3	61,93	5	60,89
<i>United States of America</i>	5	60,10	4	61,40	4	61,4
<i>Finland</i>	6	59,97	5	59,90	8	58,49
<i>Singapore</i>	7	59,36	6	59,16	7	58,69
<i>Ireland</i>	8	59,13	7	59,03	10	58,13
<i>Denmark</i>	10	57,7	8	58,45	6	58,70
<i>Netherlands</i>	4	59,97	9	58,29	3	63,36
<i>Germany</i>	12	57,05	10	57,94	9	58,39
<i>Luxembourg</i>	9	59,2	12	57,11	12	56,40
<i>Thailand</i>	55	38,10	52	36,51	51	37,57
<i>Macedonia</i>	56	38,03	58	35,4	61	35,43
<i>Mexican</i>	57	38,03	61	34,56	58	35,79
<i>Bulgaria</i>	39	45,16	38	41,42	36	42,84
<i>Poland</i>	46	40,16	39	40,22	38	41,99
<i>Greece</i>	45	40,28	40	39,75	44	38,85
<i>United Arab Emirates</i>	47	40,06	41	39,35	35	43,24
<i>Hungary</i>	35	43	33	41,76	39	41,74
<i>Lithuanian</i>	38	42,26	36	44,71	40	41,17
<i>Croatia</i>	40	41,7	47	38,29	41	39,8
<i>Romania</i>	54	38,2	48	37,9	42	39,16
<i>Turkey</i>	58	37,81	42	39,03	43	38,09

Source: Okay, 2017

Technological improvements that are on the basis of innovation, which means the renewal of science and technology in a way to provide economic and social benefits (Bayraç, 2003), transform the society from static to dynamic (Bal, 2013). This leads to positive results like social welfare, increasing living standards, ensuring sustainable economic growth, increasing employment, efficient use of resources, uncovering new sources of raw materials, increasing exports, increasing patent numbers, contributing to the regional development, increasing entrepreneurship and the decreasing external dependency (Uzkurt, 2010). The innovation ability of a country depends on multiple actors and their equivalent achievements (Koç&Mente, 2007). The strength of all these actors increases the competitiveness of the countries. Today, national economies have become increasingly vital elements to be based on the innovation paradigm in terms of global competitiveness levels. The idea that innovation is based on competitiveness has been put forward in Schumpeter's work, which for the first time defined market dynamics as the creative demolition process for the first time (Ünlükaplan, 2009). Today, the desire to increase the quality of life and the expectation of continuity in the demand for productivity is the driving force of the concept of innovation. The concept of innovation consists of science, technology and design components in a way that the whole world has agreed upon. This points to the influence of R&D on innovation. It is also observed that developed countries are able to secure a strong sustainable economy with their investment levels (share of GNP) and stability (process) in innovation, thus contributing to the goal of creating a high quality of life (Gürsu, 2014). However, according to the IMF (2016) reports, 5.9 billion people, which is 85% of the world population today, are living in the poor-developing countries. The countries that have shared the top 10 rankings in the competitive power of the World Economic Forum 2016-2017 Global Competitiveness Report are as follows: Switzerland, Singapore, USA, Netherlands, Germany, Sweden, United Kingdom, Japan, Hong Kong, Finland. Turkey drops four places to 55th among from 51 above 138 countries in 2016 from the previous year (note that

the data were collected before the attempted coup in July 2016). But it should be remembered that this ranking was 43 in 2012 (Schwab, 2016). According to the report, Turkey's ranking in the main component of "Innovation" is 69 in 2017. This ranking was 56 in 2014, 60 in 2015, and 71 in 2016. Even if the list shows that Turkey has shown a falling tendency in innovation between 2014-2016 and has risen again in 2017, the ranking is still below 2014. According to Schwab (2016), "to create a more dynamic business environment, domestic competition needs to be improved and investments are needed to develop a sound innovation ecosystem to help the country move up the global value chain. This includes improving business sophistication and fostering companies' innovation by boosting workforce qualifications—Reforms are also needed to make public institutions more efficient and transparent." If the subject is to be evaluated in terms of R&D and innovation relationship: R&D expenditures in the world are increasing every year. Total R&D expenditure in the world in 2016 is around \$ 1.7 trillion. The spending average of 15 countries with the highest R&D in the world is 3%. USA, Germany and France, which are among the top 10 economies of the world, set their 2020 R&D investment targets at 3%. While the target of Finland and Japan is 4% for 2020, China has set the target of 2.5%. Also, the EU has set an average R&D investment target of 3% for 2020. From the viewpoint of the distribution over the earth; it is seen that 85% of all R&D investments are made on the axis of USA, Europe and Japan. According to the EU report "Top Innovators and R&D Spenders of the world" (PwC, 2016): 35% of companies making R&D investments are US companies, 28% are European Union companies, 22% are Japanese companies and 15% are the others. There are 18 companies in the US, 15 companies in the EU and 13 companies in Japan, that make the most R&D investment all over the world, The sectors in which R&D is most intensively are; Medicine-biotechnology, technology, hardware and equipment, automotive, software and computer services, electrical and electronic equipment and the chemical. Medicine, ICT and automotive constitute more than half of R&D investments worldwide. Turkey has set a target of 3% R&D expenditure annually until 2023. Turkey, which aims to become one of the world's top 10 economies in 2023, needs to increase its R & D investments in order to achieve this goal. It is seen that the resources allocated to R&D in Turkey have increased in recent years. Despite this increase, the ratio of R&D spending to GDP (1.06%) has not yet reached the desired point (Taşkın, 2017) On the other hand, according to TÜİK (2016), Gross Domestic R&D expenditure is calculated as \$ 5.752 billion in 2015, increasing by 17.1% over the previous year.

Table 2: Top 20 R&D Spenders of the world

2016 Rank	2015 Rank	Company	Geography	Industry	R&D Spend (\$Bn)*
1	1	Volkswagen	Germany	Automotive	13.2
2	2	Samsung	S.Korea	Computing and electronics	12.7
3	7	Amazon	US	Software and Internet	12.5
4	6	Alphabet	US	Software and internet	12.3
5	3	Intel Co	US	Computing and electronics	12.1
6	4	Microsoft	US	Software and internet	12
7	5	Roche	Switzerland	Healthcare	10
8	9	Novartis	Switzerland	Healthcare	9.5
9	10	Johnson&Johnson	US	Healthcare	9
10	8	Toyota	Japan	Automotive	8.8
11	18	Apple	US	Computing and electronics	8.1
12	11	Pfizer	US	Healthcare	7.7
13	13	General Motors	US	Automotive	7.5
14	14	Merck	US	Healthcare	6.7
15	15	Ford	US	Automotive	6.7
16	12	Daimler	Germany	Automotive	6.6
17	17	Cisco	US	Computing and electronics	6.2
18	20	AstraZeneca	Britain	Healthcare	6
19	32	Bristol-Myers Squibb	US	Healthcare	5.9
20	22	Oracle	US	Software and internet	5.8

* R&D spend data is based on the most recent full-year figures reported prior to July 1st.

Source: Pricewaterhouse Coopers (PwC), 2016

Table 2 shows the ranking of AR-GE expenditures by multinational companies that have been

published by PwC (2016). Volkswagen is the 1st in 2016. Making a comparison; the annual R&D expenditure of the company, which is \$ 13.2 billion per year, is 2.3 times that of Turkey’s total R&D expenditure per year. It is evident that R&D expenditure of Turkey as a nation can not reach R&D expenditure of a multinational. Given the benefits of innovation to society and the economy, it is imperative to address the concept in terms of poor-developing countries, including Turkey. The most important features that differentiate developed countries from developing countries are ‘technological development levels’ and ‘technological efficiency skills’ (Gürsu, 2014). Innovation would be an important opportunity and impetus in the development of poor countries. Moreover, the poor countries are mega-markets with micro-consumers (Govindarajan & Trimble, 2013). This is a striking phenomenon for the rich country’s multinational companies which are faced with danger of market saturation. They have to develop the policy of expansion. For example, even China alone, which has 1.3 billion consumers with high growth rate and breadth, is an extremely worthwhile market (Huang & Anderson, 2013). ‘Reverse innovation’, which is a special category of innovation (Govindarajan & Trimble, 2012) as a very new phenomenon, precisely emerges at this point.

Table 3: Mainstream theories and reverse innovation

<i>Topic</i>	<i>Mainstream view</i>	<i>Observed aspects of reverse innovation that do not fit with mainstream</i>
<i>Innovation</i>	<ul style="list-style-type: none"> Innovations trickle down from rich to poor countries Innovations begin with lead users and spread to the others 	<ul style="list-style-type: none"> Innovations may also occur in poor countries and ‘trickle up’ to rich ones Reverse innovations may begin with laggards rather than lead users
<i>The Process of Internationalization</i>	<ul style="list-style-type: none"> Multinationals originate in rich countries and spread globally, including to poor countries, based on proprietary technologies/brands 	<ul style="list-style-type: none"> Multinationals also originate in EM; and spread globally, including to developed countries, leveraging home-based innovations
<i>Strategy and Management of Multinational Enterprises in Developed Countries</i>	<ul style="list-style-type: none"> DCME, develop global product platforms in triad markets and adapt them for EM; DCME give global product mandates to subsidiaries in other triad markets 	<ul style="list-style-type: none"> DCME develop new product platforms in EM; for emerging markets; DCME give global mandates for some products to subsidiaries in EM;
<i>Foreign Direct Investment Spillovers</i>	<ul style="list-style-type: none"> Local firms in emerging markets; capture spillovers from DCME that invest in EM 	<ul style="list-style-type: none"> DCME capture spillovers from local firms when they invest in EM (i.e., learning is bidirectional)

Source: Govindarajan & Ramammurti, 2011 (DCME: Developed-country multinational enterprises EM: Emerging markets)

Particularly noteworthy is the fact that “innovation” is not contrary to the basic theories, but instead introduces a new action framework based on the same theories. Table 3 presents threats and opportunities in terms of mainstream theories in 4 key areas which are reverse innovation, the process of internationalization of innovation, strategy and management of multinational enterprises in developed countries and diffusion of foreign direct investment spillovers. The 2nd column lists the mainstream views and the 3rd column lists the observed aspects of reverse innovation that do not fit with mainstream for each topic listed in the 1st column (Gümüştekin&Büyük, 2017). As mentioned above, the dynamics of “change”, whose innovation is obliged, have begun to require the change of innovation itself. The development of the innovation process has begun to create a kind of saturation in the transfer

of technology, process and product and innovation to the developing countries from the developed countries, and it has started to follow the opposite course as it is found in many examples in the world. In other words, reverse innovation is to innovate for low-income consumers in developing countries and then distribute these products to the whole world that everyone can buy (Capital, 2013). Nowadays innovation is displaying a new -and contrary- situation that is starting to show a leap from developed and poor countries to developed countries which is getting much more interesting for researchers (Gümüştekin&Büyük, 2017). Multinationals are on the path of setting up R&D centers by spending much lower money in emerging markets instead of their own by force of the reverse innovation. These centers can focus on the top ten emerging markets which are Brazil, China, Indonesia, South Africa, India, Mexico, Nigeria, Russia, Turkey and Vietnam, that account for more than 60% of the GDP of the world population and countries (Govindarajan & Trimble, 2013). According to the Turkish Patent Institute Statistics (2016), in Turkey, a total of 16,778 patent applications were made in 2016, of which 6.445 were native and 10.333 foreign. The increased rate of total patent applications with 20.20% increase compared to the previous year is 16.93% in domestic firms and 22.34% in foreign firms. In total, Germany was ranked 1st with 2,244 applicants, the USA ranked 2nd with 1,538 applications, Italy ranked 3rd with 704 applicants. These figures reveal that foreign capital has already discovered the potential in Turkey and has begun realizing some of its R&D's within the borders of Turkey. For example, IBM invested \$ 1 million and opened the 41st Innovation Center in Turkey in 2008. The firm has 12 research centers and 3000 research staff spread over the world by 2017 (IBM, 2017). IBM ranks 1st, among the top 10 companies (U.S. Patent Trends&Insights, 2016) with the highest number of patents per year in the US with more than 8 thousand patents (nearly 22 per day) acquired in 2016. While Samsung followed IBM with the 5.518 patent, 3th. is Canon (with 3.665 patent), 4th. is Qualcomm (with 2.897 patent), 5th. is Google (with 2.835 patent), 6.th is LG (with 2.428 patent), 7th. is Microsoft (with 2.398 patent), 8th. is Taiwan Semiconductor Manufacturing Co. (with 2.288 patents), 9th. is Intel (with 2.784 patents) and 10th. is Sony (with 2.181 patents).

The position of innovation and its expansion in the global economy has begun to change with the rise of emerging economies such as China and India. Poor, emerging markets no longer take innovations from developed countries, but from time to time they contribute to the rest of the world in terms of innovation, including developed countries (Govindarajan & Ramammurti, 2011). Examples of recent innovations that are well known in emerging markets include Tata Nano, Grameen Bank (microfinance), General Electric's ultrasound, Embraer's regional jets, the famous Chinese brand BYD's electric car, Bharti Airtel's the cheapest wireless phone and Nokia's cheap mobile phones. A few of these innovations occur in poor countries and 'trickle up' to rich ones. However, innovation in poor countries seems to be much deeper and wider than these examples, and many of them will be international in the future. Innovations in emerging economies do not tend to be technological inventions as in developed countries. They even combine existing knowledge and technology with unusual and innovative combinations in solving local problems and in using new process and business models. Companies that lead this innovation effort can also be local or foreign multinationals, operating in emerging markets (Gümüştekin&Büyük, 2017). In addition the use of talent, technology, and ideas from many different regions of the world in developing country-based innovations is acceptable in today's integrated world. For example, GE's ultra-low-cost ultrasound and ECG machines were initially managed for use in China and India, but with the funding of local and foreign affiliates and leadership of development teams in these countries. The invention of Tata Nano was the same (Govindarajan & Ramammurti, 2011). Because poorly funded rural clinics couldn't afford the company's sophisticated ultrasound machines, GE has not been able to sell medical equipment in China and India. So it has entered these markets by developing portable ultrasound out of a laptop equipped with special peripherals and software. It not only became a hit in China and India but jump-started growth in the developed world by pioneering applications for situations where portability is critical, such as at accident sites. The same innovations have trickle up again in the US market today, and many places like emergency services, small clinics, ambulances have begun to be used as alternative medical devices (Immelt et. al., 2009). As Western businesses leverage their R&D departments around the world, multi-centered innovation is emerging and non-Western businesses become new centers of power for many new innovations, from telecommunications to computers. The innovation route is now reversed in every aspect, nowadays there is a flow from east to west and from customer to business (Rakıcı 2014).

Table 3: Reverse innovation cases in Turkey

<i>Check up by mobile phone</i>	<p>A Software has been developed that will enable medical check-up using a drop of blood via mobile phone. The software that scans a drop of blood on a special paper, performs the diagnosis according to the color change.</p> <p>Developed within the scope of the project called “BİORGB” which was carried out at İzmir Institute of Technology, the software is a platform that can take the place of the tests imported from abroad by TC Ministry of Health and perform diagnosis and screening in a shorter period of time. The software can diagnose influenza, Hepatitis B-C as well as HIV virus and cancer.</p>
<i>Artificial skin from stem cell</i>	<p>Dr. Ercument Ovalı has produced artificial skin from blood and stem cell. The invention awarded the Best Experimental Paper award from the American Society of Plastic Surgeons. The artificial skin that is produced will be used in acute burns to repair the loss of skin after surgical operation, as well as in patients who have lost both functional and cosmetic images.</p>
<i>Artificial blood</i>	<p>Artificial blood production is carried out in laboratory conditions. The hemoglobin-based artificial blood produced within the scope of the Multidisciplinary Research Project presented to Tübitak in cooperation with Osmangazi University and Anadolu University would be donated to anyone without considering the blood group and used especially in ambulances. Through this invention, it is planned to prevent diseases transmitted via blood.</p>
<i>Wearable sensor technology</i>	<p>Dr. Özgür Atalay and Dr. Aslı Atalay have developed wearable sensor technology made of silicone and fabric, compatible with body structure. It's developed for paralyzed patients who are unable to walk, will be designed as soft, wearable outer skeletons.</p>

Source: Berk, 2017; Uğraş, 2017; AA, 2016; AA, 2017

The world's largest international companies have begun to shift R&D departments to the developing world. While globalization is thought to be governed by the western world, today the companies which are not western such as ArcelorMittal (Steel-India), BYD (Battery-China), Cemex (Cement-Mexico), Jet Aircraft (Aerospace Industry-Brazil), Infosys (IT-India) are leading the world in different sectors and also leads to a change in this view (Gümüştekin&Büyük, 2017). It is precisely at this point that reverse innovation does not only change the flow direction of innovation, but also the needs of consumers in poor and developing countries' markets should also be taken into consideration. Today's consumers prefer technological products at the highest level when determining their needs or looking for their solutions. This is not only true for consumers living in poor, developing countries, also for consumers living in developed countries. The only difference is that there are fewer people in rich countries who spend a lot of money, while in poor and developing countries there are many people who spend a lot of money (Govindarajan and Trimble, 2013). In addition, the fact that there are also poor people in rich countries should also be considered. This necessitates a redesign of high-priced products through innovative processes in terms of price, ease of use, portability, maintenance, etc. for consumers in the remaining 60% of the world (Gümüştekin&Büyük, 2017). Some of the most common examples of Turkish reverse innovations today are listed in Table 4, and they are often in the health field, as in the rest of the world.

Reverse innovation can also be defined as: the innovation produced in low-income countries being sold in high-income countries. Based on the examples in the world: the role of innovation in the economy and development of South Korea is quite impressive. It is the 5th country in the world which means the total number of patents and has 5% of all patents. S. Korea, which had been lower from Turkey for income and expenditure per capita until the 1980s, totally reversed this situation; in addition to significant growth and development, it has also achieved rapid technological development (Gümüştekin&Büyük, 2017). It succeeded because of giving importance to the technology and R&D; putting innovation, education and development forefront. The country has taken major steps to be able to compete with the developed countries by maintaining various change processes. The most important

factor of this transformation process was the development of innovation and its transformation into the policy (Oğuztürk, 2011). S.Korea has started to transfer the technology it has been producing to developed countries and set a good example for reverse innovation. Ireland created a common action plan in 1969 on innovation. Ireland Industrial Development Agency (IDA) identified the country as a base, specified sectors which could compete in global markets, and created a business alliance between multinational businesses, universities, and research centers by establishing 11 offices in different regions of Ireland, 3 in Europe, 5 in Asia Pacific, and 5 in the the USA (Elçi, 2006). China has taken similar steps to attract foreign direct investment from multinational corporations with similar financial policy instruments and incentives. Mechanisms have been developed to encourage investment in priority sectors and regions, reflecting significant tax advantages for multinational corporations in the country. Income tax starts 2 years later for the multinational companies investing in China. They get a %50 discount for the next 3 years. In high-tech companies, this period is six years. In 2004, Motorola established 15 local and global R&D centers in the country. Likewise, IBM, Motorola, Intel, AstraZeneca, Eli Lilly, GE, GM, Microsoft, Adobe have R&D centers in India. (Erdil et all., 2011).

CONCLUSION

Turkey has no option but to gain innovation skills effectively to be able to progress competitiveness. The country has to develop effective and accurate policies and be competent in technology. Given the success of individual innovative activities, it appears that Turkey has the ability of reverse innovation and ‘trickle up’ to the emerging markets. There is a need for better analysis of examples of public innovation activities around the world in Turkey. The existing strategy of public innovation has to be prioritized. The transition of production economy has to be through the instrument of technology, innovation, and science. Future and competitive advantage plans of sustainable development have to include reverse innovation. To be able to provide this, participatory decision-making mechanism, university-industry collaborations, network structures, techno-parks and similar structures have to be constituted that set in motion national, regional and local dynamics as in the case of Ireland. As a developing country, Turkey’s potential for reverse innovation has to be determined as soon as possible. Therefore Turkish academicians should conduct new studies about reverse innovation. It is suggested to add new studies to the literature by supporting the existing theoretical infrastructure with empirical data.

REFERENCES

- “Innovate”, Retrieved at Feb. 10, 2017, from <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/innovate?q=innovate#>
- “Innovate”, Retrieved at Feb. 11, 2017, from <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/innovate>
- Anadolu Ajansı (AA), (2016). *Türk bilim adamları yapay kan üretti* [Turkish scientists produced artificial blood], (05. Feb.2016), Retrieved at Feb. 23, 2017, from <http://www.ntv.com.tr/saglik/turk-bilim-adamlari-yapay-kan-uretti,ujBxuOUY1E-kl8eN9EPSiQ>
- Anadolu Ajansı (AA), (2017). *Türk bilim adamları giyilebilir sensör teknolojisi geliştirdi* [Turkish scientists developed wearable sensor technology], (17.July.2017), Retrieved at Feb. 23, 2017, from <http://aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/turk-bilim-insanlari-giyilebilir-sensor-teknolojisi-gelistirdi/863152>
- Argüden, Y. (2004). *Değişim yönetimi* [Change Management], İstanbul: ARGE Danışmanlık Yayınları
- ATKearney, (2014). *2023’e doğru inovasyona dayalı ihracat artışı* [Export increase based on innovation towards 2023], Retrieved at Apr. 14, 2017, from http://www.inovalig.com/Content/files/InovaLIG_
- Bal, O. (2013). *İnovasyonun ekonomik kalkınmaya etkileri* [The effects of the economic development of innovation], Retrieved at May. 11, 2017, from http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr/oguz.bal/bildiri/oguz.bal12.10.2011_11.30.06bildiri.pdf
- Bayraç, H.N. (2003). Yeni Ekonomi’nin toplumsal, ekonomik ve teknolojik boyutları [Social, economic and technological dimensions of new economy] *O.Ü.Sosyal Bilimler Dergisi* [Eskişehir Osmangazi University Journal of Social Sciences],4(1), 41-62.
- Berk. H. (2017). *Türk bilim adamlarından devrim gibi buluş* [Invention as a revolution of Turkish scientists], (28. Jan.2017), Retrieved at Feb. 24, 2017, from <https://www.haberler.com/cep-telefonu-kan-tahlili-yapabilecek-9207299-haberi/>
- Biçkes, D.M. & Özdevecioğlu, M. (2012). Örgütsel öğrenme ve inovasyon ilişkisi: büyük ölçekli işletmelerde

bir araştırma [The relationship between organizational learning and innovation: a study at the large-sized businesses], *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi [E.U. Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences]*, 39, Jan-June, 19-45

Capital, (2013). Gelir uçurumunu ters inovasyonla halledebiliriz,(01.Aug.2013), Retrieved at Sept. 11, 2017, from <http://www.capital.com.tr/gelir-ucurumunu-ters-inovasyonla-halledebilirizhaberler/2629>

Çınar, İ. (2005). İnsan kaynağını geliştirme bağlamında değişim yönetimi [Change management in terms of human resources development, *Ege Eğitim Dergisi [Ege Journal of Education]*, 6(1), 81-93.

Drucker, P. (2007). *Innovation and entrepreneurship*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Burlington, Mass, USA, Classic Collection.

Elçi, Ş. (2006). *İnovasyon kalkınma ve rekabetin anahtarı*, Ankara: Nova Yayınları

Eraslan, H. Bulu, M. & Bakan, İ. (2008). Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Türk turizm sektöründe uygulamalar [Clusters and their impact on innovation: Applications in the Turkish tourism sector]. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi [Travel and Hotel Management Magazine]*, 5(3), 15-50

Erdil, E. Pamukçu, M.T. Erden, Y. Göksidan, H.T. & Kepenek, E. (2011). Türkiye Ekonomisinde Yabancı Sermayeli Firmaların AR-GE Etkinliklerinin Analizi, Mevcut Durum, Sorunları & Çözüm Önerileri [Analysis of R&D activities of foreign firms in the Turkish economy], YASED&ODTÜ- [International Investors Association of Turkey & Middle East Technical University], Retrieved at May 20, 2017 from http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/YASED_TEKPOL%

Ersoy, B.A & Şengül, C.M. (2008). Yenilikçiliğe yönelik devlet uygulamaları ve AB karşılaştırması [Government applications towards innovation and comparison with European Union,] *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi [Manisa Celal Bayar University Journal of Management and Economics]*, 15(1), 59-74

Freeman C. (1982). *The economics of industrial innovation*, Cambridge: The MIT Press

Govindarajan, V. & Ramamurti, R. (2011). Reverse Innovation, Emerging Markets and Global Strategy, *Global Strategy Journal*, 1(3-5), 191-205.

Govindarajan, V. & Trimble, C. (2013). *Ters inovasyon [Reverse innovation]*.stanbulModus Kitap

Gökçe, S.G. (2016). Türkiye’de kamuda inovasyonun mevcut durumu ve geliştirilmesine yönelik öneriler [The current status of public innovation in Turkey and suggestions for improvement], *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi [Ege Strategic Research Journal]* 7(2016), 105-114

Gumustekin, G & Buyuk, O. (2017), *Reverse Innovation in Developing Countries: The Case of Turkey*, Paper presented at XIV. European Conference on Social and Behavioral Sciences, August 23-26, Odessa: Ukraine

Gürsu, H. (2014). *Sahi inovasyon neden bize bu kadar uzak?* İstanbul: Destek Yayınları

Huang, T. & Anderson, E. (2013). *Reverse Innovation: Disruptive Mindset Changes in Product Development*, Paper presented at IDSA 2013 Education Symposium, August 21, Chicago.

IBM, (2017). *Türkiye’de IBM*, Retrieved at July 24, 2017, from <http://www-05.ibm.com/tr/tarihimiz/>

Immelt, J. R. Govindarajan, V. & Trimble, C. (2009). How GE is disrupting itself, *Harvard Business Review*, 87(10), 56-65

International Monetary Fund (IMF), (2016). World Economic Outlook: October 2016, Retrieved at August. 24, 2017 from <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/>

Işık, N. & Kılıç, E.C. (2012). İnovasyon sistemi yaklaşımı ve inovasyonun coğrafyası: Türkiye örneği [Innovation system approach and geograph of innovation: Turkey sample] *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi [The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management]*. 7(1), 169-198

Knight, K.E. (1967). A descriptive model of the intra-firm innovation process, *The Journal of Business*, 40(4), 478-496

Koç, K. & Mente, A. (2007). İnovasyon kavramı ve üniversite-sanayi-devlet işbirliğinde üçlü sarmal modeli [Innovation concept and triple spiral model in university-industry-government collaboration], *H.Ü.i Sosyolojik Araştırmalar e-dergisi [H.U. Sociological Research e-magazine]*, 1-18

Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği [Business Administration]*, (7th ed.). İstanbul: Beta Yayınları

Mercan, B. Göktaş, D. & Gömleksiz, M. (2011). Ar-Ge faaliyetleri ve girişimcilerin inovasyon üzerindeki etkileri: patent verileri üzerinde bir uygulama [Effects of R&D activities and entrepreneurs on innovation: evidence from patent data], *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi [Paradoks Economy, Sociology and Policy Journal]*, 7(2), 27-44.

OECD, (2005). *Oslo Kılavuzu: Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler [Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data]*, (3th. ed.). Ankara: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği

İstatistik Ofisi

Oğuztürk, B. S. & Türkoğlu, M. (2004). *Yenilik ve yenilik modelleri [Innovation and the models of innovation]*. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları [Eastern Anatolia Region Researches], 14-20.

Oğuztürk, B. S. (2011). Güney Kore'nin kalkınmasında inovasyonun rolü [The role of innovation in the development of South Korea]. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi [S.D.U. The Journal of Visionary]*, 3(5), 48-53

Okay, H. (2017). 2017 Yılı küresel inovasyon endeksinde neredeyiz? [What is our place in the global innovation index of 2017?], Retrieved at Oct. 02, 2017 from <https://www.dunya.com/kose-yazisi/2017-yili-kuresel-inovasyon-endeksinde-nerede-yiz/368034>.

Özdemir, Ş. (2014). “*Sanayi Devriminin Bilim Tarihi Üzerindeki Etkisi: Bilim ve Teknoloji İç İçte [The Influence of the Industrial Revolution on the History of Science]*”, Paper presented at Production Economy Congress in Kultur University, March 21-22, İstanbul

Porter, M. E. (1991). *The Competitive Advantage of Nations*, The MacMillanres Ltd.

PwC, (2016). The Global Innovation 1000: The Top innovators and spenders, Retrieved at July8, 2017 from https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000#GlobalKeyFindings_Tabs3

Rakıcı, A.G. (2014). *Yeni İnovasyon Türleri: Değişen Dünyada, Değişen İnovasyon [“New” Innovations: Changing innovation in the changing world]*, Retrieved at May 23, 2017, from www.abcdanismanlik.com/resim/makale/Arif_Gkhan_Rake_Yeni_novasyon_Trleri.pdf

Roberts, E. (1987). *Generating Technological Innovation*, Oxford University Press

Sarı, Z.E. & Işık, Ö. (2011). İnovasyon ve stratejik yönetim sinerjisi: Stratejik inovasyon [The synergy of innovation and strategic management: Strategic innovation], *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi [Celal Bayar University the Journal of Social Sciences]*, 98(2), 538-559

Schact, H.W. (2000). “*Industrial Competitiveness and Technological Advancement: Debate Over Government Policy*”, Congressional Research Service Report to the U.S. Congress

Schmookler, J. (1966). *Invention and Economic Growth*, Cambridge: Harvard University Press,

Schwab, K. (2016). The Global Competitiveness Report 2016–2017, Retrieved at July. 06, 2017 from <http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016->

Soylu, A. & Göl, M.Ö. (2010). Yönetim inovasyonu [Management innovation], *Sosyoekonomi Dergisi [The Journal of Socioeconomic]*, 11(11), 115-130.

Taşkın, C. (2017), Ar-ge ve inovasyonda ne durumdayız? [What is our situation in R&D and innovation?], Retrieved at June. 16, 2017 from <https://tr.linkedin.com/pulse/ar-ge-ve-inovasyonda-ne-durumdayiz-cebrail-ta%C5%9Fk%C4%B1n-phd-mba>

Turanlı, R. & Sandoğan, E. (2010). *Bilim-Teknoloji-İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum [Science-Technology-Innovation Based Economy and Society]*, İstanbul: İTO Yayınları

Turunç, Ö. (2006). *Bilgi teknolojileri kullanımının işletmelerin örgütsel performansına etkisi hizmet sektöründe bir araştırma [The effect of using information technologies on the organizational performance of corporations a research in service sector]* (Unpublished doctoral dissertation), Isparta

Türk Patent ve Marka Kurumu İstatistikleri, (2016). Retrieved at July 03, 2017, from <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/statistics/>

Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), (2016). *Araştırma-Geliştirme Faaliyetleri Araştırması*, 2015, Retrieved at Sept. 20, 2017, from <http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=21782>

U.S. Patent Trends & Insights, (2016). Retrieved at Oct. 02, 2017, from <https://www.ifclclaims.com/news/view/product-news/2016-u-s-patent-trends.htm>

Uğraş, B. (2017). *Bilim kurgunun içinde yaşıyoruz senaryonun sonu belirsiz [We live in science fiction, the end of the script is unclear]*, (09.Sept.2017), Retrieved at Feb. 23, 2017, from <http://www.star.com.tr/pazar/bilim-kurgunun-icinde-vasiyoruz-senaryonun-sonu-belirsiz-haber-1253387/>

UNDP, (2001). *Human Development Report 2001: Making Technologies Work for Human Development*, New York: United Nations Development Program

Uzkurt, C. (2008). *Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü [Innovation Management and Innovative Organization Culture]*, İstanbul: Beta Basım Yayım

Uzkurt, C. (2010). *İnovasyon yönetimi: İnovasyon nedir, nasıl yapılır ve nasıl pazarlanır? [Innovation management: what is innovation, how is it done and marketed?]*, 36-51, Ankara: ASO Bilgi,

Ünlükaplan, İ. (2009). AB üyesi ülkelerde iktisadi kalkınma, rekabetçilik ve inovasyon ilişkilerinin kanonik korelasyon analizi ile belirlenmesi [The specification of the relationship between economic development, competitiveness and innovation in EU using canonical correlation analysis], *Maliye Dergisi [Journal of Finance]*, 157, July-December, 235-250.



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 22-33, 2017, www.nobel.gen.tr

Y KUŞAĞININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE İNCELENMESİ*

Gönül KONAKAY^{1,*} Harun DEMİRKAYA² Sabiha Sevinç ALTAŞ³
Arzu Yüce MORKOYUNLU¹ Ayfer ÖZMEN¹

¹Ömer İsmet Uzunyol Vocational School, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

²Kocaeli University, Faculty of Economics and Business Administration, Kocaeli, Turkey

³Health Services Vocational School, Sakarya University, Sakarya, Turkey

*This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje)

*Corresponding author:

Email: gkonakay@hotmail.com

Geliş Tarihi: 01.11.2017

Kabul Tarihi: 27.12.2017

Özet

Günümüzde girişimcilik 1980 ile 2000 yılları arasında doğan Y Kuşağı yeni bir oluşum kazanmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Y kuşağının demografik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini ölçmektir. Araştırma Y kuşağını temsil eden Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu Temel İşletmecilik dersi alan 512 öğrencisiyle yapılmıştır. Y kuşağının girişimcilik eğilimleri Yılmaz ve Sünbül tarafından 2009 yılında geliştirilen “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” ile ölçülmüştür. Araştırmada faktör analizi, cinsiyet değişkeni için t-testi ve farklı bölümlerde eğitim, gelir, girişimci aileye sahip olma özellikleri için Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Y kuşağının girişimci aileye sahip olma özelliği ile girişimcilik eğilimleri arasında literatürü destekleyen anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuşak, Y Kuşağı, Girişimci, Girişimcilik Eğilimleri, Değerler

INVESTIGATION OF ENTREPRENEURIAL TENDENCIES OF GENERATION Y WITH DEMOGRAPHIC VARIABLES

Abstract

Today entrepreneurship has changed into a new formation with Generation Y who were born between 1980 and 2000. The purpose of this study is to measure the effect of demographic characteristics of Generation Y on their entrepreneurial tendencies. The study was carried out with 512 Gen Y students of Hereke Ömer İsmet Uzunyol Vocational School of Kocaeli University who took the course titled Introduction to Management. Entrepreneurial tendencies of Generation Y were measured by using the “Entrepreneurship Scale For University Students” developed by Yılmaz and Sünbül in 2009. In the study, factor analysis was carried out. T-test was conducted for the gender variable, and the Kruskal Wallis test was carried out for the variables including education, income, having an entrepreneurial. Significant results were obtained between Gen Y with an entrepreneurial family and their entrepreneurial tendencies supporting the literature.

Key Words: Generation, Generation, Entrepreneurship, Entrepreneurial Tendencies, Values

GİRİŞ

Girişimcilik kavramı Joseph Schumpeter’in bilimsel olarak incelemesi ile önem kazanmaya başlamıştır. Schumpeter’a göre girişimci yaptığı faaliyette yenilik özelliği varsa girişimci olarak tanımlanabilmektedir. Yapılan çalışmalar yenilikle birlikte yaratıcılık, değişim, risk almak, öncü olmak ve rekabetçi düşünme becerisinin de girişimci olmak için gerekliliğini göstermiştir (Çifçi, 2010, s. 345). Bir anlamda girişimcilik kişinin içsel olarak sahip olduğu yetenek ve cesaretle bilginin ve tecrübenin

gösterilmesi ve ileri götürülmesidir(Öner ve diğ, 2016, s. 625). Girişimcilik kavramı özellikle 20. yüzyılda daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve bunların hayata geçirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır(Göçmen, 2007, s. 2).

Davranışsal açıdan girişimcilik kavramı; fırsatları değerlendirmek,iş fikrini tanımlamak, gerekli kaynakları bulmak ve bir araya getirmek,daha sonra bu girişimi faaliyete geçirmek,uygulamak ve sonuçlarını almak için gerekli olan faaliyetlerin toplamı olarak tanımlanabilir.Girişimci ile ilgili olarak yapılan tanımlarda dört temel unsur öne çıkmaktadır.Bu unsurlar;yaratıcılık,yeni bir mal veya hizmet üretmek için çaba harcanması,belirli bir risk yüklenilmesi ve bunun sonucunda bir gelir sağlanmasıdır (Aydınlık, 2017, ss. 10-11).

Kendi amaçlarını gerçekleştirmek, ulaşılabilir kaynakların yenilikçi birleşimlerini gerçekleştirmek, belirsizlik ve risk alma davranışlarını gerçekleştirmek, riskten kaçış veya riski en alt düzeye indirmek, ve proaktif ve fırsat arama davranışlarını gerçekleştirmek de girişimcilik olarak tanımlanabilir(Okutan, Balaban, 2013, s. 15).

Ronstadt (1984) girişimciliği, kurulmuş olan sürekli artan bir zenginliğin dinamik bir süreci şeklinde tanımlamıştır. Hisrich (1989)'e göre girişimcilik; zaman ve çabayla meydana getirilmiş değerli bir farklılığın süreci; beraberindeki finansal, psikolojik ve sosyal risklerin öngörüsü ve maddi ödül ve kişisel hazzın oluşumudur (Kılıç, Keklik ve Çalış, 2012, s. 425). Hatten (1997)'e göre risk üstlenme girişimciliğin belirgin davranış özelliklerinden birisidir. Girişimciler hesaplı veya orta düzeyde, aşırıya kaçmayan risk üstlenicileridir (Bayram, 2014, s. 9) Yeni veya geliştirilmiş ürün ve süreçlerin kullanılması olan yenilikçilik, girişimciliğin diğer bir fonksiyonudur. Yenilikçilik, girişimcinin yeni kaynaklar yaratarak veya mevcut kaynakların kullanım kapasitesini arttırarak refah yaratmasıdır (Er, 2012, s. 32).

Girişimci bireyleri diğer bireylerden ayırmada ve başarılı girişimcileri ortaya çıkarmada, bireysel farklılıklar üzerinde durulmalı, bireyin önceki iş deneyimi, başarı ihtiyacı, üstün sosyal beceriler ve kişisel kararlılık gibi bireysel faktörlere odaklanılmalıdır (Çavuş ve Akgemici, 2008).

Girişimcilik yazınında girişimcilik eğilime sahip kişilerin ortak özelliklerinin yenilikçilik, risk alma, proaktivite ve özerklik olduğu konusunda ortak bir görüş oluşmaya başlamıştır (Arslan, Staub, 2015, s. 1) Bu eğilimlerin açığa çıkmasında günümüzde genç kuşak olarak iş hayatının içinde yer alan ve alacak olan Y kuşağıdır.

Kuşak Kavramı ve Y Kuşağı

Eskiden kuşaklar arasındaki farklılıklar daha yavaş oluşuyor ve iş dünyasını fazla etkilemiyordu. Ancak özellikle teknolojide meydana gelen değişimlerin hızı, iletişimin özgürleşmesi, sınırların kalkması ve alışkanlıkların ciddi değişiklikler göstermesi Y Kuşağının değerlerinin araştırılmasını gerekli kılmıştır (Tekin, Akgemci, 2016, s. 17).

Kuşaklararası ayrımı yaparken tam kesin çizgilerle ayırmak oldukça güçtür. Bu nedenle hemen hemen aynı zaman aralıklarında doğmuş, benzer değer yargılarını, davranış ve yaşam biçimlerini paylaşan, belli bir dönem olay ve eğilimleri ile şekillenmiş, aynı düşünce ve eylemlere sahip kişiler topluluğu “kuşak” olarak tanımlanabilir(Arslan, Staub, 2015, s. 6).

Her kuşağın bünyesinde birtakım karakteristik özellikleri ve değer yargılarını barındırmasından dolayı, bireyler doğmuş oldukları kuşak grubunun davranışlarına benzer özellikler gösterirlerken, diğer kuşak grubunun davranışlarından farklı özellikler sergilemektedirler (Ayhün, 2013, s. 96)

Amerikan Nüfus Sayım İdaresi (U.S. Census Bureau) yirminci yüzyıldan günümüze kadar kuşakları şu şekilde isimlendirmiştir; 1929-1939 Buhran Kuşağı, 1939-1945 Savaş Kuşağı, 1945-1965 Baby Boomers (Büyük bebek patlaması), 1965-1977 X kuşağı (Baby Bust), 1977-1994 Y Kuşağı (Echo boom, Next Generations), 1994-2003 Milenyum Kuşağı, 2003 ve sonrası Z kuşağı olarak adlandırılmaktadır.

Ekonomik, sosyal, teknolojik, kültürel, politik ve ekolojik dengelerin entegrasyonu ile büyüyen “y” kuşağı bu gün önemli bir kitleyi oluşturmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de teknoloji, bilgisayar, GSM, bilişim ve interaktif dünya ile büyüyen “y” kuşağının değer yargıları, alışkanlıkları, yeni teknolojilere olan ilgileri çeşitlenerek büyümektedir (Günay,2012, s. 2), (<http://tr.wikipedia.org/>)

wiki/Y_nesli).

1980-1999 yılları arasında doğanlar insan kaynakları literatüründe Y kuşağı olarak adlandırılıyor. Y kuşağının özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Konakay vd.,2015, s. 216):

- 1980-1999 yılları arasında doğan çocuklar, en yaşlısı 37, en genci 18 yaşında.
- İnternet ve çok kanallı televizyon ile birlikte büyüdüler .
- Mobil ya da yüz yüze görüşme haricinde sanal görüşmeyi de tercih edebiliyorlar .
- Bu kuşağın yüzde 97'si cep telefonu kullanıyor, yüzde 20'si YouTube'u günde birkaç kere ziyaret ediyor.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 20-24 yaş arasında ortalama 9 milyon kişi var.
- Yokluk bilgileri yok, sabırsızlar.
- Bireysel yaklaşım ağırlıklı karar mekanizmasına sahipler .
- Kendine güven duyguları yüksek.
- Sadakat duyguları zayıf .
- Çok kanallı TV ile büyüdüler. İnterneti tanıyıp hemen adapte oldular.
- Kendilerini ve tercihlerini rahatlıkla ortaya koyabiliyorlar. Çekingen değiller. Daha girişimciler.
- Kendi fikirlerine çok önem veriyorlar ve fikirlerinin mutlak sorulmasını istiyorlar.

Y kuşağı için birçok araştırmacı tarafından kabul edilmiş olan temel özellikleri şunlardır; (Yüksekbilgili ,2015, s. 261)

1. Rahat koşullarda çalışabilecekleri işler tercih ederler .
2. İnternet en önemli iletişim alanlarıdır.
3. Teknolojiyi yakından takip eder ve kullanırlar.
4. Kendi işlerini kurmayı istemektedirler.
5. Özgürlüklerine düşkündürler .
6. Kendilerine güvenleri yüksektir.
7. Aynı anda birden çok işi yapabilirler .
8. Kendini sabırsız olarak tanımlarlar.
9. Sosyal iletişim ağıyla işyeri sınırları içinde sürekli olarak bağlantıda olabilmek önemlidir .

Y kuşağının başlıca özelliklerine ilave olarak (Yiğit, 2010, s. 14);

- İnternetle hemen uyum sağlamışlardır.
- Kolay kolay memnun olmayan bir yapıya sahipler.
- Kendilerinde ve işvereninden beklentileri oldukça yüksektir.
- Eğitimin ve öğrenmenin yaşam boyu sürdürülebilir olmasına inanıyorlar
- Kısa sürede kendilerini ispat etmek istiyorlar.
- Fikirlerini serbestçe ifade edebiliyorlar.
- Rahatlarına düşkünler, çalışmayı ve sosyalleşmeyi pek sevmiyorlar.
- Direkt emir almaktan ve ast olmaktan hoşlanmıyorlar.
- Kendi fikirlerine çok önem veriyorlar ve fikirlerinin mutlaka sorulmasını istiyorlar.
- İleriye dönük olarak eski kuşaklara göre daha hırslılar, çok çabuk yükselmek istiyorlar.
- Uzun süreli sadakat göstermeyen özellikleri vardır.

Y kuşağı sürekli “neden?” sorusunu yönelten ve aldığı cevaplara göre hareket eden bir kuşaktır.

Talepleri karşılanmayan Y kuşağı kolayca işten ayrılabilir (Yelkikalan ve Altın, 2010, s. 14). Y kuşağı için zaman, paradan çok daha önemli bir değerdir (Lai v.d., 2010, s. 439).

Y kuşağı sorunları olduğu zaman ailelerinin koruculuğunu hissetmektedirler. Y kuşağı ebeveynleri çocukları ile ilgili sorun olur olmaz hemen yanlarında oldukları için “helikopter aile” olarak ifade edilmektedirler (Downing, 2006, s. 4). Eski kuşaklara göre işe bağlılıkları daha düşük olan bu kuşak, yaptığı işte aidiyet duygusu hissetmez ise mutsuz olur ve verimliliği düşer. Bunun için işlerden aldığı manevi tatmin maddi tatminine göre daha önemlidir (Kömürçüoğlu, 2014, s. 45).

İş yaşamında yeniliklere açık, kendilerini göstermeyi seven, takdir edilmeyi ve ön planda tutulmaya meyilli, otoriteye karşı tepkili, çabuk yükselme isteği olan, kendi kariyerlerini ve ihtiyaçlarını organizasyonun üstünde tutan, kendilerine güvenleri son derece yüksek sık iş değiştirmeye hevesli olan bu kuşak iş yaşamında aşağı yukarı son 10 yıldır diğer kuşaklarla beraber çalışmaktadır (Etlican, 2012).

İlişkilere önem vermekle birlikte, ilişkileri geliştirmek ve sosyalleşmek için de buna vakit ayırmak istemektedirler (Keleş, 2011, s. 131). Y kuşağının tutum, davranış ve becerileri; aile, arkadaş, okul ve kitle iletişim aracılığıyla şekillenmektedir. Bu yüzden Y kuşağının ürün ve yaşam tarzı seçimlerinde medya araçları, televizyon, internet ve dergi olarak çeşitlenmiştir (Göktaş, Çarıkçı, 2016, s. 857).

Özellikle Y kuşağı olarak bilinen kuşak açısından e-iletişim önemli bir iletişim biçimidir. Y kuşağı için yaşam biçimi ve iletişim “hızlı”, “kısa” ve “pratik” olarak ele alınmaktadır (Yeşil, Fidan, 2017, s. 101).

İnternet kuşağı olarak da adlandırılan bu kuşak, önceki kuşaklara kıyasla farklı etnik kökenler ve kültürler ile etkileşimi en yüksek kuşak olarak da ifade edilebilmektedir. Medya ve reklam faaliyetlerine çok fazla maruz kalmaları nedeniyle daha fazla marka bilincine sahip olarak yetişmişlerdir. Diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında, alım gücü açısından kuşak içerisinde en yüksek uçurumun, yani alım gücü düşük olanlar ve alım gücü yüksek olanlar arasındaki farkın en yüksek olduğu kuşak olarak öne çıkmaktadırlar (Kayabaşı ve diğ. 2016, s. 37).

Y Kuşağının iş, sosyal ve yönetsel beklentileri ve özellikleri dikkate alındığında iki yargı ortaya çıkmaktadır (Akdemir, Konakay, 2015, s.381).

- Y Kuşağı, çok özgürlük sağlayan, katılımcı yönetimin, ekip çalışmasının yaygın olduğu, çabuk yükselmenin mümkün olduğu işletmelerde, kurumsal işletmelerde çalışmaya yatkındırlar.
- Çabuk yükselmek, esnek çalışmak, çok kazanıp çok tüketmek, bilgi teknolojileriyle yaşamak, yenilikçi ve yaratıcı olmak özellikleri dikkate alındığında da Y Kuşağının girişimcilik kariyerine yatkın oldukları yargısına varabiliriz. Araştırmalarda global olarak Y Kuşağının yüzde 48’i kendi işini kurmak istemektedir. Türkiye’de ise Y Kuşağının yüzde 78’i kendi işini kurmaktadır.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Başarılı girişimcilerin incelenmesi sonucunda yapılan bir araştırmada risk alabilme, yenilikçilik, yaratıcılık, belirsizliklere karşı durabilme, içsel denetim ve özgüven, belirsizlikten öğrenme, duygusal ve sosyal zeka, liderlik, bağımsızlık, çok yönlülük, ileriye görme, iş bitiricilik, esneklik, planlı olma, çalışkanlık, sorumluluk, ikna yeteneği, dürüstlük, değişkenliklerle başa çıkma ve adapte olabilme girişimcilik özellikleri olarak belirlenmiştir (Gümüšoğlu, Karaöz, 2013, ss. 65-66).

Ardichvili ve Cardozo(2000, ss. 115-116) 8 işletme ile örnek olay yöntemini kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmalarının sonucunda girişimcilerin fırsat tanımlamalarına ilişkin önemli bulgular elde etmişlerdir. Bunlar (Eser,2016, s. 8);

- Girişimsel fırsatların tamamen yeni bir ürün/hizmet sunmaktan ziyade, mevcut teknolojinin yeni bir Pazar yada endüstriye uygulanmasını içerdiği,
- Girişimsel fırsatların planlı (amaçlı) araştırmadan ziyade keşif ile ortaya çıktığı,
- Başarılı fırsat tanımlamanın ön koşulunun; uyanıklık, sosyal ağlara ulaşım, Pazar ve müşteri sorunlarına ilişkin önceki bilgiler olduğu (önceki bilgi iş tecrübesine, iş dışı tecrübe ve olaylara ya da bu pazarlara ilişkin eğitimden kaynaklanabilir.)
- Fırsat tanımlama olağanüstü bir yaratıcılık ya da pazarlara hizmete ilişkin önceki bilgiyi

gerektirmediğidir.

Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi'ne göre, kendi şirketlerini kurmak isteyenlerin bu kuşak içindeki oranı %45. Firmalarda çalışanlar ise bu yeteneklerini kullanmak ve bunları kullanacakları alanın yaratılmasını istiyorlar. Dikte edilmiş, başkaları tarafından konulmuş kuralların harfiyen uygulayıcısı olmak onlara uymuyor. Onun yerine bu kuralları koyan, değiştiren, bunlara yenisini ekleyen olmak istiyorlar (Acılıoğlu, 2015, s. 38).

Şentura ve arkadaşlarının (2016) değişik sektörlerden 95 yönetici ile yapılan çalışmada; X ve Y kuşağı yöneticilerinin iş değeri algısı; etkileme ve ilerleme, özerklik ve yeteneklilik, finansal koşullar/çalışma koşulları ve iş ilişkileri boyutlarında incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Y kuşağı yöneticilerinin, iş değerleri algısının tüm boyutlarda, X kuşağı yöneticilerinden daha yüksek olduğu bulgulanmıştır (Şentura ve diğ., 2016, s. 171).

Keleş (2017) araştırmasında, Y kuşağı çalışanlarının gerek görev tanımlarında gerekse çalışma koşullarında esneklik beklentisi içinde oldukları, sıkı denetime tabi olmalarının kendilerini güvenilmediği algısı yaratarak motivasyonlarını olumsuz etkilediği belirlenmiştir. İşyerinde kendilerini rahat hissetmelerinin, çalışma ortamı ve yönetim metodunun oldukça etkili olduğu, Y kuşağının üstlerinden geribildirim almalarının ve/veya üstlerinin kendilerine rehberlik etmelerinin kendileri için bir motivasyon unsuru olduğu tespit edilmiştir. Y kuşağının motivasyonu için yöneticilerinin yanı sıra meslektaşlarından da düzenli geri bildirim alınmasının onlar için önemli olduğu söylenebilir (Keleş, 2011, s. 137).

Kultalahti, vd. (2013) araştırmasında Y jenerasyonu yenilikçilerinin ve yenilikçi olmayanlarının liderlik tercihlerini incelenmiştir. Yapılan çalışmada Y jenerasyonundan olanlar daha yaşlı olanlara göre liderlerinden daha fazla beklenti içindedirler ve diğer stiller üzerinde Dönüşümcü liderliği tercih ettiklerinden lideri zorlamaktadırlar. (Kultalahti, 2013, s. 152). Ayhün 2013 çalışmada kuşak farklılıklarının yönetim kademeleri tarafından ele alınarak iyi yönetilmesi gerekliliğini, kuşakların nüfus içindeki önemine değinerek vurgulamıştır. Demirkaya ve arkadaşları (2015) çalışmada iş yaşamındaki kuşaklar arasındaki yönetim algısı farkını saptayarak, bu algı üzerinden uygun liderlik tarzı beklentilerini açığa çıkartmışlardır Türkiye'de kuşaklar arası yönetim algısı ve çalışma hayatı düzeninin Batı toplumları ile paralellik göstermediği sonucuna ulaşılmıştır (Demirkaya ve diğ., 2015, s. 186).

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Y kuşağının demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, aile gelir durumu, kariyer hedefleri, ailede girişimci olup olmadığı) girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini ölçmektir. Araştırma Y kuşağını temsil eden Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu Temel İşletmecilik dersi alan 512 öğrencisiyle yapılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı etrafında oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₂: Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile aile gelir durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile kariyer hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile girişimci aileye sahip olma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Yöntemi

İlk olarak katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyetleri, yaşları, kariyer hedefleri, aile gelir düzeyleri, ailede girişimcilik faaliyeti yapılıp yapılmadığı bilgileri) için ankete verilen cevaplar

betimleyici istatistikler (frekans ve yüzde) kullanılarak analiz edilmiştir. Girişimcilik eğilimleri sorularına verilen cevapların ortalama değerlerinin hesaplanması için yine betimleyici istatistikler (frekans, yüzde) kullanılarak analiz edilmiştir. Y kuşağının girişimcilik eğilimleri Yılmaz ve Sünbül tarafından 2009 yılında geliştirilen “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” ile ölçülmüştür. Araştırmada faktör analizi, cinsiyet değişkeni için t-testi ve yaş, aile gelir durumu, kariyer hedefi ve girişimci aileye sahip olma özellikleri için bağımsız gruplar t-testi (Levene) yapılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Tablo-1: Üniversite Öğrencilerinin Demografik Analizi

CİNSİYET	N	%	YAŞ	N	%
Kadın	294	57,4	18-24	338	66
Erkek	218	42,6	25-34	169	33
			35-44	5	1
AİLE GELİR DURUMU	N	%	KARİYER HEDEFİ	n	%
1000 TL ve aşağısı	144	28,1	Kamu Sektörü	146	28,5
1001-2000	167	32,6	Özel Sektör	155	30,3
2001-3000	122	23,8	Aile İşi	10	2
3001-5000	58	11,3	Kendi Girişimi	178	34,8
5001 ve üstü	21	4,1	Diğer	23	4,5
AİLEDE GİRİŞİMCİ OLMASI	N	%			
Evet	127	24,8			
Hayır	385	75,2			
Toplam	512	100	Toplam	512	100

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin, % 57,4’ü kadın, % 42,6 ‘sı erkektir. Üniversite öğrencilerinin %0,66’sı (18-24) yaş aralığında ve %33’ü (25-34) yaş aralığında,%2,09’u (35-44) aralığındadır. Üniversite öğrencilerinin aile gelir durumları ise %28,1’i 1000TL ve altı, %32,6’sı 1001-2000TL arası, %23,8’i 2001-3000TL arası, %11,3’ü 3001-5000TL arası, % 4,1’i 5001ve üzeri gelire sahiptir. Y Kuşağı üniversite öğrencilerinin Kariyer hedeflerinde %28,5 ‘i kamu sektörünü, %30,3’ü özel sektörü, %2,0’i aile işini, %34, 8’i kendi işini kurmak isteğini ve %4,5’i ise başka hedefleri olduğunu belirtmiştir. Kendi işini kurma isteği olanların yüzdelik dilimde ilk sırada yer almaları girişimcilik kültürünün oluşmaya başlamasının göstergesidir. Ailesinde girişimci olanlar %24,8 ‘i, olmayanlar ise %75,2’yi oluşturmaktadır.

Tablo 2: Y Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Faktör Tablosu

FAKTÖR İSMİ	SORULAR	İFADELER	Faktör Ağırlığı	Faktör Açıklayıcılığı
LİDERLİK	G35	İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.	0,812	18,294
	G34	Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	0,765	
	G36	Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	0,731	
	G32	İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.	0,673	

YENİLİK	G20	Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerle uğraşım.	0,764	15,976
	G19	Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	0,746	
	G21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	0,658	
	G18	Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	0,616	
PAYLAŞIM	G11	Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	0,758	13,768
	G12	Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	0,720	
	G13	Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem	0,683	
RİSK ALMA	G26	Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	0,791	11,895
	G16	Risk almaktan çekinmem	0,719	
	G25	Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	0,632	
			Toplam	59,933

Girişimcilik ölçeğinin (Kaiser-Meyer-Olkin) KMO değeri ,859'dur. KMO değerinin 1'ne yakın olması değişkenlerin birbirlerini mükemmel bir şekilde, hatasız tahmin edebileceğini gösterir. Elde edilen bu değer değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun mükemmel seviyede olduğunu göstermektedir. Anket sorularının Cronbach's Alpha değeri ,904'tür

Tablo 3: Y Kuşağı Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Ortalamalarının Analizi

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	s.s.
Liderlik	512	1,00	5,00	3,9980	,75207
Yenilik	512	1,00	5,00	3,4922	,80767
Paylaşım	512	1,00	5,00	3,3411	,86029
Risk alma	512	1,00	5,00	3,6243	,78337

Tablo 3'e göre araştırmada üniversite öğrencilerinin liderlik tercihlerinde birinci sırada (Xort.=3,99) ile liderlik gelmektedir. ikinci sırada (Xort.=3,62) ile risk alma ve (Xort.=3,49) ile yenilik ve son olarak (Xort.=3,34) ile paylaşım değeri almaktadır.

Tablo-4: Y Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Liderlik Boyutunun Ortalamalarının Analizi

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	s.s.
g34	512	1,00	5,00	4,0841	,94701
g35	512	1,00	5,00	3,9863	,95271
g36	512	1,00	5,00	3,9213	,99392
g32	512	1,00	5,00	3,9882	,93243

Tablo 4'e göre Y Kuşağı öğrencilerin Girişimcilik eğiliminin liderlik boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem." (Xort.=4,08) ve en az katıldıkları ifadenin ise "Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür." (Xort.=3,92) olduğu belirlenmiştir.

Tablo-5: Y Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Yenilik Boyutunun Ortalamalarının Analizi

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	s.s.
g18	512	1,00	5,00	3,6914	1,04614
g19	512	1,00	5,00	3,6348	1,05495
g20	512	1,00	5,00	3,3398	1,07713
g21	512	1,00	5,00	3,3027	1,11744

Tablo 5'e göre Y Kuşağı öğrencilerin Girişimcilik eğiliminin yenilik boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim." (Xort.=3,69) ve en az katıldıkları ifadenin ise "Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim." (Xort.=3,30) olduğu belirlenmiştir.

Tablo-6 : Y Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Paylaşım Boyutunun Ortalamalarının Analizi

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	s.s.
g11	512	1,00	5,00	3,1699	1,19704
g12	512	1,00	5,00	3,4082	1,03716
g13	512	1,00	5,00	3,4453	1,08040

Tablo 6'ya göre Y Kuşağı öğrencilerin Girişimcilik eğiliminin paylaşım boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Yeni arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem." (Xort.=3,44) ve en az katıldıkları ifadenin ise "Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim." (Xort.=3,16) olduğu belirlenmiştir.

Tablo-7 : Y Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Risk Alma Boyutunun Ortalamalarının Analizi

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	s.s.
g25	512	1,00	5,00	3,4286	1,10004
g26	512	1,00	5,00	3,6699	1,06649
g16	512	1,00	5,00	3,7793	1,00299

Tablo 7'ye göre Y Kuşağı öğrencilerin Girişimcilik eğiliminin risk alma boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Risk almaktan çekinmem." (Xort.=3,77) ve en az katıldıkları ifadenin ise "Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.." (Xort.=3,42) olduğu belirlenmiştir.

Table-8: Y Kuşağı Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Liderlik Faktörünün Farklılaşması

	Gender	N	Ort.	s.s.	t	p
Liderlik	Bayan	287	3,9286	,76021	2,401	,016
	Erkek	215	4,0907	,73261		

Tablo 8'ye göre, Girişimciliğin Liderlik soruları için Levene's testi sonuçları; F=,375, P=0,016, P=(0,000)<0,05 olduğu için Liderlik cinsiyete göre farklılık gösterir.

Table-9: Y Kuşağı Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Yenilik Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Yenilik	Bayan	294	3,4201	,81134	2,357	,018
	Erkek	218	3,5894	,79422		

Tablo 9'a göre, Girişimciliğin Yenilik soruları için Levene's testi sonuçları; $F=,097$, $P=0,018$, $P=(0,000)<0,05$ olduğu için Yenilik soruları cinsiyete göre farklılık gösterir.

Tablo-10: Y Kuşağı Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Paylaşım Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Paylaşım	Bayan	294	3,2744	,89511	2,046	,038
	Erkek	218	3,4312	,80424		

Tablo 10'a göre, Girişimciliğin Paylaşım soruları için Levene's testi sonuçları; $F=2,787$, $P=0,038$, $P=(0,000)<0,05$ olduğu için Paylaşım soruları cinsiyete göre farklılık gösterir.

Tablo -11: Y Kuşağı Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Risk Alma Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Risk Alma	Bayan	294	3,5385	,80799	2,900	,003
	Erkek	217	3,7404	,73471		

Tablo 11'e göre, Girişimciliğin Risk alma soruları için Levene's testi sonuçları; $F=2,841$, $P=0,003$, $P=(0,000)<0,05$ olduğu için Risk alma soruları cinsiyete göre farklılık gösterir.

Tablo -12: Y Kuşağı Öğrencilerinin Ailede Girişimci Olması Değişkeni Açısından Liderlik Faktörünün Farklılaşması

	Aile Girişim	N	Ort.	s.s.	t	p
Liderlik	Evet	156	4,1442	,75351	2,932	,004
	Hayır	346	3,9321	,74314		

Tablo 12'ye göre, Girişimciliğin Liderlik soruları için Levene's testi sonuçları; $F=,022$, $P=0,004$, $P=(0,000)<0,05$ olduğu için Ailede girişimci olanlara göre farklılık gösterir.

Tablo- 13: Y Kuşağı Öğrencilerinin Ailede Girişimci Olması Değişkeni Açısından Yenilik Faktörünün Farklılaşması

	Aile Girişim	N	Ort.	s.s.	t	p
Yenilik	Evet	161	3,5668	,78150	1,441	,151
	Hayır	351	3,4580	,81822		

Tablo 13'e göre, Girişimciliğin Liderlik soruları için Levene's testi sonuçları; $F=,355$, $P=0,151$, $P=(0,000)<0,05$ olmadığı için Ailede girişimci olanlara göre farklılık göstermez.

Tablo -14: Y Kuşağı Öğrencilerinin Ailede Girişimci Olması Değişkeni Açısından Paylaşım Faktörünün Farklılaşması

	Aile Girişim	N	Ort.	s.s.	t	p
Paylaşım	Evet	161	3,4720	,82962	2,382	,018
	Hayır	351	3,2811	,86857		

Tablo 14'e göre, Girişimciliğin Liderlik soruları için Levene's testi sonuçları; $F=,261$, $P=0,018$, $P=(0,000)<0,05$ olduğu için Ailede girişimci olanlara göre farklılık gösterir.

Tablo-15: Y Kuşağı Öğrencilerinin Ailede Girişimci Olması Değişkeni Açısından Risk Alma Faktörünün Farklılaşması

	Aile Girişim	N	Ort.	s.s.	t	p
Risk Alma	Evet	160	3,6583	,80351	0,654	,513
	Hayır	351	3,6087	,77468		

Tablo 15'e göre, Girişimciliğin Liderlik soruları için Levene's testi sonuçları; $F=,016$, $P=0,513$, $P=(0,000)<0,05$ olmadığı için Ailede girişimci olanlara göre farklılık göstermez.

SONUÇ

Bu çalışmada istatistiksel yöntemler kullanarak Y kuşağını temsil eden Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulundaki öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin ölçülmesi ve demografik değişkenlerle bu eğilimler arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. 512 Y kuşağı öğrenciye anket uygulanmıştır. Anketlerin SPSS değerlendirmeleri sonucu araştırmanın amacı etrafında oluşturulan hipotezlerin kabul ve redleri aşağıdaki gibidir:

Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin boyutları arasında, cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar vardır. Yapılan Levene testi sonuçlarına göre H_1 hipotezi KABUL edilmiştir. Y kuşağı öğrencilerinden erkek öğrenciler liderlikte (Erkek $X=4,09$; Bayan $X=3,93$), yenilikte (Erkek $X=3,59$; Bayan $X=3,42$), paylaşımında (Erkek $X=3,43$; Bayan $X=3,27$) ve risk almada (Erkek $X=3,74$; Bayan $X=3,54$) bayan öğrencilere göre girişimcilik eğilimlerinde anlamlı derecede farklılık göstermektedir.

Girişimciliğin risk alma ve yenilik boyutunda Y kuşağı öğrencilerinin ailelerinin girişimci olmaları etkili olmaz iken liderlik boyutunda (Evet $X=4,14$; Hayır $X=3,93$) ve paylaşım boyutunda (Evet $X=3,47$; Hayır $X=3,28$) ortalama değeriyle farklılık göstermektedir. Böylelikle Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin boyutları arasında, ailede girişimci olması açısından anlamlı farklılıklar vardır. Yapılan Levene testi sonuçlarına göre H_2 hipotezi KABUL edilmiştir.

Y kuşağı öğrencilerin girişimcilik ölçeğinin (liderlik, yenilik, paylaşım ve risk alma) boyutları ile yaş, aile gelir durumu ve kariyer hedefleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur. H_2 , H_3 ve H_4 hipotezleri $P=(0,000)<0,05$ olmadığı için hipotezler RED edilmiştir.

Bu araştırmanın en büyük kısıtı, çalışmanın sadece Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulundaki öğrencilerine yapılmış olmasıdır. Üniversitenin diğer birimlerine uygulanması, farklı üniversitelerle bu araştırmanın tekrarlanması gelecek araştırmacılara önerimiz arasındadır. Y kuşağının girişimcilik eğilimlerini ölçen araştırmamız bu yöndeki çalışmaların azlığı nedeniyle literatüre katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acılıoğlu İ., (2015) "İş" Te Y Kuşağı", Elma Yayınevi, Ankara.
- Akdemir A., Konakay G. (2015) "Y Kuşağı ve Girişimcilik", Ed. Ali Akdemir, Girişimcilik ve İş Kurma, Orion Kitabevi, Ankara, (375-390).
- Altıntuğ N. (2009) "Sürdürülebilir Müşteri Değerinin Psikolojik Ve Sosyolojik Boyutu: Bireysel Ve Toplumsal Karakter", C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 10, Sayı 2, (1-18).

- Altıntuğ, N. (2012). “Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), (203-212).
- Arslan, A., STAUB, S., (2015) “Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma” *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), (1-24). <https://www.researchgate.net/publication/282914877> Erişim: 26,10,2017
- Aydınlık A. Ü.,(2017) “Girişimcilik”, 2.Baskı, Beta A.Ş., İstanbul.
- Ayhün S. E., (2013) “Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar Ve Örgütsel Yansımaları” *Journal of Economics and Management Research / Vol:2 / No:1 / June 2013* (93-112).
- Bayram, G. N., (2014) “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma” *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.*
- Bulut Sarıcı, S. (2012) “Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri”, *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 1/3, (216-238).*
- Cogin, J. (2012) “Are generational differences in work values fact or fiction? Multi-country evidence and implications” *The International Journal of Human Resource Management*, 23(11), (2268-2294).
- Çavuş, M.F. ve Akgemici, T. (2008) “İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık Ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayinde Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, (299-331).
- Çifçi M.. (2010) “Girişimci Üniversite ve Üçüncü Kuşak Üniversiteler”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 27, (341-347) .
- Demirkaya H., Akdemir A., Karaman E., Atan Ö., (2015) “Research on Expectations of Generations for Management Policies”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*,7/1(186-204).
- Downing, K.. (2006) “Next generation: What leaders need to know about the millennials”, *Leadership in Action*, 26(3), (3-6).
- Er, P. (2012) “Girişimcilik ve yenilik kavramlarının iktisadi düşüncedeki yeri: Joseph.A. Schumpeter.” *Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.*
- Eser G. (2016)“Girişimcilik ve Fırsat Tanımlama”, *Beta Yayınları, İstanbul .*
- Etican, G. (2012) “X ve Y Kuşaklarının Online Eğitim Teknolojilerine Karşı Tutumlarının Karşılaştırılması”, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, BÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.*
- Göçmen S. (2007) “İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: “İç Girişimcilik”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Programı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi,Manisa.*
- Göktaş P., Çarıkcı İ. H. (2016) “Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik ve İletişim Tarzları: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma” *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt 71, No. 3, (855 – 888).
- Gümüsoğlu Ş., Karaöz B. (2013) “Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği”, *Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu*,1-3 Kasım, Muğla, (63-83).
- Hüseyinklioğlu B. (2010) “Examination Of The Relationship Between Individual Values And Level Of Organizational Commitment Among Military Hospital Employees” , *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, işletme Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Adana.*
- Kayabaşı A., Taşkın E. , Kayık M. (2014) “Y Kuşağının Türk Ve Yabancı Firmalara Yönelik Algıları: Çok Boyutlu Ölçekleme İle Analizi” *Sosyal Bilimler Dergisi Sayı:49* (29-45).
- Keleş H. N. (2011) “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 3, Sayı 2, (129-139).*
- Kılıç, R. Keklik, B. ve Çalış, N. (2012) ”Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Örneği.” *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17(2), (423-435).
- Konakay G, Akdemir A., Ergen B., Solmaztürk A.B. , Gürer A., Aktürk F, Gökdemir O.,Yamaç Ö., Sezen S., Yavuz S., Tın U. (2015) “Investigation Of The Charisma And Intellectuality Effect In Determining A Leadership Model In The Light Of University Students’ Interaction With Their Academicians And Parents” *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Volume 7, Issue 1,(205-235).
- Kultalahti S., Edinger P., Brandt, T. (2013) ”Expectations for Leadership - Generation Y and Innovativeness in the Limelight ”, *Proceedings of the European Conference on Management, Leadership & Governance January*

(152-160).

Kuran, E. (2012) “Yaşasın Y Kuşağı”, Hürriyet Gazetesi, Hürriyet Magazin Hattı Ayşe Arman Röportajı, Erişim Tarihi: 09.06.2013. www.hurriyet.com.tr/magazin/ magazinhatti/23448012.asp .

Kömürcüoğlu, H. (2014) Y Kuşağını Anlamak, “Bir Gezi Parkı Araştırması”, Kanguru Yayınları, Ankara.

Lai, S. L., Chang, J., ve Hsu, L.Y. (2012) “Does Effect of Workload on Quality of Work Life Vary With Generations?”, Asia Pacific Management Review, 17(4), (437-451).

Levickaitė, R. (2010) “Generations X, Y, Z: How Social Networks Form The Concept Of The World Without Borders (The Case Of Lithuania)” Limes, 2010, Vol. 3, No. 2: (170–183).

Merrick C. (2016) “X,Y,Z generations in the workforce”, w w w . t r a i n i n g j o u r n a l . c o m M a r c h (21-24).

Nambiyar, S.(2014) “Aspirations of Gen-Y towards Quality of Work Life”, International Journal of Multidisciplinary Approach & Studies, 1(4), (328-340).

Öner M., Onay M., Karakoç İ. D. (2016) “Öğrencilerin Kariyer Planlamalarında Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik Arzularının Ölçülmesi” Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.Yönetim ve Ekonomi 23/3, (623-638).

Önder E., Taş A.(2014) “Comparison Of Heads Of Departments’ And Research Assistants’ Value Preferences İn University (SdÜ And MakÜ Sample), Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Haziran 2014, Sayı 30, (141 – 164).

Parks L.,Guay Russell P. (2009) “Personality, values, and motivation”, Personality and Individual Differences 47 (675–684).

Schiffman G.Leon., Sherman, E. ve Long, M.M.. (2003), “Toward a Beter Understanding of The Interplay of Personal Values and The Internet”, Psychology&Marketing, Vol:20, 2, (169-186).

Şendil G., Cesur S., (2011) “The Relationships Between Parental Attitudes And Their Personalities And Values” Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Autumn-2011 Volume:10 Issue:38(001-022)

Şenturan Şermin, Aslıhan Köse E. Mine Dertli Satenik Başak Nesibe Şentürk (2016) “X ve Y Kuşağı Yöneticilerinin İş Değerleri Algısı ve Farklılıkları Üzerine İnceleme” Business and Economics Research Journal Volume 7 Number 3 (171-182)

Tekin İ.Ç., Akgemci T. , (2016) “Y Kuşağı Çalışanların İş Değerlerinin Araştırılması: Konya İli Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama” Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi, Cilt 1 S .2 (15-52).

Toruntay H. (2011) Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Okutan E., Balaban Ö.(2013) “Kültürel Yapının Girişimcilik Eğilimine Etkisi”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu,1-3 Kasım, Muğla, (13-27).

Verzoni A.; Lisboa C. (2016) “Forms Of Subjectivation: Generation Y And The Contemporaneity” Athenea Digital - 16(3), (105-130)

Yeşil Y., Fidan F. (2017) “Türkiye’de Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi , 03 (01) (100-109).

Yelkikalan, N. ve Altın, E. (2010). “Farklı Kuşakların Yönetimi”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 8, 2, (13-17).

Yiğit, Z. (2010) “X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Tutumlar Açısından İncelenmesi ve Bir Örnek Olay”, Yüksek Lisans Tezi (Yayınlanmamış) Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi.

Yirik Ş., Ilgaz Yıldırım B. (2014) “Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerleri İle Risk Ve Belirsizlik Algıları Arasındaki İlişkilerin Alan Araştırması İle İncelenmesi: Antalya Örneği”, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2014, Cilt: 7, Sayı: 2, (97-111).

Yüksekbilgili Z. (2015) “Türkiye’de Y Kuşağının Yaş Aralığı”Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Bahar-2015 Cilt:14 Sayı:53 (259-267).



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 34-47, 2017, www.nobel.gen.tr

DUYGUSAL EMEK KAVRAMI ve DUYGUSAL EMEĞİN TAKIM BAŞARISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BİLİŞİM SEKTÖRÜ ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Abdülkadir AKTURAN¹ Ayşe GÜNSEL^{2*} Mevlüt BECERİKLİ³

¹Turkish Land Forces Command

²Kocaeli University, Faculty of Economics and Business Administration, Kocaeli

³IBTECH, Kocaeli

*Sorumlu Yazar
E-posta: agnsel@gmail.com

Geliş Tarihi: 01.11.2017
Kabul Tarihi: 27.12.2017

Özet

Bu çalışmada, bilişim sektöründe çalışan bireylerin sergilemekte olduğu duygusal emek davranışının, hem bireysel etkileri hem takımın başarısındaki rolü incelenmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm de takım kavramı, grup ile takım arasında farklar ile takım çalışması detaylıca anlatılmaktadır. Bunu takiben ikinci bölümde, bilişim kavramı ve unsurları üzerinde durulmuş, bilişim sektörünün özellikleri, önemi, gelişimi ve mevcut durumu hakkında bilgi verilmiştir. Bilişim sektöründe takım çalışmasına değinilmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünde duygu kavramına detaylıca ele alınarak; duygusal emek kavramının tanımı, gelişimi ve duygusal emek yaklaşımları üzerine gerekli bilgiler verilmektedir. Çalışmanın uygulama bölümü için, bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kurumsal bir bilişim firması çalışanları arasında yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmaktadır. Altı soruluk mülakata kolayca örnekleme yöntemiyle seçilmiş 16 kişi katılmaktadır. Takım üyeleri üzerinde gerçekleştirilen mülakatlar değerlendirildiğinde; bilişim sektörü çalışanlarına ait duygusal emek düzeylerinin, bir çalışma takımı içindeki hem bireysel hem de takım performansına etkileri olduğu sonucuna varılmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Bilişim Sektörü, Takım Çalışması, Performans

THE CONCEPT OF EMOTIONAL LABOR AND ITS CONCEQUENCES ON TEAM SUCCESS: AN EMPIRICAL STUDY ON INFORMATION TECHNOLOGIES INDUSTRY EMPLOYEES

Abstract

In this paper, the consequences of emotional labor behaviors, that Information Technologies (IT) industry employees perform, on both individual outcomes and team success is examined. The paper consists of three parts: In the first part, team concept, team work and the differences between group and team are described in a detailed way. In the following second part, definition and components of IT and properties are explained, and the importance, the growth, current status and the importance of teamwork in the IT industry are mentioned. In the third part, emotion concept is described in a detailed manner and information is put forward about the definition, growth and approaches of emotional labor. For the implementation of our research, semi structured interviews are conducted on the employees of an IT firm which operates in the banking industry. 16 IT employees selected by random sampling method, participate the interview which has six questions. The results of the interviews with the team members indicate that emotional labor levels of employees in the IT sector is related to both individual and team performance. Theoretical and managerial implications of our findings are discussed.

Key Words: Emotional Labor, Information Technology Sector, Team work, Performance.

GİRİŞ

Son yıllarda bilgi teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler rekabeti arttırmıştır. Bunun bir yansıması olarak, bilişim proje çıktılarının kaliteli olması yanında başka beklentileri de doğurmuştur. Bu rekabette avantaj kazanmak için, proje süreçlerinin iyi yönetilmesi, maliyetlerin en aza indirgenmesi ve en hızlı şekilde aksiyon alınması, hedeflenen başarıya ulaşmak yolunda son derece önem kazanmıştır.

Bu da kurumların, proje takımlarından, dolayısıyla da takımı oluşturan bireylerden beklentilerinin artmasıyla sonuçlanmıştır. Kurumlar; takım üyelerinden mesleki beklentileri yanında, birtakım duygusal davranış biçimlerini sergilemelerini istemeye başlamışlardır. Takım üyelerinin, kurumların istekleri doğrultusunda duygularını aktif biçimde düzenlemeleri yönünde bir zorunluluğun ortaya çıkmasıyla birlikte takım çalışması kapsamında duygusal emek kavramı önemli bir konu haline gelmeye başlamıştır.

Duygusal emek genel olarak, çalışanların davranışlarını kurumlarının istekleri doğrultusunda biçimlendirmesi için gösterdikleri çaba şeklinde tanımlanmaktadır. Otuz yılı aşkın süredir, araştırmacılar, çalışma yaşamında duyguların rolünü araştırmış ve her geçen gün artan bu ilgi ile de yeni yaklaşımlar ortaya atmışlardır (Cote & Morgan, 2002). Hochschild' ın "The Managed Heart" isimli kitabı 1983 te yayınlanmasının ardından, duygusal emek, spesifik bir emek türü olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu kavramsallaştırılma kapsamında duygusal emek; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış olmak üzere toplam üç boyutta ele alınmıştır. Çalışanların duygusal emek davranışları sergilerken göz önünde bulundurduğu ve kurumların belirlediği duygusal davranış kalıpları, duygusal davranış kuralları olarak adlandırılmış, duyguların yönetilmesi ile çalışan motivasyon ve performansı artırılması amaçlanmıştır.

Duygusal emek davranışları, güçlü bir örgüt kültürü oluşturma yanında yapılan projelerin başarısında da olumlu etkiler sağlamaktadır. Çalışanlar açısından bakıldığında ise; duygusal davranış kurallarını yerine getirmek, çalışanlara terfi etme, ücret artışı, takım çalışmasında başarılı olma, yüksek motivasyon, prim elde etme ve kurum tarafından ödüllendirme imkânlarını da kazandırmaktadır.

Davranış bilimlerinin bir çalışma alanı olarak çalışanların duygu yönetimi, duyguların dışa vurumu ve bunları etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler, sıkça araştırılan konulardan bir tanesi haline gelmiş ve çok çeşitli araştırma boyutları gündeme gelmeye başlamıştır.

Bu çalışmanın amacı, örgütün kendilerinden beklediği davranış kalıplarına uyacak şekilde duygusal tepki vermek şeklinde tanımlanabilecek spesifik bir emek türü olan duygusal emeğin, bilişim sektöründe faaliyet göstermekte olan takım hem üyeleri üzerinde etkileri ve takım başarısı üstündeki yansımalarını ortaya koymaktır. Çalışmamız dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde takım kavramının tanımı yapılmakta; önemi ve yaygınlığı üzerinde durulmaktadır. Bunun devamında bilişim sektörü irdelenmekte; bilişim sektörünün özellikleri, önemi, gelişimi ve mevcut durumun hem dünya geneli hem de Türkiye özelinde incelenmektedir. Üçüncü bölümde ise duygu ve duygusal emek kavramları tanımlanarak duygusal emek yaklaşımlarına değinilmektedir. Nihayetinde dördüncü bölümde ise, bankacılık ve finans sektöründe faaliyet gösteren bir bilişim firması çalışanları üzerinde, duygusal emeğin takım üyelerinin bireysel durumları ve takım başarısı üzerine olan etkilerini değerlendirmek üzere yapılandırılmış bir mülakata yer verilmektedir.

Takımlar ve Takım Çalışması

Takım önceden belirlenmiş hedeflere ulaşmak için bir araya gelmiş, birbirine bağımlı ve birlikte hareket eden iki veya daha fazla kişinin oluşturduğu topluluktur. Takımın tanımında üç önemli özellik göze çarpmaktadır. Birincisi, bir takımın oluşturulabilmesi için iki veya daha fazla bireye ihtiyaç vardır. Genel de bir takımdaki birey sayısı on beşin altındayken, bu rakam bazen yetmiş beşe kadar çıkabilmektedir. İkinci özellik, takımı oluşturan bireyler sürekli birbirleriyle etkileşim halinde ve birlikte hareket ettiklerinden birbirlerine bağımlıdır. Üçüncüsü ise, takımı oluşturan bireyler belli bir amacı gerçekleştirmek üzere çalışırlar. Takımlar bir arada olmaktan çok daha fazlasını içeren, başarısını bireylerin bir arada çalışabilme özelliklerine borçlu olan yapılardır. Takım üyeleri zaman içerisinde birbirlerinin güçlü ve zayıf yönlerinin farkına vararak, buna uygun hareket stratejiler geliştirip üstün bir performans sergilemeyi hedeflerler (Buchholz ve Roth, 1990: s.40).

Takım için bir başka tanım da şudur: "Kendi alanlarında dağılmış durumdaki uzmanlık becerilerinin sürekli birleştirilmesini gerektiren bir görevi yerine getirmek üzere bir araya gelmesi zorunlu insanlar grubu". İzgören (2004), bu tanıma katılmamaktadır. Her takım bir gruptur ama her grup bir takım değildir. Eğer ruhunuz varsa takım olursunuz, bir ekibin kendi içinde birbirine inanmışlığı yoksa grup olursunuz, grubun bir hedefi yoksa sadece grup olursunuz (İzgören, 2004: s.185). Yönetim literatüründe takım; "ortak bir amacı gerçekleştirmeye yönelmiş, yüksek nitelikli sonuçlar üreten, birlikte iyi çalışan ve bundan haz alan faal bir grup olarak tanımlanmaktadır"(Jones ve McBride, 1990: s.22).

Takım belirli bir amacı gerçekleştirmek ile yükümlü, birbirlerine bağımlı bireylerden oluşan formel bir gruptur (Robbins ve Coulter, 2002: s.410). Takım üyelerinin özellikleri birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Ortak amaçlar, performans hedefleri ve yaklaşım doğrultusunda birbirlerinin faaliyetlerinden sorumludur (Ataman, 2002: s.87).

Grup ise iki ya da daha fazla karşılıklı bağıllık ve etkileşim halinde olan bireyin ortak bir amacı yerine getirmek için bir araya gelmesiyle oluşur. Grup formel olabileceği gibi, formel olmayan gruplar da vardır. Formel gruplar örgüt tarafından belirli işler ve görevleri yerine getirmek için oluşturulabilir. Formel olmayan gruplar ise çalışanların sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere kendiliğinden oluşan gruplardır.

Takım Türleri

Takımların sınıflandırılmasında ki farklı yaklaşımlar, çeşitli takım tiplerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Amaçlarına göre, yapılarına göre, üyelik durumlarına göre, sürekliliklerine göre, örgüt şemasındaki yerlerine göre vb. gibi bir çok sınıflandırılma sonucunda bu takım çeşitleri ortaya çıkmıştır (Ataman, 2002: s.88). Bu takımların yapısı yapılacak işe ve iş yönetimine göre değişiklik gösterir. Takımda ki bireyler de duruma göre yalnız, birlikte, süreli veya sürekli takımla çalışır. Bu yüzden, maksimum verim alınabilmesi için takımdaki her üyenin ihtiyaçları iyice bilinmelidir. Takımları kullanım biçimine göre ve yapılacak işin niteliğine göre iki ana grupta toplayabiliriz (İzgören, 2008: s.47).

1.Kullanım biçimine göre takım çeşitleri:

- Sorun Çözme Takımları
- Özel Amaçlı Takımlar,
- Özyönetim Grupları

2.İşin niteliğine göre takım çeşitleri:

- Bireysel Takımlar
- Orkestra Takımlar
- Tamamlayıcı Takımlar

Takımları işletme yapısının parçası olarak oluşturulanlar ve işgören katılımını arttırmak için oluşturulanlar olarak sınıflandırırız :

- Biçimsel (Formel) Takımlar (Üyelerin Zorunlu Olduğu)
- Dikey Takımlar
- Yatay Takımlar
- Görev Güçleri
- Komiteler
- Görev Takımları (Üyeliğin Gönüllüğe Bağlı)
- Çapraz Fonksiyonel Takımlar
- Sanal Takımlar
- Problem Çözme Takımları
- Kendi Kendini Yönetebilen Takımlar

Takım Çalışması

Takım Çalışması, bir organizasyon, örgüt ya da şirket içerisinde çalışan bireyler arasında bağımsızlığı ve iletişimi geliştirip, onları ortak amaç etrafında için bir araya getiren, güven ortamının oluşmasını sağlayarak bu ortamın kalıcı olmasını sağlayan, üretkenliği ve performansı artıran bir çalışma sistemidir. Bir diğer ifadeyle takım çalışması, çalışan bireylerin ortak bir hedefe ulaşabilmek için bir araya getirilip, güçlerini birleştirmesi ve elbirliği ile işi yapmalarının sağlanmasıdır.

Takım çalışması, çalışanların ve yönetimin iş süreçlerini ve yöntemlerini sürekli olarak geliştirmek ve örgütsel faaliyet ve amaçları tespit etmek için birlikte çalışmalarını şeklinde de

tanımlanabilir. Takım çalışması, takımın birlikte çalışma süreçleri üzerine odaklandığı, takım üyelerinin katılımlarını değerleyen ve teşvik eden bir hava yaratmak için harekete geçtiği bir çabadır. Günümüz işletmeleri sadece karizmatik yöneticilerin veya zeki işletmecilerin çabalarına değil, tüm çalışanların yaratıcılığına ve yeteneklerine ihtiyaç duymaktadırlar (Çetin, 2008: s.74). 1998 yılında yayınlanan ve Fortune Dergisi'nin ABD'de en iyi 1000 şirket olarak belirlediği şirketler üzerinde yapılan bir ankette, şirketlerin % 47'sinin takım çalışmasına geçtiklerini, kalanların ise % 60'nın takım çalışmasına büyük önem verdikleri ve önümüzdeki yıllarda bütünüyle takım çalışmasına geçmeyi planladıklarını ortaya koymaktadır. Takım çalışması, bireylerin tek tek sahip olduğu etkinin toplamından daha fazlasını elde edip daha büyük bir çıktıyı açığa çıkarmaktır. Birbirine inanan, güvenen ve nereye gittiğini bilen beş bireyden oluşan bir takım on kişilik iş çıkarabilmektedir. Artık işletmeler, sadece bireysel becerilere değil, kolektif akla ve desteğe de ihtiyaç duymaktadır.

Bilişim Sektörü ve Bilişim Sektöründe Takım Çalışması

Bilişim; İngilizcedeki informatics, Fransızcadaki informatique kelimelerinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. Yapısal bakımdan bilgi ve iletişim kelimelerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuş gibi görünse de (ki su an kullanımda olan ve bizim de çalışmamızda esas aldığımız kavramın içeriği böyledir), gerçekte farklı bir kökten gelen devinimsel bir kelimedir. Türkçedeki "bilgi" kelimesinin, İngilizcedeki "information" ya da Fransızcadaki "enformassions" kelimelerini tam olarak karşıladığı söylenemez. Zira bu kelimeler devingen bir bilgi kavramını anlatır. Türkçede bilgi kelimesini bu kapsamda karşılayan tek bir kelime bulunmamaktadır. Bu nedenle anlam itibarıyla devingen olmayan "knowledge" kelimesi de aynı kategoride değerlendirilip "bilgi" diye tercüme edilmektedir (Kelleci, 2003: s.1). Ancak bilişim kelimesi içerisinde yer alan "bilgi" terimi devingen nitelikteki bilgiyi anlatmaktadır. Bilişim sözcüğü bilmek eyleminden türetilen bilişmek eylemi ile ortaya çıkarılmıştır. Türetilme itibarıyla devingen bir anlam taşımaktadır. Karşılıklı bir etkileşimi ihtiva eder ve öz itibarıyla Türkçede kullanılan bileşmek kelimesi ile paralel bir yapıdadır. Nitekim Türkçe yapı bilgisi kelime türetmede kök birleşimi esasına dayandığından bilişim kelimesinin Bilgi ve İletişim kelimelerinin birleştirilmesi ile ortaya çıkmış bir kelime olmadığı açıkça görülebilir. Sonuçta informatics/informatique kelimesi çok nadir rastlanan bir şekilde öz Türkçe bir kelime ile ikame edilerek çevrilebilmiştir. Bu husus bilişim terimlerinin Türkçeleştirilmesi üzerine çalışanlar tarafından fazlasıyla önemsenmektedir (Taşkın ve Üsküplü, 2004: s.1-4). Bilişim terimlerinin Türkçeleştirilmesi çalışmaları Türkiye Bilişim Vakfının yürüttüğü "Bilişimde Özenli Türkçe Projesi" ile de desteklenmektedir. Proje sadece bilişim terimleri ile ilgilenmemekte, Türkçenin gücüne inanan kişileri bir araya getirmek ve bu grubu genişletmek amacını da taşımaktadır. Bu nedenle Türkçeye değer veren birçok aydının desteği sağlanmaya çalışılmaktadır (Ören, 2006: s.254-262).

Toplum hayatında önemli bir yere sahip olan bilgi ve iletişim, teknolojinin gelişmesi ile daha da önem kazanmıştır. Teknoloji, üretim anlayışında yeni bir dönemin başlamasına neden olmuş, üretimi ve tüketimi ile bir meta olarak algılanmaya başlanan bilgiyi, ekonominin ve toplumun vazgeçilmez bir olgusu haline getirmiştir. Aynı teknoloji, iletişimde de devrim yaratarak bilginin çok hızlı ve güvenilir biçimde yayılmasına vesile olmuştur. Bu süreç bilgiyi, mevcut sektörleri etkilemesinin yanında kendi başına ayakta durabilecek bir konuma yükseltmiştir. Bilgiye olan ihtiyacın artışı, yeni mesleklerin ve çalışan profillerinin doğmasına neden olmuştur. Benzer ihtiyaç ve işlerin çoğalması, aynı işi yapan kişilerin çoğalmasına neden olunca bilgi ve iletişimin diğer ekonomik faaliyetlerden ayrılarak incelenebilmesi mümkün olmuştur. İşte bu yapı da bilgi ve iletişimi, Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) olarak da adlandırılan bir sektör haline dönüştürmüştür. Bu ifade daha sonra Bilişim Teknolojileri (BT) adı ile anılarak kabul görmüştür (Özdemir, 2009: s.14).

Bilişim sektörünün önemini görmek için, teknolojinin günlük hayatımıza direkt olan etkilerini incelemek yeterli olacaktır. Sektör yapısı gereği dünya üzerindeki etkinliğini korurken, etkilediği sektörler için de vazgeçilemez bir konumda yer alarak, ağırlığını giderek artırmaktadır (Özdemir, 2009: s.66). Küreselleşmenin teknolojiyle olan bağlantısı, bilişim sektörünün dünya üzerindeki önemini artıran olgulardan biridir. Küreselleşme; teknolojik gelişimin hızlı bir şekilde artması ile ülkeler arasında mal, hizmet, uluslararası sermaye akımlarının serbestleşmesi ile ortaya çıkan ekonomik gelişmedir (IMF World Economic Outlook 1997).

Bilişim sektörü, bilgisayar ile özdeşleşmiş, bilgisayarların gelişimine paralel olarak gelişmiş ve teknolojik seviyenin artması ile de kapsamı genişlemiştir. Bilgisayarların temeli Çin'de bulunan

Abaküs' e kadar dayanır. Daha sonra logaritmanın bulunmasıyla Sürgülü Hesap Cetveli ne geçilmiştir. 1874 yılında İsveçli W.T. Odhner' in hesap makinesini geliştirmesiyle dünya bilişim tarihi başlamış varsayılır. 1944 yılında Harvard' da geliştirilen Mark 1 isimli makine ile bilgisayar tarihi başlamış kabul edilir. 1946' da ABD' de 30 ton ağırlığında ve 15x10 metre büyüklüğünde ENIAC adında ki genel amaçlı ilk modern bilgisayar geliştirilmiştir.

1990' ların başlarından itibaren bilgisayar kullanımının yaygınlaşması, bilgisayarların küçülmesi ve her kesim tarafından ulaşılabilir fiyat seviyesine gelmesiyle sektör hızla gelişmiştir. 2000' li yıllara kadar geçen sürede ki baş döndürücü ilerlemelerden sonra, 2000' li yıllar da, kablosuz ve yüksek bağlantı kapasiteli dönem olarak dikkat çekmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle gereksinimler ve bilgisayar ile yapılan işlerin de artmasıyla ve ihtiyaçlara cevap verecek yazılımların da çeşitlenmesiyle sektör oldukça genişlemiştir. Bu gelişime paralel olarak önce bilgisayar ağları geliştirilmiş, ağların yaygınlaşmasıyla da geniş alanlara yayılmış ve tek merkezden idare edilebilen gelişmiş günümüz internet teknolojisine kavuşulmuş ve bilişim sektörü çağ atlamıştır (Özdemir, 2009: s.31). İnternet' in hızla gelişimi ve iş dünyasında çok çabuk kabul görmesi, e-ticaret olgusunu geliştirilmiş ve alıcı ile satıcı arasındaki ticari malların satışını fiziksel bağlantı kurmaksızın, elektronik olarak iletişim kurularak doğrudan yapılmasına imkân sağlamıştır. Bununla birlikte devlet kurumları da hem iç işlemlerinde hem de özel sektör ile ilişkilerinde bilişim teknolojilerini kullanmaya başlamışlardır. Dünya ülkeleri, bilişim toplumu olma yarışı içerisine girmiş, kıyasıya bir rekabet içinde bilgiyi başta ekonomi olmak üzere tüm sektörlerde yaşama geçirmişlerdir (Aydın, 2012: s.184). Dünya da BT sektörlerine bakıldığında, ABD ve Japonya' nın belirgin üstünlüğü görülmektedir. Bu ülkeleri Çin ve Hindistan takip etmektedir. Daha sonra İrlanda, İsrail, Rusya ve Filipinler gelmektedir. Dünya da bilişim sektöründe ileri gitmiş bu ülkeler, hükümetlerin kararlı ve sürekli olarak yürüttükleri politika ve çalışmalar sayesinde bu noktalara ulaştıkları görülmektedir. Sektörün belli bir olgunluk seviyesine gelmesi ile de özel sektör ile iş birliği yapılarak gerekli politika ve çalışmalar yapılır ile eksikler ve yetersizlikler tamamlanmıştır (Özdemir, 2009: s.149).

Türkiye bilgisayar ile ilk olarak, IBM firmasının 1960 yılında KGM' ne kurduğu bilgisayarlarla tanışmıştır. Ardından İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde 1962 yılında Bilgisayar Merkezi kurulmuştur. Bilgisayarın geniş kapsamlı kullanımı ise ilk kez 1965 yılında Ziraat Bankasında başlamıştır. 1967' de endüstride bilgisayara yatırım yapılmaya başlanmıştır. 1969 yılında Bilişim kelimesi Türkçe' ye girmiş, 1971' de Bilişim Derneği kurulmuştur. 1972 yılında bugünkü adı TÜBİSAD olan Bilgi İşlem Hizmetleri Sanayicileri Derneği kurulmuştur. 1973 yılında da kamu ve özel kuruluşları bilişim sektöründe bilgilendirme eğitim ve seminerleri organize edilmeye başlanmıştır. 90' lı yıllarda bilişim sektörünün dünyadaki gelişmelerine paralel olarak Türkiye' de de gelişmelerin olmuştur. Firma sayıları artarken, bilişim sektörü önemli ölçüde atılım yapmıştır. 1999 yılında Türkiye Bilişim Sektörü Derneği (TÜBİDER) kurulmuştur (Özdemir, 2009: s.281).

BT araştırmacıları tarafından yapılan incelemelerin sonuçlarına göre, BT sektöründe faaliyet gösteren firmaların geleneksel hiyerarşik yapıdan, açık örgüt düzenine geçmelerinin başlıca sebeplerinden biri, takım çalışmasına yönelmek olduğu şeklinde savunulmuştur. (Powell/Dent-Micallef, 1997).

Çalışma hayatında en çok önem verilen konuların başında bir ekibin parçası olabilmek ve ekip olarak bir ürün sunabilmektir. Bunu iş ilanlarındaki Ekip Çalışmasına Yatkın gibi ifadelerden görebilirsiniz. Sadece bireysel iş gücü ile çalışan kurumlar artık yok denecek kadar azdır. Daha çok bir ekip kurup, işleri bu ekibin bireylerine dağıtmayı tercih etmektedirler. Özellikle teknoloji şirketlerinde bireysel çalışmanın başarı getirme olasılığı yok denecek azdır. Özellikle teknoloji şirketlerinde ve sanayi üretimi yapan büyük firmalarda farklı kültürlerden, eğitimlerden ve karakterlerden pek çok insanla bir arada çalışılır. Genellikle beraber çalışma yapacak ekip üyelerinin çalışacağı kişiyi seçme şansı olmayacaktır. Ancak işin ya da projenin yürütülebilmesi adına beraber çalışma zorunluluğu bulunabilir. Bununla beraber farklı yapıdaki insanların bir araya gelerek bir çalışma yürütmesi doğal olarak bazı zorlukları da beraberinde getirecektir (Bulut, 2004).

DUYGULAR VE DUYGUSAL EMEK DAVRANIŞI

Türk Dil Kurumu sözlüğünde ‘‘duygu’’ terimini; ‘‘belirli nesne, olay veya bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı izlenim’’ veya bireyin ruh halinde içsel (biyokimyasal) ve dışsal (çevresel) tesirlerle etkileşiminden doğan kompleks psikofizyolojik bir değişim olarak tanımlanmıştır (TDK).

Duygu kelimesi Latince ‘‘movere’’ (hareket etme) kökünden türemiştir. Bu kelimeye ‘‘e’’ ön eki getirildiğinde ise ‘‘öteye hareket etme’’ anlamına gelmektedir. Buradan şu sonucu çıkarabiliriz; bir duygu her zaman bir davranış eğilimi taşımaktadır (Konrad ve Hendl, 2003: s.17).

Psikolojik temelde incelendiğinde duygu; ‘‘ insanın iç ve dış çevresinden gelen uyarıcıların, insanda üzüntü veya haz türünden izlenimler yaratmasıdır’’. Bu tanıma göre, duyguların, insanı davranışa yönelten bir güdüken aynı zamanda davranışın yapılmasıyla elde edilen sonuç olduğu belirtilmektedir (Başaran, 2008: s.149). Oxford İngilizce sözlüğün tanımına göre duygu : ‘‘Herhangi bir zihin, his, tutku çalkantısı ya da devinimi, herhangi bir şiddetli ya da uyarılmış zihinsel bir durumdur’’ (Yaylacı, 2006: s.39). Psikolojik temelde yapılan tanımlara göre; duygunun kişinin maruz kaldığı dış uyaranları iç dünyasında anlamlandırmasını ve bu uyaranlara karşı verdiği tepkiyi etkilediği görülmektedir (Akbiyık, 2013: s.5).

Emek kavramı ise kısaca ‘‘Bir işin yapılması için harcanan beden ve kafa gücü, zahmet’’ olarak dilimize yerleşmiş olup ‘‘insanın bilinçli olarak belli bir amaca ulaşmak için giriştiği hem doğal ve toplumsal çerçevesini, hem de kendisini değiştiren çalışma süreci’’ olarak tanımlanmıştır. (TDK)

Günümüzde iş yaşamında duyguları inceleyen araştırmaların kapsamı genişlemiştir. Son dönemlerde müşteriye ya da işin muhatabına karşı sergilenen tutumların altında yatan duygusal etki, bu tutumun duygusal karakteri gibi bileşenler önem kazanmış ve araştırmaların konusu olmuştur (Seçer, 2005: s.814). Yapılan bu çalışmaların ortaya attığı olgulardan bir tanesi de ‘‘Duygusal Emek’’ kavramıdır.

Hizmet sektörünün gelişmesiyle beraber çalışanların müşterilerle daha fazla iletişim içerisine girmesi çalışanların verdikleri hizmetten farklı olarak başka nitelikleri de ön plana çıkarmıştır. Tarım ve sanayi dallarında sadece işin yapılması yeterliyken, hizmet sektöründe müşteri memnuniyeti için çalışanların işlerini duygularla yapmaları zorunlu hale gelmiştir. Çalışanın göstermesi gereken duygular yaptıkları işe göre değişebilmektedir. Örneğin eğlence sektöründe çalışan bir kişinin neşeli, nazik sıcak davranışlar sergilemesi beklenirken, insanların üzgün olarak hizmet aldıkları cenaze levazımatçısı vb gibi işlerde üzgün, şefkatli, nazik davranmaları gerekir. Çalışanlar tarafından sergilenen ve müşteriler tarafından da talep edilen aynı zaman da işin de bir parçası olan bu davranışlar bir emek olarak ele alınarak duygusal emek olarak tanımlanmıştır (Çelik ve Turunç, 2011: s.228). Duygusal emek kavramı olarak ilk defa Arlie Russel Hochschild’in ; ‘‘ The Managed Heart: Commercialization Of Human Feeling’’ adlı kitabında yer almıştır. Hochschild kitabında duygusal emeği ‘‘ gözlemlenebilir jest ve mimikler sergilemek üzere duyguların yönetilmesi; ücretle satılan bu nedenle de değiştirilebilen bir değer’’ olarak tanımlamıştır (Hochschild, 1983: s.7). Hochschild’e (1983) göre, hizmet sektörü çalışanları verdikleri hizmet karşılığında maaş alırken, müşterilere karşı uygun davranışları gösterip, uygun olmayanları gizlemekte ve işlerinin gerektirdiği şekilde davranırken aslında rol yapmaktadırlar. Uygun ve uygun olmayan olarak nitelenen davranışlar, örgüt tarafından ‘‘Duygusal Davranış Kuralları’’ ile belirlenir. Çalışanların bu duygusal davranış kurallarını gerçekleştirme esnasında duyguları üzerindeki kontrolleri beklenir (Smith ve Gray, 2001: s.231-232).

Duygusal Emek Boyutları

Duygusal emekle ilgili araştırmaların odak noktasını, bireylerin kendilerinden beklenen davranışı nasıl gösterdikleri, diğer bir ifadeyle davranış kurallarına nasıl uydukları oluşturmaktadır (Yürür, Gümüş ve Hamarat, 2011: s.3827). Buna göre çalışanlar yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış olarak üç yol izlemektedirler (Ashforth ve Humphrey, 1993: s.94; Diefendorff, Croyle ve Gosserand 2005: s.339).

Yüzeysel Davranış: Chu ve Murrmann yüzeysel davranışı ‘‘çalışanın, o an hissetmese dahi kendisinden beklenen duyguları yüz ifadesi, jestleri ya da ses tonu gibi dış görünüşünde bazı değişiklikler yaparak hissediyormuş gibi yapması’’ olarak ifade etmektedirler (Chu ve Murrmann, 2006: s.1182).

Derin Davranış: Derinlemesine davranışta kişi gerçek hislerini kendisinden beklenen

davranışlarla uyumlu hale getirmeye çalışır. Başka bir ifadeyle bu davranış türünde birey, göstermek durumunda olduğu duyguyu bizzat hissetmeye çalışmaktadır (Ashforth ve Humphrey, 1993: s.93). Personelin sadece fiziksel ifadeleri değil, olumlu uygun duygular oluşturmak için geçmişteki neşeli ve iyi deneyimlerini de zihninde canlandırarak veya hatırlayarak hissettiklerini sergiledikleri davranışlar da bu kapsamda ele alınır (Chu, 2002: s.20).

Samimi Davranış: Ashforth ve Humphrey (1993), çalışanların müşteri memnuniyeti sağlamak için her zaman rol yapmaları gerektiğini bazen hissettikleri duygular ile yansıtılmaları gereken duyguların aynı olabileceğini belirtmişlerdir. Yazarlara göre müşterilere iletilmesi beklenen bazı duygular herhangi bir zorlamaya gerek kalmadan doğal ve içten olarak çalışan tarafından hissedilebilir (Ashforth ve Humphrey 1993: s.94). Bir başka ifadeyle samimi davranış, çalışanların müşterileri etkileşimi sırasında sergilemiş olduğu duygularla hissettiği duyguların uyum içinde olmasıdır (Akoğlan, Kozak ve Güçlü 2008: s.42). Samimi davranış sergileyen çalışan, müşteriye karşı rol yapma gereği duymamakta, gerçekten kendisini yardıma hazır ve olumlu duygular içinde olduğu için hissettiği şekilde olumlu davranmaktadır (Diefendorff vd. 2005: s.352).

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Günümüz organizasyonlarında, çalışanlardan hizmet verdikleri süre içinde mesleki yeterlilikler yanında işin gereği olan duyguları sergilemeleri de beklenir. Beklenen duyguları sergilemenin ve duygu kontrolünün, çalışanın ve içinde bulunduğu takımın performansını etkisi önem arz etmektedir. Bu düşünce çerçevesi içinde yapılan araştırmanın temel konusu, bilişim sektöründe çalışan kişi ve takımların duygusal emek boyutlarını tespit ederek, kişinin ve içinde bulunduğu takımın göstermiş olduğu performans kalitesinin ne derece etkilendiğini tespit etmektir.

Bu amaca ulaşmak için, Finansbank iştiraki olan IBTECH Uluslararası Bilişim ve İletişim Teknolojileri AR-GE Danışmanlık, Destek San. ve Tic. A.Ş. bünyesinde farklı pozisyonlarda ki 16 çalışan ile yarı yapılandırılmış mülakat çalışması yapılmıştır.

Araştırmanın Problemi

Araştırmanın belirtilen amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- Bilişim sektöründe faaliyet gösteren organizasyonlarda, duygusal emeğin bireysel ya da takım olarak performans üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri nelerdir?

Araştırmanın Önemi

Araştırma, rekabetin son derece yoğun olarak yaşandığı ve işletmelerin ayakta kalabilmesi için rekabet avantajını kaybetmemesi gereken günümüzde, çalışanların performanslarının ölçülmesi ve performans etki eden unsurların tespiti önem taşımaktadır. Bu çalışmada da çalışanların duygusal emek boyutlarının iş yaşamında ki performansları üzerine etkilerine dair yön gösterici sonuçlar ortaya koymayı hedeflenmektedir. Bu etkiler ele alınarak konu ile ilgili çalışmalara katkı sağlamayı ve uygulayıcıların beklentilerine karşılık vermeyi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırma TÜBİTAK MAM Teknoloji Serbest Bölgesi içinde faaliyet gösteren ve Finansbank iştiraki olan IBTECH Uluslararası Bilişim ve İletişim Teknolojileri AR-GE Danışmanlık, Destek San. Ve Tic. A.Ş. çalışanlarının duygusal emek boyutlarının, takım çalışması kapsamında yer alan bireyler ve takım üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma evreninde yer alan kurum, bankacılık ve finans sektöründe yazılım alanında faaliyet göstermektedir. Araştırma kapsamında yer alan kurumda farklı pozisyonlarda olan ve proje takımlarında görev yapan toplam 16 kişi üzerinde yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmaktadır.

Araştırmanın Sınırları

Araştırma Kocaeli'nde faaliyet gösteren bir işletmede çalışan her kademedeki çalışan üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın sadece tek bir örgütte yapılması genellenebilirliğini engellemekte olan bir sınırlamadır. Bunun yanı sıra farklı işletmelerde duygusal emeğin çalışan/takım performansına etkisi

ile ilgili ortaya farklı sonuçlar da çıkabilir. Araştırma yöntemi olarak seçilen nitel araştırmada çalışma grubu söz konusu olduğu için yani evreni temsil edebilecek sayıda ve düzeyde kişiyi örnekleme dâhil etmek çoğu zaman mümkün olmadığı için, bu araştırmada elde edilen bulguların genellenebilmesi güçtür. Bu nedenle nitel araştırmalarda ancak sınırlı genellemeler yapılabilmektedir. Ayrıca bankacılık sektörünü destekleyen, bilişim sektöründe faaliyet gösteren örgütte ki çalışanlara yöneltilen soruların doğru anlaşıldığı ve araştırmaya katılanların cevaplarını, gerçeğe uygun verdikleri varsayılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilim alanları tarafından incelenen insan ve toplum davranışlarını sayılarla açıklamak zordur. Kaç kişinin nasıl davrandığını elde edebiliriz ama bu veriler ile “niçin?” sorusuna cevap bulamayız. İnsan ve grup davranışlarının “niçin”ini anlamaya yönelik araştırmalara niteliksel araştırma denir (Ergün, 2005). Nitel araştırma “niçin, nasıl, ne şekilde” sorularına yanıt arayan tümevarımcı bir analizdir. Nitel araştırma, kuram oluşturmayı temel alan, sosyal olguları bağlı buldukları çevre içerisinde araştıran ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır. (Yıldırım ve Şimşek, 2005: s.19).

Nitel araştırmalarda yaygın kullanıma sahip teknikler, katılımlı gözlem ve görüşmedir. (Kuş, 2003: s.77) Nitel araştırma yönteminin bazı temel özellikleri bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: s. 21-27) Bunlar:

Doğal Ortama Duyarlılık: Nitel araştırmalarda sosyal olgu ya da olay, içinde bulunduğu doğal ortamında incelenmeli, bu olgu ya da olayın hangi koşullarda, neden ve nasıl gerçekleştiği anlaşılmalı ve tanımlanmaya çalışılmalıdır. Nitel araştırma doğal koşulları bilgi kaynağı olarak kullanılmaktadır.

Araştırmacının Katılımcı Rolü: Nitel araştırmalarda araştırmacı, araştırma sürecinde sahada, araştırmaya katılan kişilerle doğrudan birebir görüşüp gerektiğinde katılımcılarla benzer tecrübeler yaşayan, bu tecrübeleri ve onlar sayesinde kazandığı bakış açısını verilerin çözümlenmesinde kullanan kişi konumundadır.

Bütüncül Yaklaşım: Nitel araştırmalarda bütün, parçalardan daha fazla anlam ifade ettiği varsayılmaktadır. Bireyin davranışlarını gerçekleştirdiği çevrenin özellikleri ile bu özelliklerin bireyin davranışını nasıl etkilediği bütüncül olarak ele alınıp incelenir ve araştırma sonuçları da bu doğrultuda yorumlanır.

Algıların Ortaya Konması: Nitel araştırmanın en önemli özelliklerinden biri de, araştırmaya katılan bireylerin ilgilenilen olgu ya da olayla ilgili algılarının ve deneyimlerinin ortaya konmasıdır.

Araştırma Deseninde Esneklik: Nitel araştırmada mümkün olması durumunda birden fazla veri toplama tekniği beraber kullanılarak elde edilen veriler birbirleriyle karşılaştırılır.

Tümevarımcı Analiz: Nitel araştırmada araştırmacı topladığı verilerden yola çıkarak bir kuram oluşturma çabası vardır. Yani tümevarımsal bir yaklaşımdır.

Nitel Veri: Nitel ve nicel araştırma sınıflandırması, araştırmada toplanan bilginin nitel ya da nicel oluşu ve bilginin toplanması ve toplanan bilginin veriye dönüşmesinden sonra kullanılan analiz yöntemleri ile ilgilidir.

Bu araştırmada nitel araştırma yönteminin tercih edilmesinin nedeni, nicel araştırma yöntemleriyle alınan verilerin sağlıklı olmayacağı ve söz konusu durumun derinlemesine araştırılmak istenmesi düşüncesindedir. Nitel araştırmalar için veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme formu eşliğinde yüz yüze görüşmeler yapılmış ve katılımcıların bakış açıları, fikirleri ve deneyimlerine dair derinlemesine ve çok boyutlu nitel bilgi elde edilmek istenmiştir.

Bu amaç doğrultusunda veri toplamak üzere yarı yapılandırılmış mülakatlardan faydalanılmıştır. Mülakatlar yoluyla deneyimler, düşünceler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkilerin belirlenebileceği düşünülmüştür. Nitel araştırmaların doğası gereği, araştırmada elde edilen verilerin genellenmesi amaçlanmamıştır. Duygusal emeğin bilişim sektöründe çalışan takımlar ve bireyler üzerindeki etkisi ve rolü; doğal ortamında, tümevarımcı yaklaşımla ve araştırmacının hazırladığı görüşme formu eşliğinde işletmenin çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yoluyla cevapları alınarak derinlemesine ve çok boyutlu nitel bilgi elde edilmiştir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırma evrenini Türkiye`de bilişim sektöründe faaliyet gösteren proje takım üyeleri oluşturmakta olup; bu evreni oluşturan bireylerin hepsine ulaşmanın araştırma kapsamında mümkün olamaması, örneklem üzerinde çalışmayı zorunlu hale getirmiştir. Örnekleme işlemi bir ana kütle temsil eden örnekten o ana kütle hakkında bilgi edinmek, ana kütle özelliklerini öğrenme işlemidir. Amacı ana kütle hakkında sonuçlara ulaşmaktır. Maliyet, zaman gibi bir takım faktörler örnekleme başvurmanın nedenini oluşturmaktadır. Bu amaçla çalışmanın verileri, kolayda örnekleme esasıyla Finansbank iştiraki bir bilişim firması olarak faaliyet gösteren IBTECH çalışanlarından elde edilmektedir. Araştırmanın içeriği ve amacı açıklandığında araştırmaya katılmayı kabul eden 16 adet çalışan ile bizzat araştırmacı tarafından görüşme formu yüz yüze görüşülerek uygulanmaktadır. Katılımcılar; analistler, proje yöneticileri, yazılımcılar ve takım liderlerinden oluşmakta olup; sekizi 21-30 yaş aralığında, yedisi 31-40 yaş aralığında, bir kişi de 41-50 yaş aralığındadır. Katılımcılara dair demografik veriler aşağıdaki tablo.1`de özetlenmektedir.

Tablo 1: Katılımcılara Dair Demografik Veriler

Yaş	Sıklık	%
21-30 Yaş	8	50
31-40 Yaş	7	43.75
41-50 Yaş	1	6.25
Toplam	16	100
Cinsiyet	Sıklık	%
Erkek	13	81.25
Kadın	3	18.75
Toplam	16	100
Mevcut İş Yerindeki Deneyimi	Sıklık	%
1-4 Yıl	8	50
5-9 Yıl	6	37.5
10 Yıl ve Üzeri	2	12.5
Toplam	16	100
Pozisyon	Sıklık	%
Proje Yöneticisi	1	6.25
Takım Lideri	2	12.5
Mühendis	3	18.75
Uzman Mühendis	7	43.75
Kıdemli Uzman Mühendis	1	6.25
Analist	2	12.5
Toplam	16	100
Eğitim durumu	Sıklık	%
Lisans	11	68.75
Y.Lisans	5	31.25
Toplam	16	100
Toplam İş Hayatındaki Deneyimi	Sıklık	%
0-5 Yıl	4	25
6-8 Yıl	4	25
9-15 Yıl	5	31.25
16 Yıl Üzeri	3	18.75
Toplam	16	100

Veri Toplama Süreci

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat ile nitel analiz yöntemi kullanılmıştır. Stewart ve Cash (1985) görüşmeyi (mülakat), “önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci” olarak tanımlamıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Görüşme, nitel araştırmada temel veri toplama araçlarındandır. Aynı zamanda başkalarını anlamak için kullanılan en güçlü yöntemlerdendir (Punch, 2005). Görüşme, sosyal bilimlerde ve özellikle sosyolojide en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Görüşmenin en çok bilinen türü bireysel, yüz yüze, söz alışverişidir. Fakat yüz yüze grup görüşme imkânı yoksa posta yoluyla, kendi başına yanıtlanan soru formu veya telefon görüşmesi şeklinde de olabilir (Punch, 2005).

Görüşme, yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ya da yapılandırılmamış olacak şekilde 3 gruba ayrılabilir.

Yapılandırılmış Mülakatlar: Bu mülakat ne tür soruların, ne şekilde sorulacağı, hangi verilen toplanacağını en ayrıntılı şekilde görüşmeden önce saptandığı, görüşme planının değiştirilmeden aynen uygulandığı bir mülakat çeşididir. Bu mülakat türünde amaç mülakata katılan kişilerin verdikleri bilgiler arasındaki benzerlik, farklılıkları tespit etmek olduğu için cevapların sayısallaştırılması kolaydır. Ancak mülakat tekniğinden beklenen anlam çıkarma, derinlemesine inceleme ve içtenliği sağlama gibi amaçları gerçekleştirme olanağı yoktur.

Yapılandırılmamış Mülakatlar: Bu mülakat türünde sorulacak sorular önceden hazırlanmamıştır. Araştırmacının genel bir hedefi ve konusu vardır ve bu konu hakkında açık uçlu sorular sorar. Mülakata katılan kişinin aktif, serbest olduğu; kişisel görüş ve yargılarının kökenlerine inmeyi sağlayan bir tekniktir. Ancak verilerin analizi kısmı zordur. Sadece araştırmanın başında, araştırmacının soruna ilişkin değişkenlerini belirlemede faydalı olur.

Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar: Yarı yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmış görüşmeden biraz daha esnekler. Bu teknikte de, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları hazırlar. Soruların çoğunluğu mülakat sırasında ortaya atılır. Görüşmenin sırasında akışa bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntılandırmasını sağlayabilir. Bu sayede araştırmacıya ve mülakata katılan kişiye konuyu derinlemesine tartışma rahatlığını verilmiş olur. Yarı yapılandırılmış mülakatlarla birlikte sadece cevap değil aynı zamanda cevapların nedenlerinin de öğrenilmesine imkân verilmiş olur.

Yarı yapılandırılmış görüşme, hem sahip olduğu belirli düzeyde ki standartlık hem de esneklik sayesinde eğitim bilim araştırmalarında daha çok tercih edilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi nedeni ile daha sistematik ve karşılaşılabılır bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu haliyle eğitim bilim çalışmalarına daha uygun bir araştırma biçimidir.

Bu bağlamda yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin gereği olarak duygusal emeğin bilişim sektörü çalışanlarının performansları üzerindeki etkisi ile ilgili yürütülen kapsamlı literatür çalışması sonrasında mülakat soruları belirlenmiştir ve bir görüşme protokolü oluşturulmuştur. Katılımcılara bu görüşme protokolünde ki sorular yöneltilmeden önce araştırmanın amacı ile ilgili bilgi verilmiştir. Daha sonra kurumdaki katılımcılarla yüz yüze ve birebir görüşmelere yapılarak belirlenmiş 6 açık uçlu soru katılımcılara yöneltilmiştir. Görüşmenin akışına göre katılımcılara ek sorular da yöneltilerek hem kendilerini daha iyi ifade etmeleri sağlanmış hem de daha etkili cevaplar alınmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiş düzenli veriler haline getirilmiştir. Mülakat kapsamında adaylara yöneltilen sorular aşağıdaki şekildedir:

Soru-1: Takım/Proje arkadaşlarımızla proje çalışması kapsamında ne sıklıkla iletişime geçersiniz? Bu etkileşim sıklığının proje başarısı (ürün pazar başarısı ve ürün geliştirme hızı) üzerine nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

Soru-2: Takım/Proje arkadaşlarımızla olan etkileşimlerinizde karşılıklı ilgi ve özen mevcut mu? Karşılıklı böylesi ilgi ve özen takım başarısı üzerinde sizce nasıl bir etkiye sahip?

Soru-3: Takım/Proje çalışması kapsamında duygu paylaşımı (mutlu bir olayı birlikte kutlamak,

hüzün ya da sıkıntıları paylaşmak, heyecan duymak ve bu heyecanı ortaya koymak gibi duygu zenginliği ne kadar yoğun yaşamaktasınız? Bu duygu yoğunluğu ya da zenginliği proje başarısı üstünde nasıl bir etkiye sahip?

Soru-4: Takım/Proje çalışması kapsamında kendi hissettiğiniz duygular ile göstermeniz/sergilemeniz gerekenler arasında ciddi bir farklılık mevcut mu? Kendinizi istemeden rol yapıyor gibi hissediyor musunuz? Bu sizin bireysel durumunuzu nasıl etkiliyor? Takım başarısına nasıl yansıyor?

Soru-5: Yönetim; etkileşim sıklığı, karşılıklı ilgi ve özeni, yoğun duygu paylaşımı yani duygu zenginliğini arttırmak için neler yapıyor? Sizce neler yapmalı?

Soru-6: Yönetim, takım duygusal anlamda bir uyumsuzluk hissetmesini engellemek ya da en azından minimuma indirmek için neler yapıyor? Sizce neler yapmalı?

Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin analizinde nitel analiz tekniklerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi her türlü sözel ve yazılı verinin araştırma problemini aydınlatacak şekilde sınıflandırılması, özetlenmesi, veriler içerisindeki belirli değişkenlerin veya kavramlarının ölçülerek kategorilere ayrılması olarak tanımlandığı görülmektedir. İçerik analizinde görüşme, gözlem veya dokümanlar yoluyla elde edilen nitel araştırma verileri dört aşamada analiz edilir:

- Verilerin kodlanması,
- Temaların bulunması,
- Kodların ve temaların düzenlenmesi,
- Bulguların tanımlanması ve yorumlanması

Verilerin Kodlanması: Bu aşamada araştırmacı, elde ettiği bilgileri inceleyerek, anlamlı bölümlere ayırmaya ve her bölümün kavramsal olarak ne anlam ifade ettiğini bulmaya çalışır. Kendi içinde anlamlı bir bölüm oluşturan bu bölümler, araştırmacı tarafından isimlendirilir.

Temaların Bulunması: İlk aşamada ortaya çıkan kodlardan yola çıkarak verileri, genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplayabilen temaların bulunması gerekmektedir. Bunun için önce kodlar bir araya getirilir ve incelenip ortak yönler bulunmaya çalışılır. Yani tematik kodlama işlemidir.

Verilerin Kodlara ve Temalara göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması: İlk aşamadaki ayrıntılı kodlama ve ikinci aşamadaki tematik kodlama sonucunda, araştırmacı topladığı verileri düzenleyebileceği bir sistem oluşturur ve düzenleme yapar.

Bulguların Yorumlanması: Toplanan verilere anlam kazandırarak bulgular arasında ki ilişkiler açıklanır. Neden-sonuç ilişkisi kurularak bulgulardan birtakım sonuçlar çıkarılır ve elde edilen sonuçların önemine ilişkin açıklamalarda bulunulur.

Araştırmada elde edilen verilerin kodlanması sürecinde veri setini okunarak kodlar ortaya çıkarılmıştır. Burada veriler içerisindeki kavramları anlamlandırmak amacıyla kodlama yapılmıştır. Tematik kodlama yapmak için de ortaya çıkan kodların benzerlik ve farklılıkları saptanarak ve buna göre birbiriyle ilişkili olan kodlar bir araya getirilerek temaların altında yer alan veriler anlamlı bir bütün haline getirilmiştir. Çok sayıda verinin ortak yönü ortaya konularak ne sıklıkta oldukları belirlenmiştir. Veriler kodlara ve temalara göre düzenleme yapılarak doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen veriler açıklanarak yorumlanmıştır ve sonuçlar ortaya konulmuştur.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Çalışma hayatında duygusal emek; çalışanların hizmet verdikleri süre içerisinde, kendilerinden beklenen duyguları sergilemeleridir. Çalışanların bu şekilde duygularını kontrol etmeleri, onların bireysel performanslarını da etkilemektedir. Bu düşünce ile yapılan araştırmanın temel konusu; duygusal emeğin bilişim sektöründe yürütülen projeleri gerçekleştiren proje takımları üzerinde ki olumlu/olumsuz ve bu etkilerini boyutunu irdelemektir.

Kurumlar, amaçları ve hedefleri doğrultusunda çalışanlarından yazılı olmayan ancak kurum

kültürü içerisinde süregelen kalıplaşmış bazı duyguları sergilemelerini istemektedirler. Bunun sebebi kurumun mevcut sosyal düzeni ve ilişkileri bir şekilde bu yöntem ile ayakta tutup, olası çatışmaların önüne geçmektir. Bu nedenle de kurumlar, çalışanların duygularını kontrol edip istedikleri doğrultuda yönlendirmeyi amaçlamakta ve bunu içinde çeşitli yöntemler denemektedirler. Çalışanların sergilemek durumunda bazen zorunda oldukları bu duyguların, kurum içi performans üzerinde olumlu sonuçları olduğu gibi kurum ortamına olumsuz etkileri de olabilmektedir.

Hizmet sektöründe, çalışan ile müşteri ilişkisi genellikle yüz yüzedir. Çalışanın sergilemiş olduğu duyguları müşteri samimi bulur ise bu müşteri üzerinde olumlu sonuçlar doğuracaktır. Aksi durumda olumsuz bir etki söz konusu olacaktır. Bilişim sektöründe ise yaklaşım biraz farklıdır. Bilişim sektöründe çalışanların, hizmet sektöründe olduğu gibi müşteri ile sürekli yüz yüze iletişimi daha az olduğundan ve bedensel emeklerden daha çok zihinsel emek sarf edildiğinden duygusal emek beklentisi ve doğal olarak da etkisi daha düşük seviyededir. Burada, sunulan ürünün ya da hizmetin kalitesi ve sunum hızı daha önemli ve ön plandadır. Bu nokta da ürünü geliştiren takım ve bireylerin birbirleriyle olan iletişimleri dolayısı ile takım çalışması önem kazanmaktadır.

Önceki bölümlerde belirttiğimiz gibi bir takım, en az iki kişiden oluşup, belirli amaçlara yönelik birbirlerine bağlı olarak çalışarak ortaya çıkan bir topluluktur. Verimli ve yüksek performanslı bir takım çalışması yapabilmek noktasında, takımı oluşturan bireylerin performansları önemlidir. Takımın performans hedeflerine ulaşabilmesi için teknik yeterliliklerine ek olarak takım sinerjisinin de sağlanması gerekir. Çalışanın moral ve motivasyonu, işini sahiplenmesi ve takım içi uyumun sağlanması son derece önemlidir. Çünkü iş bilirlilik yanında performans etkileyen bir başka olgu da çalışanın duygularıdır.

Çalışanların hissettikleri duygular ile sergiledikleri duygular arasındaki farklar duruma göre olumlu ya da olumsuz etki gösterebilmektedir. Kişinin rol yapıyor hissine kapılmaması önemlidir. Ayrıca takım üyesi bir kimse etki altında olmadan samimi, içten duygu ve hislerini takım üyesi diğer ekip üyelerine de yansıtması, takımın moral ve motivasyonun artmasını sağlayabilecektir. Motivasyonu yüksek ekip üyelerinin dolayısı ile ekibin daha başarılı olacağını söylemek yanlış olmaz. Başarılı işler yapıp bunun pozitif sonuçları ekip içerisinde paylaşılması daha sonra yapılacak işlerin de başarılı olmasında önemli bir nedendir. Bu nedenle kurumlar projenin başarısına olumlu katkı sağlayabilecek duygu zenginliklerini ve paylaşımları sergilemeyi tercih etmektedirler. Bu noktada kurumların çalışanlardan beklediği duygu ve davranışlar ile çalışanların duyguları ne kadar ortak olursa, ortaya çıkan verimlilik o kadar fazla olacaktır. Ayrıca bu durumun net olarak ortaya konması da farklılıkların göz önüne serilmesi ve eksikliklerin giderilmesi açısından faydalı olacaktır.

Bilişim sektörün de, çalışılan kuruma, yapılan işin yani projenin içeriğine ve değişen şartlara göre takım yapısı ve takımı oluşturan kişiler değişiklik göstermektedir. Bu durumda da duygusal emek boyutu da takımdan takıma farklılık göstermektedir. Morris ve Feldman'ın duygusal emek boyutu anlayışına paralel olarak da, duygular o andaki şartlara göre değişebileceğinden duygusal emek düzeyi de değişmektedir. Bu bilişim sektörü içinde geçerlidir. Mülakat katılımcılar tarafından da bu belirtilmiş olup, takımlar içinde duygusal zenginliğin olduğu dile getirilmiştir.

Duygusal emeğin diğer boyutları da; gösterilmesi istenen duygusal emek gösteriminin sıklığı, süresi, yoğunluğu ve bunun denetlenme derecesidir. Bilişim sektöründe müşteri kavramı, hizmet sektörüne göre biraz farklıdır. Duygusal emek gösterimi daha çok takım içinde olduğunu mülakat sorularına verilen cevaplardan da görebilirsiniz. Bu da yönetim ofisinin ve insan kaynakları biriminin istemesinden daha çok, şartların ve takımın iç ahengini bozmamak adına kişinin kendi isteği ile yapılan bir davranıştır. Bu hissedilen ile gösterilen duygu farklılığına beraber çalışıldığı sürece karşılaşmak mümkün olacaktır. Bu süre uzadıkça kişi daha çok emek sarf etmek durumunda kalacak, bu da performansını olumsuz etkileyecektir. Ayrıca kişinin göstermek zorunda kaldığı duyguların çeşitliliği arttıkça benzer etkiyi yapacaktır. Birlikte çalışan bireylerin, birbirlerine yaptıkları pozitif yöndeki davranış farklılığı motivasyon ve sinerji açısından takım başarısı için oldukça önemlidir. Kişi bir yandan işi ile uğraşırken, bir yandan da arkadaşı ile de çatışma yaşarsa bu ekstra baskıya sebep olacaktır. Burada başarıdan bahsetmek mümkün olmayacaktır. Yapılan araştırmaya katılımcıların çoğunluğu bu düşünce olmasına karşın, bir kısmı da hissedildiği gibi davranılması gerektiğini savunmaktadır.

Araştırma da elde edilen bulgulardan belki de en dikkat çeken ve bir diğer duygusal emek

boyutu da duygusal uyumsuzluktur. Çalışan ile müşterinin yüz yüze iletişim kurmak zorunda kaldıkları çalışma sahalarında düşündükleri ile sergilemesi zorunda oldukları duygular arası mesafe, yani duygusal uyumsuzluk ne kadar çok ise kişi o derece rol yaptığı hissine kapılacak ve bu da kişiyi olumsuz etkileyecektir. Bilişim sektöründe duygusal emek boyutu diğer sektörlerle oranla düşük olsa da duygusal uyumsuzluk diğer duygusal emek boyutlarının çıktılarının tersine, etkisi negatif yönde bir unsurdur.

Yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi ile yapılan araştırmanın bulgularının ortaya koyduğu üzere takımlar, farklı kimliklerle bir bütünü oluşturmaktadır. Bu takımı sadece iş olarak değil, aynı zamanda birbirini tamamlayıcı özellikte olması da önemlidir. Çalışanlar arası sürekli ve düzenli iletişimin mevcudiyeti; bireylerin birbirini tanımasını, işin takibini ve bunun etkisiyle de daha hızlı ve kaliteli ürün geliştirmeyi sağlayacaktır. Çalışanların birbirilerine olan ilgi ve özeni de karşılıklı dayanışma ve yardımlaşmayı arttırmaktadır. Yani takım çalışması için gerekli şartların sağlanması önemlidir. Bu şartların sağlanması, takım üyelerini birbirine bağlayan bir zammisali, duygular ve duygusal emek davranışı açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçları ifade edersek;

Projelerin gerektirdiği sıklıkta, ne takım içi iletişimi koparmadan ne de gereksiz vakit kaybına sebebiyet vermeden, proje takımı ile yüzyüze toplanılarak hem işleyişin takip edilmesi hem de kuvvetli bir iletişimin kurularak moral, motivasyon ve verim konusunda negatif bir durum ile karşılaşılmasının önüne geçilmesi gerekir.

Bilişim sektöründe ki proje takımları içerisinde, hem yönetim tarafından hem de takım için karşılıklı olması gereken ilgi ve özenin olabildiğince üst seviye tutulması sağlanmalıdır. Birey güvenli ve kuvvetli bir iletişim ve çalışma ortamında, kendini daha rahat hissedecektir. Bu da işini sahiplenmesine ve dolayısıyla da performansına olumlu etki edecektir. Böylece hem takımın hem de projenin yönetilmesi daha kolay, elde edilmesi istenen ürünün kalitesi (pazar başarısı) ve geliştirme hızı da olumlu yönde etkilenecektir.

Takım içi duygu paylaşımı ve yaşanan duygu zenginliğini arttırmak, projenin başarılı olması açısından bir hedef olmalıdır. Sorunların, sıkıntılı ve yaşanan üzüntülerin paylaşımı kişinin kendini yalnız hissetmesinin önüne geçecektir. Mutlu bir olayı paylaşmak ve meydana gelen heyecanın beraberce yaşanması ekip sinerjisini arttıracak. Tüm bu duygu zenginliğinin takım olarak paylaşılması da takım ve proje performansına olumlu olarak yansıtacaktır.

Takımdaki bireylerden beklenen duygusal emek boyutlarının, bireyin duygusal olarak uyumsuzluk yaşayıp bireysel performansına negatif etki yapmasının önüne geçilmesi önemlidir. Hissedilen ile beklenen duygular arası mesafelerin net ve iyi belirlenmesi gerekir.

Üst yönetimin de takımın bir bireyymiş hissini vermesi, liderlik vasıflarının yanında beklenen duygusal emek davranışlarının uygulanmasında bir rol model olması gerekmektedir. Yönetimin, takımı oluşturan bireylerin, yaşamlarına ve yoğun duygusal paylaşımlarına daha çok vakit ayırarak özen göstermeleri ve takım içi uyumun üst düzeyde olması için iş dışı organizasyonlar ile desteklemeleri gerekmektedir.

Duygusal uyumsuzluğun önüne geçilmesi adına, takım yönetiminde her şey şeffaf ve net olmalıdır. Bireyin ne yapması gerektiğini net bir şekilde ortaya konulmalı. Duygusal uyumsuzluk gibi bir sorun olması durumunda, bu sorunun bireysel değil takımın bir sorunu olarak değerlendirilip sahiplenilmelidir. Bu şekilde birey, takımın güçlü bir parçası olduğunu hissedecek ve daha çok emek sarf edecektir. Bu da takım performansına olumlu yansıtacaktır.

KAYNAKÇA

Akbıyık, Melis (2013): Etkili Liderliğin Duygusal Emek Davranışları Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama, Ege Üniversitesi, İzmir.

Akoğlan Kozak, Meryem; Güçlü, Nergis (2008): Turizm İşletmelerinde Duygusal Çaba Faktörlerinin İşe Alma Sürecinde Kullanılması Üzerinde Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2), S.39-56.

Ashforth, B. E. Ve Humphrey, R. H. (1993): Emotional Labor In Service Roles: The Influence Of Identity. Academy Of Management Review, 18 (1), S.88-115.

- Ataman, Göksel (2002): Takım Çalışması: Mobil İletişim Sektöründe Bir Örnek Olay İncelemesi, Journal Of İstanbul Kültür University, 2, S.87-96.
- Aydın, İsmail (2012): Bilişim Sektörü Ve Türkiye' Nin Sektördeki Potansiyeli, International Journal Of New Trends In Arts, Sports & Science Education - 2012, Volume 1 Issue 1, S.180-200.
- Başaran, İbrahim E. (1992): Yönetimde İnsan İlişkileri: Yönetimsel Davranış, Birinci Basım, Gül Yayınevi, Ankara.
- Başaran, İbrahim Ethem (2008): **Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü**, Ekinoks Eğitim Ve Danışmanlık, Ankara.
- Bulut, Zeki Atıl (2004): Etkin Takım Oluşturma Ve Yönetme, Mevzuat Dergisi, Yıl(7), Sayı(77), Mayıs-2004.
- Chu, Kay Hei-Lin (2002): The Effects Of Emotional Labor On Employee Work Outcomes. Virginia Polytechnic Institute And State University, Virginia.
- Chu, Kei Hei-Lin; Murrmann, Suzanne K. (2006): Development And Validation Of The Hospitality Emotional Labor Scale, Tourism Management, Vol: 27, No: 6, S.1181-1191.
- Côté, S. Ve Morgan, L.M. (2002): A Longitudinal Analysis Of The Association Between Emotion Regulations, Job Satisfaction , And Intention To Quit. Journal Of Organizational Behavior, 23 , S.947-962.
- Çetin, Canan (2008): Yöneticilerin Liderlik Stilleri, Değişim Yönetimi Ve Ekip Çalışması Arasındaki İlişkilerin Çok Yönlü Olarak Değerlendirilmesi, İto Yayın Nu: 2008-15, İstanbul, S.74.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H. Ve Gosserand, R. H. (2005): The Dimensionality And Antecedents Of Emotional Labor Strategies. Journal Of Vocational Behavior, 66, S.339-357.
- Ergün, M. (2005): Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Nitel Araştırma, [Http://Www.Egitim.Aku.Edu.Tr/Nitelaraştırma.Ppt#256](http://www.egitim.aku.edu.tr/Nitelaraştırma.Ppt#256), S.1
- Erkan, Hüsnü (1997): Bilgi Toplumu Ve Ekonomik Gelişme, Türkiye İş Bankası Yayını, İstanbul, S. 216.
- Gosserand, Robin Hughes (2003): An Examination Of Individual And Organizational Factors Related To Emotional Labor, Louisiana State University, Louisiana.
- Hochschild, A. R. (1983): The Managed Heart: Commercialization Of Human Feeling, University Of California Press, Berkeley.
- İzğören, A.Şerif (2008): Yöneticiler Futboldan Ne Öğrenir, Elma Yay., S.44-47.
- İzğören, A.Şerif (2004): **İş Yaşamında 100 Kanguru**, Elma Yayınevi, S.185
- Jones, Louis N. Ve C. McBride Ronald (1990): An Introduction To Team-Approach Solving, Assoc Quality Pres, Milwaukee, S.22
- Konrad, Stefan Ve Hendl, Claudia (2003): Duygusal Zekâ Sayesinde Bir Hayat: Duygularla Güçlenmek (Çev. Meral Taştan), Hayat Yayıncılık, İstanbul.
- Kuş, E. (2003): Nicel- Nitel Araştırma Teknikleri. Ankara. Anı Yayıncılık.
- Ören, Tuncer (2006): Bilişimde Özenli Türkçenin Önemi, Türkiye Bilişim Ansiklopedisi, İstanbul, Papatya Yayıncılık, S.254-262.
- Özdemir, M. Çağlar (2009): **Türkiye De Bilişim Sektöründe İşgücü Piyasasının Hindistan Ve İrlanda İle Mukayeseli Analizi**, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Powell, T./Dent-Micallef, A. (1997): Information Technology As Competitive Advantage: The Role Of Human, Business And Technology Resources, Strategic Management Journal, 18/5, S.375-405.
- Punch, F.K (2005): Quantitative And Qualitative Approaches, London, Sage.
- Robbins, S.P. Ve Coulter, M., (2002): Management, U.S.A., Prentice Hall, S.410.
- Smith, Pam Ve Gray, Benjamin (2001): Reassessing The Concept Of Emotional Labour In Student Nurse Education: Role Of Link Lecturers And Mentors In A Time Of Change, *Nurse Education Today*, 21, 230-237.
- Taşkın, Gülsen Ve Üsküplü, Sevda, (2004): Bilişim'in Türkçesi, İtü Bilişim Enstitüsü, S.1-4.
- Yaylacı, Özdemir Gaye (2006): Kariyer Yaşamında Duygusal Zekâ Ve İletişim Yeteneği, Hayat Yayıncılık, İstanbul.
- Yıldırım, A. Ve Şimşek, H. (2005): Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 5.B, Ankara, Seçkin Yayınevi, S.106-107.
- Yürür, Şenay; Gümüş, Murat; Hamarat, Bahattin (2011): **Çalışan-Müşteri İlişkilerinde Algılanan Adalet/ Adaletsizliğin Duygusal Emek Davranışlarına Etkisi**, Journal Of Yasar University, 23 (6), S.3826-3839.



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 48-55, 2017, www.nobel.gen.tr

ABSORPTIVE CAPACITY: AN EMPIRICAL STUDY ON TURKEY'S HOTEL COMPANIES*

Emine KALE¹ Özlem BAŞAR² Ahmet AKNAR³

¹Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Tourism Faculty, Nevşehir, Turkey

²Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Urgup Sebhat ve Erol Toksoz Vocational School Tourism Vocational School Nevşehir, Turkey

³Hitit University, Social Sciences Vocational School, Çorum, TURKEY

*This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje)

*Corresponding author:
E-mail: ekale@nevsehir.edu.tr

Received: 01.11.2017
Accepted: 27.12.2017

Abstract

Absorptive capacity plays a key role in determining a firm's capability to access and make use of external knowledge. It also refers to the ability to locate new ideas and to incorporate them into an organization's processes, and this is widely seen as a major contributor to organizational performance. It includes organizational routines and strategic processes by which a firm acquires, assimilates, transforms, and exploits knowledge. In this study, absorptive capacity was examined in terms of hotel operations in Turkey. The study aimed at uncovering the effects of the dimensions of absorptive capacity (acquire, assimilate, transform, exploit) on firm performance and determining if there was a difference in the dimensions of absorptive capacity according to the hotel's star and hotel age. Data were collected using a questionnaire and 124 applicable questionnaires were gathered at the end of the study. According to results of regression analysis, it was found that the dimensions of acquire, assimilate and adoption of absorptive capacity had a significant effect on firm performance. In contrast to expectations, no significant effect of the transform dimension of absorptive on firm performance was determined. Anova analysis was used to determine whether if there was a difference in the dimensions of absorptive capacity according to the hotel's star and hotel age. According to the analysis results, no difference was detected.

Keywords: Absorptive Capacity, Hotel Companies, Firm Performance

Özet

Özümseme kapasitesi, bir işletmenin dış bilgiye erişme ve bunlardan yararlanma yeteneklerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda, yeni fikirleri bulma ve bunları bir organizasyonun süreçlerine dâhil etme kabiliyetine işaret etmekte ve örgütsel performansa büyük katkı sağlayıcı olarak görülmektedir. Bir firmanın dışsal bilgiyi edinmesi, benimsemesi, dönüştürmesi ve kullanması için örgütsel rutinleri ve stratejik süreçleri içermektedir. Bu çalışmada özümseme kapasitesi, Türkiye otel işletmeciliği açısından incelenmiştir. Çalışma, özümseme kapasitesinin boyutlarının (edinme, benimseme, dönüştürme ve kullanma) firma performansı üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılmasını ve otelin yıldızı ve yaşına göre özümseme kapasite boyutlarında bir farklılık olup olmadığını saptamayı amaçlamaktadır. Veriler, anket tekniği kullanılarak toplanmış ve çalışma sonunda 124 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Regresyon analizinin sonuçlarına göre, özümseme kapasitesinin edinme, benimseme ve kullanma boyutlarının, firma performansı üzerinde belirgin bir etkisi olduğu bulunmuştur. Beklentilerin aksine, özümseme kapasitesinin dönüşüm boyutunun firma performansı üzerinde önemli bir etkisi tespit edilememiştir. Otelin yıldız ve otel yaşına göre özümseme kapasitenin boyutlarında bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi için Anova analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, özümseme kapasitesi boyutlarında hiçbir fark tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Özümseme Kapasitesi, Otel İşletmeleri, Firma Performansı

INTRODUCTION

Today, businesses are facing the rapidly changing and increasingly complex external environment (O'Connor, 2008). For businesses to better respond to such dynamic complexities and maintain

their lives, external knowledge must be used for business benefit (Lane & Lubatkin, 1998). The absorptive capacity (Lane, Koka & Pathak, 2006), which allows companies to select, measure, analyze, understand and imagine external knowledge determinations, requires firms to carefully select customers, identify their needs, develop specific products according to their needs and communicate more with customers value contributes to the customer's commitment and satisfaction (Tzokas, Kim, Akbar, & Dajan, 2015).

Absorptive capacity relates to the ability of a firm to acquire external knowledge, adapt it, and achieve a commercial result (Cohen and Levinthal, 1990: p. 128). Zahra and George (2002) view absorptive capacity as a dynamic ability that influences the nature and sustainability of the firm's competitive advantage. It has been determined that assimilation capacity is a significant contribution to organizational performance (García-Morales, Ruiz-Moreno, & Llorens-Montes, 2007; Bolívar-Ramos, García-Morales, & Martín-Rojas, 2013, financial performance (Bergh & Lim, 2008; Lichtenthaler, 2016) and overall performance of the company (Flatten, Engelen, Zahra, & Brettel 2011; Tzokas, Kim, Akbar & Dajan, 2015) in the study of the topic.

When the literature is examined, it has been found that the absorptive capacity is not investigated much in terms of tourism sector. It is seen that tourism enterprises are dependent on external sources of information (Thomas and Wood, 2015), as the uncertainty in the tourism sector, the competition between businesses is intense, and customer demands change. Examination of the acquisition, adoption, transformation and exploitation of external information, ie, the absorptive capacity of businesses, will guide tourism operations seeking to gain competitive advantage. In this study, the effects of absorptive capacity and absorptive capacity on firm performance are examined in terms of hotel operations.

LITERATURE REVIEW

Cohen and Levinthal (1989: p. 569) claimed that R&D departments developed not only new information in companies but also the ability to acquisition, adoption and exploitation the information the company is translating into, which is also referred to as absorptive capacity. Kim (1998: p. 507) stated that absorptive capacity requires learning ability and improved problem solving skills. Zahra and George (2002: p. 186) defined the concept of absorptive capacity as "acquisitions, assimilation, transformation, and exploitation, organizational programs and processes" for firms to produce a dynamic organizational capability. They also added a fourth dimension to the three-dimensional absorptive capacity in previous studies (Cohen & Levinthal, 1989), indicating that these four abilities represent four dimensions of absorptive capacity. For them, the degree of external acquisition and adoption reflects the potential capacity of the firm. The extent of transformation, and exploitation is related to the realized absorptive capacity and reflects the ability of the firm to use the absorbed knowledge. Potential and realized absorptive capacities have different but complementary roles. Potential absorptive capacity alone does not affect performance enhancement. Realized absorptive capacity involves using the adopted knowledge in firm activities and thereby improving its performance (Zahra & George, 2002: p.191). The dimensions of absorptive capacity can be specified as follows.

Acquisition: Acquisition refers to the ability of a firm to identify and acquire external knowledge about itself from all the information surrounding it (Fosfuri & Tribo, 2006). There are three characteristics that can be influenced by the effort absorbed in the information acquisition process: density, speed and direction. The intensity and speed of a company's ability to identify and collect information can determine the quality of its acquisition capabilities (Zahra & George, 2002: p. 189).

Assimilation: Assimilation deals with processes and programs that analyze, process, interpret and understand the information obtained from external sources (Fosfuri & Tribo, 2006).

Transformation: Transformation refers to the ability to change, adapt and combine external information from external sources with existing and internally generated information (Fosfuri & Tribo, 2006). The transformation shows the ability of a firm to develop and refine routines that make it easier to combine existing information and transformed and assimilated newly acquired information (Zahra & George, 2002).

Exploitation: Exploitation refers to the daily work-based organizational skills that enable firms

to refine, expand and enhance their existing skills, or to create new knowledge and innovations and to use them in their activities (Zahra & George, 2002, Fosfuri & Tribo, 2006).

There are many studies in the literature that have shown a positive effect of absorptive capacity on firm and innovation performance. Stock, Greis, and Fischer, (2001) investigated the relationship between absorptive capacity and new product development performance in their work. According to their study, absorption capacity and new product development performance are positively related, but only to a certain level. Beyond this turning point, higher absorptive capacity is associated with lower levels of new product development performance. Similarly, Lichtenthaler (2016) found an inverse U-shaped relationship between absorption capacity and financial performance of the firm. That is, the absorption capacity increases the firm's financial performance to some extent and after a certain point it has a negative effect on the financial performance. Kotabe, Jiang, and Murray (2011) have reached the conclusion that the realized absorptive capacity interacts with information acquisition and increases the performance of the new product market. Yilmaz (2013) concluded that the absorptive capacity is influenced positively on all dimensions of business performance (operational performance, commercial performance, financial performance), but the greatest effect is on financial performance. Fosfuri and Tribó (2006) noted that potential absorptive capacity is a source of competitive advantage in innovation, particularly in the presence of an efficient internal information flow that helps to reduce the distance between potential and realized capacity. Harvey et al. (2010) developed a model in which internal and external conditions together influence the absorptive capacity, and consequently absorptive capacity increases the performance of the operator. It has also been found that the absorptive capacity increases firm performance in SMEs' studies (Flatten et al 2011; Tzokas et al., 2015)

The absorption capacity has been underestimated in the tourism sector. Valentina and Passiante (2009) investigate the impact of the ability of assimilation on value creation on 129 small and medium-sized tourism enterprises participating in tourism network systems. In their study, the authors described the three main components of absorptive capacity as gaining and releasing resources, communication culture and structure, and scanning the environment. The end result of the work is that the value creation of enterprises participating in networks is influenced by the operator's absorptive capacity and at the same time is a function of this capability. This study found that three components of absorptive capacity accounted for 81% of firms' change in value creation capacity. In their study of Thomas and Wood (2014) about the absorptive capacity in the hospitality industry, have modeled an absorptive capacity for tourism enterprises and reorganized the concepts of potential and realized absorptive capacities as given by Zahra and George (2002) as acquisition and use.

METHOD

The purpose of this study is to assess absorptive capacity in terms of hotel operations, to determine the effect of absorptive capacity on business performance, and to determine whether absorptive capacity differs in terms of the characteristics of hotel operations.

The universe of the research is the star hotel establishment in Turkey. Survey technique was used to collect research data. An electronic questionnaire form was sent to approximately 1500 e-mail addresses from an internet site where the hotel's contact addresses are located, from May to July 2017. The rate at which the mails arrive at the buyer is very small (30%) when the feedback is examined. At the end of the research 124 available surveys were obtained.

To measure the absorption capacity in the study, Flatten et al. (2011) and adapted to Turkish by Yilmaz (2013). The questionnaire used a five-point likert scale (1: never, 5: always). The reliability of your scale was found to be Cronbach's Alpha = 0.81.

In the study, the firm performance was measured and the 7 item scale of Zerenler (2005) study was used. In the performance of the firm, the questions were created to be compared with the competitors and the five-point Likert scale was used (in comparison with the competitors in the last three years ... level 1: very low, 5: very high). The reliability of the scale was found to be Cronbach's Alpha = 0.95.

In preparing the questionnaire and evaluating the clarity of the statements, the experts of the subject and the opinions of entrepreneurs in the sector benefited from it. A pilot study of 20 people was

conducted and corrections were made to increase the clarity of the questions.

In the analysis of the data; a correlation analysis for the understanding of interrelationships between variables, a regression analysis by measuring the effects of assimilation capacities on firm performance, a measurement of whether the absorptive capacity according to hotel star and years of service differ or not Anova was used.

FINDINGS

Table 1 contains demographic characteristics of the participants and information on their operations. When the ages of the participants are examined; most of them are between the ages of 31-40. 75% of the respondents are men, 25% are females. Participants are married, associate degree graduates, tourism educated majority. 35% of the participants are general managers, 38% are department managers. 56.5% of the participants have been working in the sector for more than 13 years. When the study period of the hotel is examined, it is seen that 30,6% have been working in the same hotel for 1-3 years. It is possible to say that the rate of occupation turnover is high in tourism sector and management level.

When the characteristics of the surveyed hotels are examined, it is seen that 37% of them are 4-star hotels and 38.7% of them have been serving for 5 years at most.

Confirmatory factor analysis was used to determine the validity and dimensions of the scales used in the research. In this context, the scales are subject to separate DFA analysis. The Acquisition dimension of 3 items, the Assimilation dimension of 4 items, the Transformation dimension of 4 items, the Exploitation dimension of 3 items that the absorption capacity is four dimensions were verified originally. ($X^2 / dF = 1.63$ GFI = 902; IFI = 970; CFI = 969; NFI = 926; RMSEA = 0.72) The company performance scale was also confirmed to be the only factor ; GFI = 941; IFI = 966; CFI = 966; NFI = 951; RMSEA = 0.78).

Table 1: Demographic Characteristics of Participants and Information for Operation (N: 124)

Variables	F	(%)	Variables	F	(%)
Age			Working period at the hotel		
30 years old and below	25	20,1	Shorter than 1	13	10,5
Between 31 and 40 years old	57	56,0	Between 1 and 3 years	38	30,6
Between 41 and 50years old	31	25,0	Between 4 and 6years	24	19,4
51 years old and above	11	8,9	Between 7 and 9years	14	11,3
			Between 10 and 12 years	19	15,3
			13 years and longer	16	12,9
Sex			Working period in the industry		
Female	31	25	Shorter than 3 years	9	7,3
Male	93	75	Between 4 and 6 years	13	10,5
Marital Status			Between 7 and 9 years	20	16,1
Single	43	34,7	Between 10 and 12 years	12	9,7
Married	81	65,3	13 years and longer	70	56,5
Education			Star of the Hotel		
Primary school	2	1,6	1-star	9	7,3
High school	23	18,5	2-star	12	9,7
Associate degree	49	39,5	3-star	24	19,4
Bachelor's degree	34	27,4	4-star	46	37,1
Master degree	16	12,9	5-star	33	26,6
Tourism Education			Service Year of the Hotel		
I did not receive	45	36,3	Shorter than 5 years	48	38,7
I received it at the high school level	13	10,5	Between 6 and 10 years	24	19,4
I received it at the associate degree level			Between 11 and 15years	13	10,5
I received it at the university level	29	23,4	Between 16 and 20 years	16	12,9
I received it at the master degree level	33	26,6	21 years and longer	23	18,5
	4	3,2			
Position at the Hotel					
General Manager	43	34,7			
Vice General Manager	5	4,0			
Department Manager	47	37,9			
Vice Department Manager	3	2,5			
Department Chief	26	20,9			

Correlation analysis was used to determine the relationship between the extent of absorption capacity and firm performance. Table 2 shows the mean, reliability, and correlation analysis results for the variables of the study. When the reliability of the scales used are examined; alpha values varied between 0.84 and 0.94. These values exceeded the 0.60 limit, which is considered to be the lowest limit, resulting in the reliability of the scales. When we look at the correlation results for variables, there is a positive relationship between all dimensions of absorptive capacity (Acquisition, Assimilation, Transformation, Exploitation) and firm performance. In other words, each of the processes of acquiring, adopting, transforming and exploiting knowledge is significantly related to the enhancement of firm performance.

Table 2: Correlation Analysis Results Regarding Variables

	Mean	Std. D.	1	2	3	4	5
1- Acquisition	3.77	0.91	(0,84)				
2- Assimilation	4.04	0.89	.658**	(0.89)			
3- Transformation	3.83	0.92	.574**	.768**	(0.92)		
4- Exploitation	3.89	1.04	.535**	.742**	.756**	(0.94)	
5-Firm Performance	3.71	0.85	.529**	.609**	.549**	583**	(0.91)

** $p < 0.01$ (two-way)

The dimensions of absorption capacity were included in the regression model together and multiple regression analysis was performed. The results are shown in Table 3. First, collinearity was observed to determine if there was a multiple linear connectivity problem between dimensions, and there was no multiple connection problem between the independent variables (Tolerance > .2, VIF < 10). When dimensions are included in the model, it has been found that the acquisition, assimilation and exploitation dimensions have a significant effect on firm performance, while the transformation dimension has no significant effect. According to this finding, the ability of the firm to adapt the information obtained from the outside to the business and combine it with the existing information has no significant effect on the firm performance.

Table 3: Effect of Absorptive Capacity on Firm Performance: Results of Regression Analysis

Independent Variables	B	β	t	p	Tolerance	VIF
Constant	1.436		5.730	.000		
1- Acquisition	.160	.200	2.154*	.033	.555	1.802
2- Assimilation	.208	.253	2.012*	.046	.300	3.333
3- Transformation	.042	.053	.437	.663	.329	3.038
4- Exploitation	.174	.248	2.174*	.032	.365	2.742
R			.658			
R²			.434			
Adjusted R²			.415			
F			22.775			
Sig.			.000			

Dependent Variable: Firm Performance

A one-way ANOVA test was conducted to determine if there is a difference in the size of absorptive capacity according to the characteristics of the hotel operations (star and service year (age)). Contrary to expectations, no significant difference was found between the absorptive dimensions and the

hotel star and service years ($p > 0,05$).

Table 4: Differences in Sizes of Absorptive Capacity by Hotel Star and Age

By Star of the Hotel		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Acquisition	Between Groups	5.073	4	1.268	1.560	.189
	Within Groups	96.714	119	.813		
	Total	101.787	123			
Assimilation	Between Groups	.951	4	.238	.294	.882
	Within Groups	96.308	119	.809		
	Total	97.259	123			
Transformation	Between Groups	.359	4	.090	.103	.981
	Within Groups	104.056	119	.874		
	Total	104.415	123			
Exploitation	Between Groups	1.671	4	.418	.376	.825
	Within Groups	132.204	119	1.111		
	Total	133.875	123			
By Age of the Hotel		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Acquisition	Between Groups	2.125	4	.531	.634	.639
	Within Groups	99.662	119	.837		
	Total	101.787	123			
Assimilation	Between Groups	1.870	4	.467	.583	.675
	Within Groups	95.390	119	.802		
	Total	97.259	123			
Transformation	Between Groups	4.031	4	1.008	1.195	.317
	Within Groups	100.384	119	.844		
	Total	104.415	123			
Exploitation	Between Groups	3.534	4	.884	.807	.523
	Within Groups	130.341	119	1.095		
	Total	133.875	123			

DISCUSSION AND CONCLUSION

Increasing competition in the tourism sector and rapid changes in customer preferences and demands are also increasing the importance of rapidly processing market information. Absorptive capacity helps companies to carefully select customers, identify their needs, develop customized products according to their needs, and thereby improve firm performance by enabling firms to determine, acquire, analyze, understand, and implement creative outcomes. In this study, the absorptive capacity in terms of hotel management and the effect on firm performance were evaluated.

As a result of the research, all dimensions of absorptive capacity (Acquisition, Assimilation, Transformation, Exploitation) were positively correlated with firm performance. This finding is in line with previous studies (García-Morales et al., 2007; Flatten et al., 2011)

The effect of the size of the absorptive capacity on firm performance was tested by regression analysis. According to the results of the analysis, it was seen that the acquisition, assimilation and exploitation dimensions had a significant effect on firm performance and the transformation dimension had

no significant effect. The findings of this study are unexpectedly different when the realized absorptive capacity (transformation and exploitation) is more influential in firm performance than the potential absorption capacity (acquisition and assimilation) (Zahra and George, 2002). In studies in the literature, a significant effect of absorptive capacity on innovation and firm performance has been determined (Stock et al., 2001, Flatten et al., 2011, Tzokas et al., 2015, Lichtenthaler, 2016). In a study in Turkey (Yılmaz, 2013), it has been found that absorptive capacity is effective on all dimensions of business performance (operational performance, commercial performance, financial performance) positively.

It has been determined that the absorptive capacity of the hotels does not differ according to their star and the service year of the operator. The results of this study are consistent with some studies in the literature (Kotabe et al., 2011; Yılmaz, 2013). Studies show that absorptive capacity is also very important in terms of young and small businesses, and even that these firms are more dependent on outsourcing for information (Gupta et al., 2006, Thérin, 2007, Flatten et al. 2011).

This research is concerned with examining the absorptive capacity of hotel enterprises and determining its effect on firm performance. In hotel operations, the acquisition of information from external sources, the analysis of this information and the effective use thereof increase the business performance. In future research, intra-organizational factors that influence absorptive capacity at the venues may be addressed in order to more effectively utilize absorptive capacity.

REFERENCES

- Bergh, D. D. and Lim, E. N. (2008). Learning how to restructure: Absorptive capacity and improvisational views of restructuring actions and performance. *Strategic Management Journal*, 29(6), 593-616.
- Bolívar-Ramos, M. T.; García-Morales, V. J. and Martín-Rojas, R. (2013) The effects of information technology on absorptive capacity and organisational performance, *Technology Analysis & Strategic Management*, 25:8, 905-922,
- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A. (1989). Innovation and learning: The two faces of R&D. *The Economic Journal*, 99(397), 569–596.
- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152.
- Flatten, T. C.; Engelen, A.; Zahra, S. A. and Brettel, M. (2011). A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, 29(2), 98-116.
- Fosfuri, A. and Tribó, J.A. (2006). Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance. *Omega*, 36(2), 173-187.
- García-Morales, V. J.; Ruiz-Moreno, A. and Llorens-Montes, F. J. (2007). Effects of technology absorptive capacity and technology proactivity on organizational learning, innovation and performance: an empirical examination, *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(4), 527-558.
- Gupta, A., K. Smith and C. Shalley, (2006). The interplay between exploration and exploitation. *Academy of Management Journal*, 49, 693–706.
- Harvey, G.; Skelcher, C.; Spencer, E.; Jas, P. and Walshe K. (2010). Absorptive Capacity in a non-market environment: A knowledge-based approach to analysing the performance of sector organizations. *Public Management Review*, 12(1), 77-97.
- Kotabe, M.; Jiang, C. X. and Murray, J. Y. (2011). Managerial ties, knowledge acquisition, realized absorptive capacity and new product market performance of emerging multinational companies: A case of China. *Journal of World Business*, 46(2), 166-176.
- Kim, L. (1998). Crisis construction and organizational learning: Capability building in catching-up at Hyundai Motor. *Organization Science*, 9(4), 506-521.
- Lane, P. J., Koka, B. R. and Pathak, S. (2006). The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833–863.
- Lane, O. J. and Lubatkin, M. (1998). Relative absorptive capacity and interorganizational learning. *Strategic Management Journal*, 19(1), 1-16.

tegic Management Journal, 19(5), 461–477.

Lichtenthaler, U. (2016). Absorptive capacity and firm performance: an integrative framework of benefits and downsides, *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(6), 664-676.

O'Connor, G. C. (2008). Major innovation as a dynamic capability: A systems approach. *Journal of Product Innovation Management*, 25(4), 313–330.

Park, G. and Kang, J. (2009). The effects of teacher firms' characteristics and student firms' absorptive capacity on firm performance in technology alliances. *International Journal of Innovation Management*, 13(3), 393-409.

Rebolledo, C.; Halley, A. and Nagati, H. (2009). The effects of absorptive capacity on operational performance within the context of customer-supplier relationships. *Supply Chain Forum an International Journal*, 10(2), 52-62.

Stock, G., Greis, N. And Fischer, W. (2001). Absorptive capacity and new product development. *Journal of High Technology Management Research*, 12(1), 77.

Thérin, F. (2007). Absorptive capacity: An empirical test of Zahra and George's contribution in small business settings. *Gestion 2000*, 4, 17-29

Thomas, R. and Wood, E. (2014). Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector. *Tourism Management*, 45, 39-48.

Thomas, R. and Wood, E. (2015). The absorptive capacity of tourism organisations, *Annals of Tourism Research*, 54, 84–99.

Tzokas, N.; Kim Y. A.; Akbar H. and Dajan, H. (2015) Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs. *Industrial Marketing Management*, 47, 134-142.

Valentina, N and Passiante, G. (2009) Impacts of absorptive capacity on value creation, *Anatolia*, 20(2), 269-287.

Yılmaz, A. (2013). Absorptive capacity and firm performance: A research in ESO, Unpublished Doctoral Dissertation, Anadolu University Social Sciences Institute, Eskişehir

Zahra, S. A., and George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.

Zerenler, M. (2005). The performance measurement system design and a study on performance measurement of manufacturing systems, *The International Journal of Economic and Social Research*, 1, 1-36.



IJTEBS

International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 56-67, 2017, www.nobel.gen.tr

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND SOCIO-BIOLOGICAL APPROACH

Gülten GÜMÜŞTEKİN^{1*} Özge BÜYÜK²

¹Faculty of Political Science, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TURKEY

²Ezine Vocational High School, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TURKEY

*Corresponding author:

E-mail: ggumustekin@comu.edu.tr

Received:01.11.2017

Accepted:27.12.2017

Abstract

Employees will continue to be the most important and valuable assets of organizations until utterly un-manned organization utopia becomes real. The individual characteristics, knowledge, skills and abilities of the employees play a substantial role in the success of the organization as the most important, valuable resource of them. In this respect: it will be beneficial to utilize multidisciplinary methods at the point of understanding behavior, organizational behavior and their origins. Socio-biological approach has the basic idea that: all social behaviors have biological basis and they should be examined systematically. Socio-biological approaches and ecological methods will help to develop new paradigms and solutions for basic problems of business management. Approaches and theorems produced from these similarities will give a new perspective to the business science by analyzing resemblances between human and animal behaviors within the socio-biological perspective. The increasingly sophisticated technology and globalization phenomenon in the developing world have led to changes in many functions of businesses. Enterprises have begun to shift towards the advanced technologies, as cyborgs, artificial intelligence, etc. in the course of their production processes. It is remarkable that even cybernetic theorems have modeled animal behaviors. In this study, concepts of behavior and organizational behavior were evaluated by socio-biological approach in terms of business functions.

Keywords: Behavior, organizational behavior, socio-biological approach, animal behaviors

INTRODUCTION

As far as evolutionary biology is concerned although being private geniuses eventually, human beings are animals of some sort. From this point of view, researchers tend to ask interesting questions as if they have similarities and commonalities with other animals. Comparative psychologists examine how animals interact with each other while dealing with animal behavior; because these studies provide some important clues to understanding human beings (Hayes, 2011). Everything that an organism does is called behavior (Bloom et al., 2000). Behavior in general terms is the stimulus-response of the organism, and the reaction involves its interaction with the environment and others (Eren, 2008). Human/animal activities in the context of the term "behavior" are diversified. The term of behavior includes everything from the decision of the general manager of the General Motors to the response of a laboratory animal pressing a button after hearing the voice of a bell (Kolasa, 1979). Human behavior is the observable, measurable, replicable and tellable conscious activities of a person (Başaran, 2008). The most fundamental aspect of behavioral sciences is the human behavior that can be analyzed. With a human-based approach human behavior, also defined as the reaction which is presented to events directly or indirectly concern itself has two sources. These are learning and inheritance (Güney, 2009).

When the sources are analyzed chronologically about the formation of behavior; there have been plenty of references on animals, known to exist far ahead of the existence of human beings in nature. For example, studying mountain gorillas in Uganda; Schaller (1997), emphasizes the similarities between humans and animals and points out that behaviors such as applauding the fan groups that support the teams during sporting events, throwing some material on the field, jumping, etc. are the same as those shown by the gorillas. Human behaviors are analogous to animal behaviors in many ways. With

the need of analysing exists at the core of epistemological science, researchers have revealed a new discipline, which is socio-biology. Socio-biology, which attempts to explain all the social behaviors (sexual behavior, parenting, emotional attachment, competition, organization of social groups) that determine the interaction between the organisms with the theory of natural selection (Doksat & Savrun, 2001) defined as: the study of social behavior in animals with emphasis on the role of behavior in survival and reproduction, population genetics, ecology and engaging branches of ethology (Gregory, 2007). This approach, required to perceive and interpret animal behavior (Savaş&Yurtman, 2008) and examined them in their natural environment (Hayes, 2011) by comparative psychologists is called ethology. The socio-biological approach with the idea that all social behaviors have biological bases and that they should be examined systematically, emphasizes the importance of genes. According to socio-biologists working in this field, the influence of social environment, as well as genes in the biological basis of social behavior, should not be overlooked.

Learning is another factor that is very important to human behavior according to the socio-biological approach. At this point, socio-biologists, who have pointed out of the genes, refers behavior of animals and humans have a certain evolutionary origin. According to this opinion, their form of actions had been moved from their ancestors with genes and advanced gradually. During the evolution process, when the organism has been evolving; there has also been an improvement in learned behaviors at the rate of development of intelligence. At the same time, it is determined that the organism changes its behavior and adapts to the environment appropriately. Sumner claims that human beings, through a set of instincts had brought from animal ancestors, developed group behaviors, habits, attitudes which enabled them to succeed in their existence war by a kind of trial and error method. For example; reproduction and breeding are common forms of behavior for both species. To demonstrate the difference between sociologists and socio-biologists in their approach to the subject; will also reveal the basic distinction between the two approaches. The main difference between the two approaches lies in the fact that the way handling of the fact that “every member of society has to be mated and have children to be able to maintain their existence”. A socio-biologist tries to reveal the cause of instinctual strain what the basis of man’s mating and reproductive behavior are, but a sociologist is tries to reveal its social reasons (Burcu, 1998). The impulse of aggression might be another example. According to Lorenz (1966), aggression is a vital demeanor. All types of aggression described for animals are also present in human behaviors. For example, while competition is an important selection factor in animals it is also the same for humans. In the early ages of humanity, aggression was serving the practical needs of protecting small groups from other groups; today it has become a behavioral pattern for slaughtering the entire humanity. (The practices of Nazism, the events in Africa, Cyprus, Bosnia, and Macedonia are tragic examples of this situation). As mentioned above, these issues are examined by sociologists rather than socio-biologists.

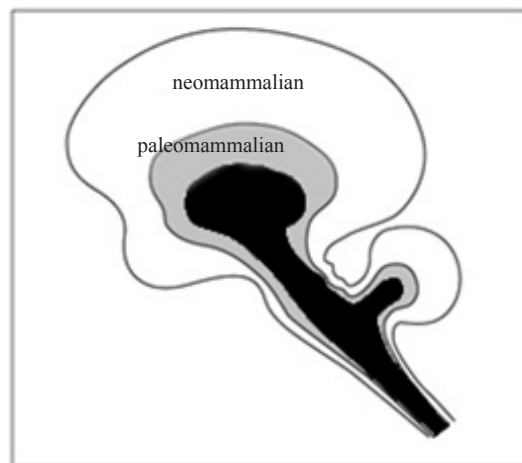


Figure 1. Brain encephalization (Doksat&Savrun, 2001)

MacLean and Triune (1973) argued that the brain of mammals, the most advanced living creatures, is a single brain with three separate but functional continuities and wholeness which is called triune. This theory defines the final state of encephalization. The reptilian brain in the innermost and primitive contains creeping remains and controls day routines, subroutines and a number of pre-linguistic functions. The old mammalian brain (paleomammalian brain) covering the reptilian brain and arranges behaviors not found in reptiles such as care, motherhood, play. The outermost one is the new mammalian brain (neomammalian brain) which organizes sensitive sensory analysis, motor coordination, memories, and associations as well as communication via language (Figure 1). Among all known living species, the human brain is the most advanced one. Human beings are living species enhanced evolutionarily; whose mental behaviors are formed by modules or neural networks. Being aware of himself and his surroundings is a peculiar privilege of this genre. This approach is based on similarities of human-animal behaviors as well as explaining motivational behaviors of them. For example; according to Freud (1953): pets, especially in the upper layers of evolution, were able to learn to control their instincts at various degrees, just like humans.

Organizational behavior is the conscious activities performed by employees who work for the realization of organizational goals (Başaran, 1982). These activities are divided into two: in-role behaviors and extra-role behaviors. in-role behaviors organizational behaviors, those which take part in the job description of the worker, are obliged to do it, and the extra-role organizational behaviors are positive or negative actions not included in the job description (Polatçı& Cindillioğlu, 2013). According to Youssef and Luthans (2007), positive organizational behavior developed by the individual while being in the organization is a factor that produces positive business results beyond hope, optimism and flexibility (Özkan&Börekçi, 2013). Negative organizational behaviors vary in terms of glass ceiling syndrome, organizational silence, cynicism, mobbing, organizational alienation and etc. Until the unmanned organization utopia become real; the workers who play an important role in the success of organizations, through their individual characteristics which are knowledge, skills, and abilities will continue to be the most important and valuable assets of them. Organizational behavior contributes to the literature and practice by determining both the human factor; as well as by identifying the problems in human-organization interaction (Kızıldağ&Özkara, 2016).

Organizations benefit from knowing the factors that affect the characteristics, potentials, abilities, attitudes and behaviors of their employees. One of the ways in which would be able to shed light on the biological basis of organizational behavior is the socio-biological approach. In this area, especially social insects such as ants, termites and honey bees are studied. According to Kaptan (2010), there are many things that can be learned from these insects, although the separation of our roads took about 600 million years ago in the evolutionary process. These animals live in the colony, each undertaking a specific task within the group and being divided into castes. The methods of sharing complex activities such as forming an organization, fighting and collecting food are transferred as genetic information according to the findings at hand. This leads researchers to think about class structures among people at the same time. Self-adapting complex systems; they also show organizational behavior (self-organization) while adapting themselves to the environment. Ant colonies are classic examples of self-organizing Without being led by any leader (the queen is only a spawning machine) and does not study in any engineering or social sciences, each ant performs its work in accordance with a few basic rules that interact with the environment and its homologues. A complex and orderly community emerges from the interaction of numerous ants (Koç, 2007).

Animals of the same species exhibit similar social behaviors. These social behaviors can arise in the form of competition and superior hierarchy, communication and field defense behaviors which based on both contention and co-operation interactions. Cooperative social behavior includes reproductive behavior, family relationships and large group activities. Most animals live in groups and benefit from the situation. These species are bound to each other and must form a group in order to sustain their existence. Animals living in groups are more cautious than animals living alone. When a member perceives any danger, it communicates this with the whole group. The groups also create some protective behaviors against aggressive animals. For example, male musk oxen form a protective ring around their females and cubs, many animals stand together for defense; small birds, attack crows and hawks

massively. Group hunting is seen in wolves, lions and wild dogs. All these examples are remarkable in terms of socio-biological evaluation of organizational behavior. It is possible to consider organizational activities from socio-biological point of view. Management functions and approaches are evaluated from a socio-biological point of view, below.

Classical Era

Fayol, one of the pioneers of the classical era thinkers who was the first phase of the scientific management period, explained the activities of an organization or its activities and the functions and principles related to them. According to Fayol, one of the principles that must be observed in the fulfillment of managerial activities is "Unity of Direction". "Subordination of Individual Interest" is another principle of the era. So keeping the general purposes and interests of the organization must be superior instead of the departmental and individual aims and interests (Eren, 2008). In the view of socio-biological approach, interesting examples are found related Fayol's principles when human and animal behavior are compared. For example; King penguins come together in flocks to mating areas. The males are the duty to take care of the eggs, after males and females mate and spawn. Females go to find food for the offspring. To be able to resist harsh weather conditions males stand together. Provided that they stand in the middle in turn, warm each other and the offspring in the egg (Koç, 2007). The work sharing between the penguins reminds Fayol's principles mentioned above, which are "Unity of Direction" the "Subordination of Individual Interest". As claimed among the rules of Fayol, the units which are forming the business must be organized in a way that provides effective participation to be able to achieve the same purposes and objectives. These are not seen only in the enterprises but also in many systems in nature (Uygur&Göral, 2005).

Neo-Classical Era

Theories in management science have developed and changed over time. New approaches were brought up as solution proposals for the needs of the current period and the previous one. This change required a new perspective in management science. So a new period which is known as the neo-classical era that emerged behavioral management models, started. The management science has begun to benefit from psychology in a multidisciplinary approach to be able to define and understand the behavior and produce new theories. This helped organizations to solve organizational problems which were caused by behavior. Psychology a science that studies human/animal behavior (Çalık&Düzü, 2009). The use of psychology in the management sciences has led to the emergence of behavioral management and, in particular, organizational management. Organizational behavior is the continuation of the human relations approach. It reflected the spirit of the 1930s and aimed to explain the behaviors of individuals by psychological and sociological terms. According to this approach, the manager could increase productivity by recognizing behaviors of the employee (Nişancı, 2015).

For example, mobbing is a kind of psychological terror applied in the form of repetitive attacks by other employees or employers in the workplace (Akbiyık, 2013). The term of mobbing was first used by ethologist Lorenz who was studying animal behaviors in 60's. The term was used to designate the attack of a gaggle, wanted to scare a fox (Davenport et al., 2003). Similar cases are found in other animals. Ornithologists claim that if a white crow placed in a group of black crows, will be killed or thrown out by the others. There are many similar behaviors in human society (Soysal, 2007).

As known, communication has a very important function in business. One of the essential factors of productivity and success of a firm is to have employee with effective communication each other (Güler, 2006). When it comes to organizational behavior, the concept of intra-organizational communication emerges as one of the matters which is required to be addressed. From a socio-biological point of view; communication in animal groups, which can also be called intra-organizational communication, is carried out with smell, secretion and voice messages. The sound is an important communication tool for insects, frogs, birds, whales and other animals. The female Aedes fly attracts the male by the sound it makes with her wings while flying. Similarly, male crickets are attracting females with the sounds they have pulled together by rubbing them together. Male frogs make typical sounds to call females to the lake or bog. The whales communicate with each other with songs that are still being explored by biologists. Chemical secretions is also used by animals for communication. This secretion which affects the behavior of other individuals of the same species is called pheromone. The female silk beetle can

attract a male by its strong pheromone more than 3 km away. Communication with body movements also observed among honey bees which are a social group at the same time. The most advanced form of communication between bees is a kind of dance. The worker bee dances on the bucket to inform the others after finding a rich nectar (nutrient) area. According to the figures of this dance, the direction and distance of nectar can be perceived by other bees (Scott, 2005).

According to Hayes (2011), human beings, who have an extremely high adaptability ability, benefit from a wide variety of learning methods. Human inherited the simple mechanisms of the first animals, more complex learning methods of more advanced animals and his own social and cultural learning styles. To have different learning abilities make human beings special. Moving from this point; analyzing the groups of animals that form the basis of socialization may help to identify many problems in organizations and to develop alternative approaches for solutions.

Modern Era-System Approach

System approach is inspired by biology at the modern era of management science (Can et al., 2005). The system is consisting of a set of parts (sub-systems) to be able to achieve an aim with a regular and reciprocal gathering. So all are made up of other sub-systems or parts which are necessarily connected to each other. These sub-systems and parts are in relation with each other. However, the system as a whole is also related to the external environment. There may be an integral system on top of each system as well as having other structures underneath which form its own whole. For this reason, the system should be evaluated with a holistic approach, which should not be taken as a single point of view and apart from other influencing factors. The system approach, envisages the application of scientific method principles, approaches the issues holistically, follows interdisciplinary insights to the resolution of problems when examining a situation (Nişancı, 2015). Ludwig von Bertalanffy, explaining the General System Theory, has used this approach as a paradigm for interdisciplinarity and has introduced a generally accepted theory (Yoldaş, 2004).

When all systems are considered, it is clear that there are many commonalities between groups of animals and the organizations of humans, interacting with each other. According to Hayes (2011): animals do not only adjust to their surroundings; at the same time they change the environment they live in. Even a single-celled amoeba causes a change in the environment by releasing chemicals to the water that swims in. More complex animals, often have very powerful effects on their surroundings; so these environments evolve with the animals together. According to system theory: all entities in the nature are a part of a whole and the factors directly or indirectly which are affecting/influencing. When we look at management sciences in terms of socio-biological approach; system theory makes it even more meaningful.

Modern Era - Contingency Approach

Contingency approach brings together various concepts, techniques and behaviors. There is not a single best organizational structure suitable every location and condition. The best one changes from situation to situation (Koçel, 2007). One of the most important issues that this approach has emerged is the "leadership". Researchers focused and discussed leadership and leadership types in the modern era.

In terms of socio-biological approach; it has seen that some struggles in an organizing group or within communal living animals determine the hierarchy of superiority. For example in the duck and poultry groups, the superiority level is determined by pecking movements. Birds which are dominant in groups have food, water, and roosts without any dispute of others. Superior-subordinate regulation reduces tension in the group. Because there is less argument about who gets what at the beginning. Individuals at high levels in the hierarchy of superiority have the right to choose the priority for their needs.

For example, if the behaviors of migratory birds are to explore according to the socio-biological approach during their migration; a significant example of cooperative leadership has emerged. Migrating birds fly together in a V formation. The bird flying at the forefront leads the group; it creates air voids for the birds in the rear of the V shape. It makes flight easier. Because they just follow the leader. In addition, the air friction reduces so the rears get less tired. After a while, the tired leading bird rushes back and through the air flow created by all the birds can only fly and rest by just opening its wings. Along the way, all the birds are leading in turn, and this cooperation can lead to hundreds or even thousands of

kilometers, in virtue of the leadership style (Eren, 2017).

Modern Era- Dynamic Management Approach

The dynamic management approach is based on flexible, high-level participation, collaboration, development, and volunteerism. In this approach, the role of management is exchanger, developer, builder, improver and the main determinants of the holistic structure are transparency, clarity and variability (Baş, 1996). The human factor has become more important in all over the world, as it has been in the management perception. When the political and social developments in the world are evaluated; dynamic management approach has emerged as a natural process cause of the requirements of the modern world.

The most important feature that characterizes information society organizations is the necessity to live in a nonpermanent environment. According to the dynamic management approach, everything can change at any time (Ünsalan&Şimşeker, 2011). This approach in the management sciences also provides some examples for natural sciences. Amphibia (frog), for example, represents an animal group in vertebrates that represents the transition from water to land life. That is, they were not completely free from water, nor were they able to follow the land. These features show us that the environment in which they come first is water. According to paleontological information, Amphibia originated from a group of fish called Crossopterygii. This species had quite likely emerged from the water and encountered some changes and new features in order to keep pace with the land environment at the time of Devonian (the geological period in which the transition to land life was experienced) (Budak, 2006).

A termite species living in Australia is constructing their nests in a flat shape. The flat sides of these nests are built, showing east and west. The reason of this; when the sun rises, the eastern-facing part of the termite is heated by the sun's rays. When the sun goes down, the nest takes the same rays again from the other side and warm up. Termites accumulate especially in the cold weather, in the eastern-facing parts of the daytime, and in the western part in the evening (Tekin&Kurugöl, 2011). A kind of spider called Misumenvatia changes color according to the flower it is on to catch the bees (Selçuk&Aydın, 2013). When the socio-biological approach is taken into consideration, all of these examples show us that the self-generated tremendous management process in nature is alike to the dynamic management approach. As in dynamic management approach: everything in nature can change at any moment; species create conditions for their survival (such as businesses that continue to operate) and are forced to adapt to new conditions.

Post-Modern Era- Organizational Configuration

It is possible to give many examples for postmodern management approaches related with the socio-biologic approaches as organizational configuration approach, information processing approach, transaction cost approach, and so on. For example, according to the organizational configuration approach; the evolution which starts at a particular unit will cause corresponding changes in other units of the whole (Bumin,1990: Ünsalan&Şimşeker, 2011). This fact increases the importance of environmental adaptation in all systems.

Coral reefs are examples of this situation from nature. The corals with rigid skeletons come together to form large structures called coral reefs over the time. These structures, formed in millions of years in the depths of warm, shallow oceans, are known the rainforests of underwater with their diversity of living. The reefs are habitat for fishes, tortoises, starfishes, giant oysters, snails, octopuses, anemones, sea urchins, seashells, and many more. These areas are complex living spaces with their own food chain. About 25% of the living species in the oceans live in coral reefs (<http://www.bilimteknik...>). The interchange of any species or coral with natural or artificial ways causes many alteration subsystems to change like to be same in organizational configuration approach.

Post-Modern Era- Information Processing Approach

The information processing approach treats organizations as units that process information and make decisions from the lowest level to the highest level like the human brain. Decisions made at lower levels which depend on established principles and procedures. But strategic decisions are made on the top levels of the brain. Organizations that adapt to their environment and sustain their lives are able to make changes in their decisions, principles, frameworks and mechanisms; can collect and evaluate

information on changing conditions. In this sense, organizations continuously evaluate their own activities; similar to systems that subject to editing (Koçel, 2007).

As known ants are living organisms with the most crowded population on earth, living in very well organized colonies. They build a social system, a kind of caste system and three divisions: queen, males, soldiers, and workers. The ants have physical differences according to their tasks in the colony. For example, the guardian ants are known for their large head structures and protect their nesting area. They can close nest entrance with their heads by taking a “strategic decision” when it is necessary. Male and female wing ants leave their nests at a certain period of their life and start to work on to build a new one. The queen chose a proper nesting place, opens a small hole under the soil and leaves her first eggs. During this period, it feeds itself with its own wings. The queen nourishes offsprings, which are the first workers of the nest, with its own secretions. When infants grow up, they get responsible for the queen’s care and nourishment. The number of workers increase rapidly.

As is the case with the information processing approach, different procedures are operated at the upper and lower levels of the organizations in nature. The queen nestles at the bottom of the nest and starts to live there. The workers who care the queen also send her information about the situation with the pheromones. The queen makes various decisions through this information. For example, if there are a large number of soldiers lost during the war, it is the task of the queen to direct the new offspring to become soldiers. The queen is 8-10 times the size of the other ants and can live for 10-20 years (Cabbar&Doruker, 2004). This whole biological system reminds us of the information processing approach that is being used widely in the management sciences.

Total Quality Management

TQM is a management philosophy that envisages the fulfillment of predetermined customer needs and expectations through continuous improvement of business processes in an organization (Öğüt, 2003). This philosophy consists of strategies and techniques aimed at providing quality goods or services to customers (Can et al., 2005). There is no room for mistakes in animal behavior towards survival. In the event of a mistake, the entity’s presence will be in danger. Being in an organized animal group in nature is also one of the factors bringing the error risk closer to zero. For example, an antelope swarm does not have any luxury of making mistakes while escaping from lion. The obligation to remove the existing fault in nature; reminds us TQM in terms of businesses. As known; in total quality management, the aim is to produce goods and services with zero mistakes (Hoşgörür, 1997) and achieve perfection. If the products of social institutions arising from social necessities are not in the qualities that society desires, after a while the demand for their products decreases and the presence of the institution becomes dangerous (Başaran, 2008).

Core Competency

The core competency distinguishes the organization from the others; expresses knowledge, skills, and abilities which play a key role in forming a vision and can not be easily imitated by competitors (Koçel, 2007). Enterprises can evaluate opportunities with these valuable talents and eliminates the threats. Such abilities are not ordinary talents and are therefore they are valuable. If we give an example from the sociobiological perspective; stenocara would be a good one. How living creatures can survive in the arid desert of Namibia, has been the subject of studies in different diciplines for many times. One of these creatures is a desert beetle called stenocara. To benefit from the water in the mist, the beetle turns towards the wind on a small sand top and makes a 45-degree angle with its body. In this situation, it holds fog droplets with its hardened wings. The beetle’s water collection system is based on a special design with a surface consisting of small protrusions on its back. The surface of the spaces between these protrusions is covered with some kind of wax. This allows water, to be collected easily. Once the droplets reach a sufficient size, they roll towards the mouth of insect. The insect gets water from the moisture, which is very rare in the desert air, owing to its specialty (Tekin&Kurugöl, 2011). It is a kind of core competency. This body design of Stenocara has been the subject of many academic studies even in the field of architecture. There are similar situations in the marine life as like as the core competency in the business life. For example, mussels can convert pesticides into pearls due to the mother-of-pearl they contain (Nobles&Zhang, 2011) so they can protect themselves and survive.

Employee Empowerment

Employee empowerment is the process of raising the staff to develop and make decisions (authorization), with cooperation, sharing, training, and teamwork (Koçel, 2007). Similar specimens are seen in ant colonies. The ants have not individual but a systematic work on nutrition. Nutrients are collected and consumed jointly. Solid foods are transported to the common area and shared; liquid nutrients are not only transported; also removed from the maws in the nest and distributed. For example, the name 'honey ant' is fed with the sugary liquid and plant nectar obtained from the aphids. There's a difference in Honey Ants. Workers pour the lower part of their body they have turned into a honey sac into the mouth of the other workers in the nest. These ants, which have become a honey barrel, are hanging in the nest with their feet during this process. These worker ants, which can transport honey 8 times more than its own weight, are used as nutrient stores. They strengthen and maintain the other members of the group in winter or when the food is less (Cabbar&Doruker, 2004).

Strategic Management- Strategic Alliances

According to the famous Russian philosopher Kropotkin (2008), mutual assistance observed as a decisive principle among animals is also present among societies that have existed throughout history. Mutual assistance is seen in many species of animals. The tendency for solidarity is widespread, especially among birds. Sparrows and similar small birds are known to help each other while protecting themselves from raptors such as falcons, hawks, eagles (Yıldırım, 1989). Symbiosis, which is a concept of biology discipline, is also exemplified for this cooperation situation. Symbiosis refers to a form of social life in which mutual interests are protected, in particular by solidarity among animals. Symbiosis under the heading of zoological interactions is classified as unilateral exploitation, mutual benefit and coexistence (Gemalmaz, 2010). Examples of mutual benefit includes birds, eating the bits of nourishment from the teeth of crocodiles (<https://www.turkcebilgi.com/protokooperasyon>). So two different species go to cooperate for common purposes. As known; solidarity and co-operation with other in enterprises because of the intensification of competition conditions; efforts to create strategic alliances are prevalent in business (Kumkale, 2007) like nature.

Strategic Management - Population Ecology-Adaptation

In the organizational ecology approach, the evolution of organizations will be with natural selection (Yurteri, 2008) and the birth and growth of those adapting to changing environmental conditions; and those who can not adapt to it will decrease/disappear (Güneş, 2012). When evaluated in this respect the relationship between the environment and the community of organizations (population) is examined in a particular society, industry, or region (Koçel, 2007). Population ecology is one of the concepts that have more place in nature. While species which are strong can sustain their existence; the weak species are condemned to disappear after a while in nature. For example; spotted moth, (*biston betularia*), a species found in arboraceous of England. Most of them were light colored before the 50's, dark colored ones were rare. The UK was intensively industrialized from 1850 to 1900 and consequently air pollution occurred. Before the industrialization, light-colored moths were easily concealed and reproduced inside the mosses which were living on the trees. With the smoke and soot blackening of trees, algae died so light-colored moths were more easily seen than dark-colored ones and fed to birds. Those with dark-colored extinct and light-colored survived, according to natural selection rules. This research has shown that species can change gradually from one form to another, in a certain period of time (<http://www.ktu.edu.tr/...>) The case also has the feature of being one of the socio-biological examples which can be given to "adaptation approach". Organizations that are selected by the environment and given the right to continue their lives are basically organizations that have the characteristics of a gap, which fit them and fill this gap (Koçel, 2007).

Strategic Management - Chaos and Complexity Approach

When the chaos which emerged as the result of instability is addressed, a new formulation of natural laws is mentioned. According to Prologine (1998), modern science is built by the law of nature. All organizations are influenced by various other living and non-living organizations, both inside and outside. Edward Lorenz is the scientist who makes the most effective description regarding the chaos. Lorenz pointed out that a winged butterfly in China could create a storm in New York, pointing out to

the existence of many other factors that could lead to an event, and even if they seem to be very small, the consequences can be great (Çavuş et al., 2016). According to Mutlu (Mutlu, 2006), chaos is the process of evolution itself. A living system will be obliterated, If it can not adapt to the conditions of an upper system as being a part of it (entropy). If a living system, replaces the upper one in spite of its restrictive applications, this means that it has developed a spontaneous organization process to be able to live in the current environment. The abilities which living systems have developed to survive could be described as the typical feedback process. Because living systems are open systems, they are unbalanced or near-equilibrium complexes.

For example: the faster the wild animal runs, the more it hunts. The more it gets fat and the less it runs. Without running fast it can't hunt. As the hunting diminishes, the animal weakens and starts to run fast again, and the process starts. As can be seen, each living creature's unique behavior or adaptive abilities are the results of chaotic processes. Human beings also experience the same chaotic processes in the organizations they are involved in as a result of a similar process, which in turn pushes businesses and internal systems to react similarly.

Strategic Management - Crisis management

Crisis is the inability to intervene in threatening conditions. Crisis management is the implementation process in response to the possible crisis situations. It requires taking the necessary precautions to assess the crises. Crisis management gives an opportunity to the organizations avoiding the crisis with a minimum loss (Budak&Göçmen, 2008). There are many factors that lead to the crisis. These are rapid changes in the environment, economic uncertainty, fluctuations, poor information gathering methods in the organization, excessive and inaccurate data, very little data, inadequate communication, less organizational coordination inside and outside, the existence of different value systems, changing management tools, political disturbances, time failure and etc. However, in general terms, it can be said that the mutual negativities between the business and the environment cause the crisis (Delibalta&Özyurt, 2006). This forces the organization to change its system, to respond quickly and, therefore, go beyond the ordinary and existing experience, knowledge, and operation (Dinçer, 1996). The most important feature of the crisis is unpredictability. Cause of being unpredictable no precautions would be taken. It is through management that organizations should survive crisis periods with minimum loss or gain (Ünsalan&Şimşeker, 2011).

There is a purpose behind the display of a behavior. This is motivation. For example, being social, getting healthy nutrition, following everyday events, saving money for future are the motivations for being successful and healthy. There is basis lie under the urge of some animal behaviors like ants storing food, cats and dogs molting, iguanas changing color, birds migrating and etc. The underlying reasons of surprising resemblances between these stimulations are curiosity for many researchers.

Crisis and crisis management issues, which have been discussed much in the management field, can also be attributed to animal behavior and stimulations. King penguins in Antarctica, for example, gain weight before the cold season as a crisis precaution. During the incubation period, some of the follicles between the legs of the parent's spill, in which the egg contacts the body more tightly and warmly and is optimally protected against cold weather (<http://www.bilimteknik.tubitak...>). The camels can be given as an example to the crisis management. Camels are living creatures that last a long time in the desert environment, using their energy very convenient with some techniques. They can travel for at least one week without drinking water and can live a few months without eating. They can drink nearly 46 liters of water at a time. Camels can stay without eating for 8 days at 50 °C, and lose 22% of their total weight. A man dies when he loses 12% of the water in his body, but a camel does not although it loses 40% of the water in his body. Another reason of camels drought tolerance is that they have a mechanism that increases body temperature to 41 °C during daytime. This keeps the water loss at minimum level during daytime at extreme desert temperature. In cold desert nights, body temperature can be reduced to 30 °C (Lamine, 2009). As it is known, crisis management requires the determination of potential crisis situations and how to deal with them. Organizations need to allocate the necessary resources against possible crises, build infrastructural systems and strengthen their equipment. An important factor in coping with the crisis is that the management of the organization is wise and talented in crisis preparedness and crisis management issues (Sezgin, 2003). The introduction of new approaches in socio-biological

aspects to overcome crises; will provide alternative solutions to problems in management science

Cybernetic Approaches:

Cybernetics is a notion introduced by Mathematician Norbert Wiener (Sezgin&Talaz, 2016) It is the science of transmission and control in animals and machines. Shanno later developed the concept by the theory of information. Theory of information points out the communication channels used in engineering control systems and feedback, which deals with the most effective transmission of information. In the second phase, the concept of cybernetic was redefined by Foerster's work on information dynamics. The concept now refers to examining the substance of social processes such as design, education, organization, arts management, politics, social sciences and natural sciences through self-definition (Banathy, 2001; Pangaro, 2000). Cybernetics explores the similarities of working between living things and self-regulating machines (Kaban, 1994). The known definition of cybernetics is the science of mutual communication, equilibrium, and governance in humans and machines. It examines information exchange, control and equilibrium in people and machines. This approach has evolved over time, so computers that are among the indispensable become parts of our lives today. In the light of all these expressions, it seems that the cybernetic concept which has entered into the field of management and organization actually emerges on the basis of a biological point of view. The increasingly sophisticated technology and globalization phenomenon in the developing world has led to changes in many functions of businesses. Business world has started to shift towards production processes as advanced technologies, cyborgs, artificial intelligence, etc. It is socio-biologically significant that modeling of animal behaviors at the outset of cybernetic theorems, which were being shown as a source of developed world technology.

CONCLUSION

The rapid change in today's world makes it necessary to revise existing theories or to create new ones in management and management functions. When the management theories were examined; it has been seen that; the business science has been repeatedly sampled nature, with or without awareness. Moving from this point; researching and analyzing groups of animals which form the basis of socialization, may identify many problems in organizations and give an opportunity to develop alternative approaches. When viewed from this standpoint; it will be rewarding to continue to benefit from multidisciplinary methods at the point of understanding behavior, organizational behavior and outcomes. Socio-biological approaches at the point of solving basic problems encountered in business science will be instrumental in developing new paradigms and creating alternative solutions with ecological methods. There is a limited number of studies about the socio-biological evaluation of management science in the literature. It is suggested for the future that both the theoretical and empirical studies should be conducted to reach alternative results.

REFERENCES

- Akbıyık, İ. (2013), İşyerinde psikolojik taciz (mobbing) ile bireysel ve kurumsal mücadele için öneriler, ÇSBG Çalışma Dünyası Dergisi, 1(2), 33-38,
- Banathy, B.H. (2001), The evolution of systems inquiry, <http://www.İsss.Org/Primer/Evolve1.Htm>,
- Baş, M.İ. (1996), Durumsal liderlik, *Türkiye Tekstil Sanayileri İşveren Sendikası Dergisi*, 204,
- Başaran, İ.E. (1982), Örgütsel davranış, *Anadolu Üniversitesi Ebf. Yayın No: 108*: Ankara:
- Başaran, İ.E. (2008), Örgütsel davranış: insanın üretim gücü, *Siyasal Basın Yayın*: Ankara,
- Bloom, M., M.A. Cutter, R. Davidson, M. J. Dougherty, E. Drexler, J. Gelernter, L.B. McCullough,-J.D. McInerney, J.C. Murray, G.P. Vogler & J. Zola, (2000), Genes environment and human behavior, *Biological Sciences Curriculum Study Press*, Colorado,
- Budak, A. & B. Göçmen, (2008), Herpetoloji, *Ege Üniversitesi Yayınları, Yay. No. 194*: İzmir,
- Budak, G. (2006), Kriz ve kriz yönetimi, p.225-238, İçinde, Editörler: Şimşek, M.Ş. ve S. Kingır, *Çağdaş Yönetim Araçlarından Seçmeler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara,
- Bumin, B. (1990). İşletmelerde organizasyon geliştirme ve çatışmanın yönetimi, *Bizim Büro Yayınları*:

Ankara,

Burcu, E. (1998), Evrimci teorinin sosyolojik düşünce üzerindeki etkileri ve sosyobioloji, *H.Ü. Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(2), 175-186,

Cabbar, Ö. & B. Doruker, (2004), Karıncalar depremi haber verebilir mi? <http://www.yerdurumu.org/makaleler/documents/karincalar-ve-deprem.pdf>, (08.08.2016)

Can, H., D. Tuncer & D.Y. Ayhan, (2005), Genel işletmecilik bilgileri, *Siyasal Kitabevi*: Ankara,

Çalık, Ü. & G. Düzü, (2009), İktisat ve psikoloji, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (8), Issn:1694 – 528x , <http://www.akademikbakis.org/eskisite/18/7iktisat.Pdf>,

Çavuş, M.F. Z. İnce, E. Yakut, M. Akbulut, U. Güloğlu, & A. Kalkan, (2016), Kaos ve durumsallık: bir değerlendirme, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 205-224,

Davenport, N. Swartz, R.D. & G.P. Eliot, (2003), Mobbing: işyerinde duygusal taciz, (Çev. O.C. ÖnerToy), Sistem Yayıncılık: İstanbul,

Delibalta, M.S. & H. Özyurt, (2006), İşletme yönetimi, Ç.Ü Yayınları, No.26: Adana,

Dinçer, Ö. (1996), Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 3. Baskı, *Beta Basım Dağıtım*: İstanbul,

Doksat, M.K. & M. Savrun, (2001), *Evrimsel Psikiyatriye Giriş*, New Symposium, 39(3), 131-150,

Eren, N.Y. (2017), *Göçmen kuşlardan yönetim dersleri*, <http://www.sektorel.com/yazarlar/nilgun-yalim-eren/gocmen-kuslardan-yonetim-dersleri>, (02.02.2017),

Eren, E. (2008), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, *11. Basım*, Beta Yayınevi: İstanbul,

Freud, S. (1953), The standart edition of the complete works of Sigmund Freud, *Hogart Press*: London,

Gemalmaz, B.H. (2010), Johannes Althusius'da Simbiyozis, Halk Egemenliği, Devlet ve Direnme Hakkı, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 73(1-2), 43-60,

Gregory, D.W. (2007), What's in a name: is evolutionary psychology eclipsing sociobiology in the scientific literature?, *Evolutionary Psychology*, 5(4), 683-695,

Güler, E.Ç. (2006), İşletmelerin e-insan kaynakları yönetimi ve e-işe alım süreçlerindeki gelişmeler, *E.Ü. İİBF Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6 (1) Ocak,

Güneş, M. (2012), Kamu yönetiminde sosyal çevrenin ekolojik düşünce ile algılanması, *G.Ü. İİBF Dergisi*, 14(2), 99-126,

Güney, S. (2009), Davranış Bilimleri, 5. Basım, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara,

Hayes, N. (2011), Psikolojiyi Anlamak, *Optimist Yayın ve Dağıtım*: İstanbul,

Hoşgörür, V. (1997), Eğitimde kalite ve yönetimi, *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*, (55), 12-13,

<https://www.turkcebilgi.com/protokooperasyon> , (02.02.2017),

Kaban, Z.Y. (1994), Genel Sistem Teorisi ve Sibernetik, *Marmara İletişim Dergisi*, (8), 219-226,

Kaptan, Z. (2010), *Sınıf ayrılıklarının sosyobiolojik temeli üzerine: toplumsal böceklerde iş bölümünün kalıtımı*, http://www.İstanbul.Edu.Tr/İugen/İugenbulten/Zulal_Kaptan.Pdf, (06.03.17),

Kızıldağ, D. & B. Özkara, (2016), Türkiye'de örgütsel davranış araştırmalarındaki yönelimler: Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi örneği, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28) 611-631,

Koç, U. (2007), Komplekslik yaklaşımı ve bilgi yönetimi, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi Ve Yönetim Kongresi, Eskişehir*, 25 – 26 Kasım 2004, Osmangazi Üniversitesi Yayınları No: 108, 419 – 432,

Koçel, T. (2007), İşletme yöneticiliği, 11. Baskı, Arıkan Yayınevi: İstanbul,

Kolasa, B. (1979), İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, *Fatih Yayınevi Matbaası*: İstanbul,

Kral Penguenler, (1986), *Bilim ve Teknik*, V.225, C.19, s.5, <http://www.bilimteknik.tubitak.gov.tr/pdf/mayis-1986>

Kropotkin, P.A. (2008), Karşılıklı yardımlaşma - Evrimin bir faktörü, *Kaos Yayınları*: İstanbul,

Kumkale, İ. (2007), İşletme yönetimi: Genel işletmecilik bilgileri ve yeni yaklaşımlar, *Abp Yayınevi*: Trabzon,

Lamine, D.M. (2009), Epidemiology of camel trypanosomosis due to Trypanosoma evansi in Mauritania and its control strategies for sustainable livestock production, International Atomic Energy Agency (IAEA), (41), 317-318, <http://www-naweb.iaea.org/nafa/aph/BookOfExtendedSynopses.pdf>, (01.01.2017),

Lorenz, K. (1966), On Aggression. *Mjf Books*: New York,

- Maclean, P.D. & A. Triune (1973), Concept of the Brain and Behaviour, *University of Toronto Press*,
- Mercan resifleri (2016), Bilim ve Teknik Dergisi, (585), http://www.bilimteknik.tubitak.gov.tr/sites/default/files/posterler/agustos_2016_poster.pdf, (04.6.2017)
- Modern evrim teorisi, http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/ormankoruma_da6bf.pdf, (17.04.2017),
- Mutlu, A. (2006), Ekolojideki Kaos, *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 181-199,
- Nişancı, Z.N. (2015), Geçmişten günümüze yönetim düşüncesi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 257-294,
- Nobles, T. & Y. Zhang, (2011), Biodiversity Loss in Freshwater Mussels: Importance, Threats, and Solutions, *Environmental Sciences* : “Biodiversity Loss in a Changing Planet”, book edited by Oscar Grillo and Gianfranco Venora, (6. Chapter), 137-132, *InTech Publishing: Croatia*, <https://www.intechopen.com/books/biodiversity-loss-in-a-changing-planet/biodiversity-loss-in-freshwater-mussels-importance-threats-and-solutions>,
- Öğüt, A. (2003), Bilgi çağında yönetim, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara,
- Özkan, Ü.A & D.Y. Börekçi, (2013), Farklı lider-üye ve ekip-üye etkileşim kalitesi kombinasyonlarının göreceli yoksunluk ve pozitif örgütsel davranış bağlamında iş sonuçlarına etkisi, *1. Örgütsel Davranış Kongresi, Sakarya*, 15-16 Kasım, 110-115,
- Pangaro, P. (2000), Cybernetics: a definition, <http://www.Pangaro.Com/Definition-Cybernetics.Html>,
- Polatçı, S. & M. Cindiloğlu, (2013), Kişi örgüt uyumunun örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: duygusal bağlılığın aracılık rolü, *SDÜ İİBF Dergisi*, 18(3), 299-318,
- Progogine, I. (1998), Kaos Kanunları, 2. Baskı, İz Yayıncılık: İstanbul,
- Savaş, T. & İ.Y. Yurtman, (2008), Hayvan Davranış Bilimi ve Zootečni: *Tanım ve İzlem*, (49), 36-42,
- Schaller, G. (1997) The Year of the Gorilla, *The Universty of Chicago Press: Chicago*,
- Scott, G. (2005), Essential Animal Behavior, *Department Of Biological Sciences, University Of Hull, Blackwell Publishing*,
- Selçuk, Ö. & L. Aydın, (2013), Bal arılarında bulunan diğer zararlı artropodlar, *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 13(1) 41-51,
- Sezgin, F. (2003), Kriz Yönetimi, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (181), 180-195,
- Sezgin, M. & L. Talaz, (2016), Bilişim Devrimi, Siberetik İletişim ve Stratejik Halkla İlişkiler, *K. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 559-571,
- Soysal, M. (26.08.2007), *Dışlama*, Türkiye Gazetesi, <http://m.turkiyegazetesi.com.tr/yazarlar/mehmet-soysal/344405.aspx>, (16.04.17),
- Tekin, Ç. & S. Kurugöl, (2011), Üç canlı ile çevre dostu üç bina, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 6(4), 943-952,
- Uygur, A. & R. Göral, (2005), Yönetim ve organizasyon, *Nobel Yayın Dağıtım: Ankara*,
- Ünsalan, E. & B. Şimşeker, (2011), Temel işletmecilik bilgileri, *Detay Yayıncılık: Ankara*,
- Yıldırım, C. (1989), Evrim kuramı ve bağınazlık, 1.Baskı, *Bilgi Yayınları: Ankara*,
- Yoldaş, Y. (2004), İşlevsel-yapısal sistem kuramı, 1. Baskı, *Roma Yayınları: Ankara*,
- Youssef, C.M. & F. Luthans, (2007), Positive organizational behavior in the workplace: the impact of hope, optimism and resilience, *Journal of Management*, (33), 774–800.
- Yurteri, B. (2008), Organizasyon teorisinde popülasyon ekolojisi, E-Kitap, https://Books.Google.Com.Tr/Books?İd=Rr3h3gmzc6uc&Vq=%C3%B6rg%C3%Bctsel+Ekolojiciler&Hl=Tr&Source=Gbs_Navlinks_S, (02.03.2017).



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 68-74, 2017, www.nobel.gen.tr

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KÜLTÜR TURİZM AÇISINDAN BALKANLARDA OSMANLI HÂKİMİYETİ DÖNEMİ; BELGRAT'TA TÜRK KÜLTÜRÜNE AİT İZLER*

Sami KARACAN¹ Esin KARACAN² Yüksel GÜNGÖR^{3,*}

¹Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

² Justice Vocational School, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

³Kartepe Tourism Vocational School, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

* This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje)

*Sorumlu Yazar
E-posta: yukselgungor@yandex.com

Geliş Tarihi: 01.11.2017
Kabul Tarihi: 27.12.2017

Özet

Doğal kaynakların tükenmesi, çevre kirliliği, ekolojik dengenin bozulması sonucu dünyanın içine düştüğü bu olumsuz durum karşısında 20. yüzyılın son çeyreğinde sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik; çeşitlilik ve üretkenliğin devamlılığı sağlanırken, daimi olabilme yeteneğini korumak olarak tanımlanmaktadır. Çalışma sahamız turizm ile sınırlı olduğu için, sürdürülebilirlik anlayışı turizm açısından ele alınacaktır. Dünyanın içinde bulunduğu üretim ve tüketim anlayışına bağlı olarak ortaya çıkan çevresel sorunlar arasında günümüzde gelişmekte olan ülkelerde en önemli gelir kaynaklarından birisi de turizmdir. Ancak kitle turizmi bu olumsuz tahribatı arttırmıştır. Bu durum sürdürülebilir turizm anlayışını günümüzde zorunlu kılan noktaya getirmiştir. Günümüzde Sürdürülebilir turizmde aşırı kullanımdan kaynaklanan yıpranmayı önlemek için sürdürülebilir turizm çeşitleri arasında; kültür turizmi, etkinlik turizmi, eko turizm, doğa turizmi, keşif turizmi, ve macera turizmi, ön plana çıkan turizm aktiviteleridir. Kaynakların geleceğe aktarılmasına imkân veren “sürdürülebilir turizm” kapsamında, değişik kültürlerle bağlantılı turistik faaliyetler arasında yer alan kültür turizmi çerçevesinde Osmanlı'nın Balkanlarda Belgrad'taki Hakimiyet yıllarındaki Kültürel İzleri bu çalışmada ele alınarak değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: Sürdürülebilir, Kültür, Turizm, Osmanlı, Türk, Belgrad

FOR CULTURAL TOURISM IN THE SCOPE OF SUSTAINABLE TOURISM: THE OTTOMAN PERIOD IN THE BALKANS TRACKS TO BELGRAD'S TURKISH CULTURE

Abstract

Depletion of natural resources, environmental pollution, disruption of ecological balance for the fate of the world in the face of these adverse conditions is the result of 20. the concept of sustainability has emerged in the last quarter of the century. As the word sustainability; diversity and continuity of productivity, while maintaining the ability to be permanent is defined as. Our field is limited to the understanding of tourism in terms of tourism sustainability, as we will consider. Depending on the understanding of the environmental issues that arise in the world today among production and consumption in developing countries one of the most important sources of income is tourism. However, these negative increased damage of mass tourism. The understanding of sustainable tourism nowadays has brought this situation to the point to require. Today, to reduce wear due to excessive use in sustainable tourism “sustainable tourism” between types of; cultural tourism, event tourism, eco tourism, nature tourism, exploration, tourism, and adventure tourism, the tourist activities are prominent. Which allows resources to be transferred to the future of “sustainable tourism” within the scope of cultural tourism, which is among the tourist activities linked to the different cultures within the framework of the “Cultural dominance of the Ottomans in Belgrade in the Balkans in the years of the traces in this study we will consider taking.

Key Words: Sustainable, Culture, Tourism, Ottoman, Turkish, Belgrade

GİRİŞ

Turizm sektörü dünyadaki ekonomik, teknolojik ve siyasal değişimlere paralel olarak hızla gelişmekte ve ülke ekonomilerinde önemli bir yer almaktadır. Turizm sektörü geçtiğimiz on yıl içinde yaklaşık %25 oranında büyümüştür. Uluslararası turizm ise son otuz yılda yaklaşık dört kat büyümüştür. Bu gelişmeler turizm sektörünü döviz getiren, gelir ve istihdam yaratan önemli ekonomik sektörlerden biri haline getirmiştir (UNEP and WTO, 2005, s.10-15)

Turizm sektörü dünyada GSH ve istihdamın yaklaşık % 10'unu oluşturmaktadır. (TUSİAD 40, 2012, s.17.) Hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gelişimine katkı yapan turizm sektörü bu yapısı ile “sürdürülebilir kalkınmanın” lokomotifidir. Sektör olarak turizm dünya ekonomik boyutunda geldiği bu durum dünya turizm pazarından daha fazla pay alma çabası içinde olan destinasyonlar arasında rekabeti arttırmaktadır. Destinasyonların rekabetçi pozisyonlarını koruyabilmeleri ve sürdürülebilmeleri, turizm çekicilik unsurları olan çevresel kaynaklarını sürdürülebilirliğiyle mümkün olacaktır.

Kültürel ve fiziki kaynakların korunması turizm ekonomisinde büyük bir önem taşımaktadır. Turizm, ekonomik, çevresel ve sosyal gelişmenin önemli bir nedeni olmakla birlikte kontrol edilmediğinde geri dönüşümü mümkün olmayan olumsuz etkileri de söz konusu olabilir. Bu nedenle turizm de temel amaç, kaynakların doğru kullanımı, gelişmenin sürdürülebilir olması ve bugünkü ve gelecekteki toplumların yaşam kalitesini iyileştirmek olmalıdır.

Destinasyonlar arasındaki yoğun rekabet büyük ölçüde çevresel unsurlarla beslenen turizm sektöründe, çevresel duyarlılıkların da artmasıyla birlikte sürdürülebilirliği en önemli kavram haline getirmektedir. Doğal ve kültürel değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliğin devamını sağlamak olan sürdürülebilir turizm, çevreye daha duyarlı olan turizm tüketicisi, duyarlılıklarının karşılığını beklemektedir. WTO (1998) ise, sürdürülebilir turizmi; “insanın etkileşimde bulunduğu veya bulunmadığı çevrenin bozulmadan ve değiştirilmeden korunarak, kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin sürdürüldüğü ve aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şeklidir. (WTO, 1998, s.7-9). Sürdürülebilir turizm kalkınması, turizm sektöründe yer alan ev sahipleri ile turist kesimlerinin ihtiyaçlarının, bugün var olan kaynakların, gelecekte değerlerinin korunarak uzun süreli ve kesintisiz şekilde karşılanmasıdır” şeklinde tanımlanmaktadır.

Araştırma sahamız Belgrat'taki Osmanlı kültür mirasının “sürdürülebilir turizm” açısından izlerini sürüp ortaya çıkarmaktır. Sonuç olarak ise; “kültür turizmi” noktasında ele alındığında turistik arz olarak, Sırbistan turizmi içinde Belgrat'ın turizm potansiyelindeki kültürel zenginliğini arttıracaktır. Türk kültürü açısından ise; Belgrat başta olmak üzere Balkanlardaki Osmanlıdan kalan Türk kültür zenginliğinin ayakta kalan envanteri de korunmuş olacaktır.

Turizmde Çevre ve Sürdürülebilirlik Faktörü

Turizm çevre temeline dayanmakla birlikte yol açtığı hızlı ve kitlesel gelişim, çevre kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Mevcut arazi kullanımının değişmesi ile bazı bölgelerde özellikle tarımsal nitelikli topraklar kaybedilmektedir. Bitki örtüsü ve tüm doğal çevrenin tahribi, doğal çevreye uyumsuz yapılar ile kıyı şeridinin estetik yönden çirkinleşmesi ve işlevini yitirmesi ile sonuçlanmaktadır (Commission of the European Communities, 1993, s.4).

Turizm, diğer ekonomik sektörlerle göre çevresel kaynakları en çok kullanan sektördür (Tuna,2007,s.17). Bunun yanında, turistik talebi yönlendiren etkenlerin başında destinasyonun sahip olduğu çevresel kaynaklar gelmektedir. Bu kaynakların zenginliği, destinasyona turisti çeken bir avantaj olarak değerlendirilirken, bu kaynaklar üzerinde herhangi bir bozulma, destinasyonu çekim merkezi olmaktan uzaklaştırmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2009, s.40). Başarılı bir turizm için temiz, düzenli ve sağlıklı bir çevreye ihtiyaç vardır. Çevre ve turizm etkileşiminde turizmin sürdürülebilirliği ancak çevre kalitesinin sağlanmasıyla mümkün olabilir (Dal, 2007, ss.69-85).

Turizm faaliyetlerinin büyük bir kısmı çevrenin sunduğu kaynakların kullanılması ya da sunulması şeklinde gerçekleşmesiyle son yıllarda, çevreye duyarlı, seçici, kültürlü, çevre bilinci yüksek turizm talebinin artması, doğal kaynakların ve çevrenin korunması yönünde bir teşvik oluşturmakta,

kişiler daha fazla yeşil alanlara ve doğal turistik ürünlere yönelmektedir (Swarbrooke and Horner, 2001, s.226). Bu niteliklere sahip turistler, turistik kaynakların korunması ve geliştirilmesi konusunda daha duyarlı olmakta ve bu kaynaklardan daha uzun süre faydalanabilmek için kaynakların korunması ve geliştirilmesi gereken maliyetlere katlanmaya gönüllü olmaktadır (Gössling, 1999, s.29). Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal gelişme açısından önemli olması nedeniyle, gelişmenin sürdürülebilir olması, artık kaçınılmaz bir sonuçtur.

Sürdürülebilir turizm; turizm olayını oluşturan etkenlerin ve varlıkların nitelik ve niceliklerini kaybetmeden sürekliliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Turizm hareketleri; ekolojik, jeolojik ve estetik problemleri beraberinde getirmekte; gerekli önlemler alınmadığı takdirde doğal süreçler ile sürdürülebilirlik olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. Çevreye yönelik artan duyarlılık, turizmin de giderek başlıca çevre sorunu olarak görülmesine neden olmuştur (Urry, 1995, s.10-15). Turizm, gidilecek yere gelir ve istihdam sağlayabilir ancak pozitif ve negatif etkilerin her ikisini de meydana getirebilir (UNED-UK, 1999, s.24-28). Turizmin doğal ve sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi ve sorunlara tam bir çözüm getirebilmek amacıyla; sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sürdürülebilir kalkınma stratejisinin temel ilkeleri, sürdürülebilir kalkınma stratejileri, sürdürülebilir turizm politikaları, toplumun bilinçlendirilmesi ve eğitimi, hukuksal düzenlemeler, çevre yönetimi ve planlama eylemleri konuları ele alınmalıdır.

Turizm-çevre ilişki dengesinin kurulup sürdürülebilmesi bakımından ülkenin turizm ve kaynak koruma ile ilgili hedeflerinin tutarlı olması gerektiği gibi konu ile ilgili diğer hedeflerle de tutarlılığı sağlanmalıdır. Sürdürülebilir turizm politikasının hedefleri; doğal çevreyi ve ekolojik süreçleri tahrip etmemek; iç ve dış turizm hareketlerini geliştirmek; turizmi çeşitlendirmek; turistik yoğunlaşmayı zamana ve mekana yayarak kaynakların tahribini önlemek, faaliyetlerin istikrarlı olmasını sağlamak; ulaşım ve kentsel altyapıyı güçlendirmek olarak sıralanabilir.

Sürdürülebilirlik Açısından Kültür Turizmi

Kültür turizmi geniş anlamı ile, ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatması olarak tanımlanmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002, s.7). Bu tanıma göre, kültür turizminin içeriğinde; eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıkların ve onlara ait kalıntıların görülmesi; yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festival ve fuarlar, tiyatro ve sinema, müzik ve dans, lisan ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanımak amacıyla; araştırma, keşif ve dini amaçlı yapılan seyahatler bulunmaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005, s.102).

Gelecek yıllarda kitlesel pazarlamadan ziyade, bire bir seyahat pazarlamasının revaçta olacağı ve doğru bir şekilde uygulandığı takdirde kültür turizmi; sadece ekonomik yönden gelişim sağlayan değil, toplumun değerini artıran, kültürel değerlerini de güçlendiren. sanat, tarih özelliğini bünyesinde barındıran sürdürülebilir turizmin önde gelen bir çeşidi olacaktır. Kendisi bir propaganda ve reklam aracı olan kültür turizmi; iyi bir planlama, tanıtım ve organizasyon gerektirmektedir. Kültür turizminin mevsimlik olma özelliği yoktur. Dolayısıyla, turizmin zamana ve mekâna yayılmasında etkili bir araçtır.

Turistik ürün çeşitlendirmesinde ve dünya markası yaratmada en etkili rolü kültürel kaynaklar oynamaktadır. Diğer bir deyişle talep yaratma, talep çeşitlendirme, turistik ürün yaratma ve ürün çeşitlendirmede kültürel turizm ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Kültür turizmi, turizmde arz-talep dengesinin sağlanmasında etkin bir güce sahiptir ve temel olarak korumaya olanak sağlamaktadır. Ancak iyi yönetilmediği takdirde; kültür varlıklarının yıpranmasına, bozulmasına, değer kaybetmesine de yol açabilmektedir (Emekli, 2006, s 55). Kültür turizmi, gönüllü olma temeline dayanan duyarlı davranışları içermektedir. Kültür turizminin, belirli unsurları ve kaynakları tanımlama ve onları koruma eğilimi vardır (Donlon and Agrusa, 2010, s.29-31). Uzun dönemde turizmin faydasının artırılabilmesinin koşulu, turizm topluluklarının sosyo-kültürel ve çevresel kaynakları kontrol edebilmesidir. Toplumsal sürdürülebilirlik için yerel halkın önceliği ve kararlara katılımının sağlanması, sosyal ve kültürel kimliklerin korunup geliştirilmesi ve kültürel yaşam ile kültürel varlıkların korunması gerekmektedir (Ceylan, 2001, s.170-173).

Kültür turizmi, sadece turizm potansiyeline sahip bölgelerin toprakları altındaki değil; o bölgelerin üzerinde bulunan kültürel doku ve folklorik yaşamın da canlı olarak sergilenmesine olanak sağlamaktadır. Değişen eğilimlerle birlikte turist profilinin de değişmesi, kültür turizminin sunduğu ola-

nakları daha ilgi çekici hale getirmektedir. Ancak bu gelişim, kitle turizmi örneğinde görüldüğü gibi, kültür turizminde de oluşabilecek tepkilere karşı tedbirli olmayı zorunlu hale getirmiştir. Dünyanın birçok ülkesi, özellikle de tarihi ve kültürel potansiyeli zengin olan kentleri, sürdürülebilir kültür turizmi çerçevesinde kültürel ve doğal çevreyi koruma gayreti göstermektedir.

Belgrat ve Çevresinde Osmanlı Kültürel İzleri

Balkanların Orta Avrupa'ya açılan kapısı olarak kabul edilen Belgrad şehri, "Ak Hisar" anlamına gelmekte olup, Tuna ve Sava nehirlerinin birleştiği yerde kurulmuştur (Zamolo, 1992, DİA, cilt:5, s. 407). Bu yönüyle bölge Kuzey ve Orta Avrupa'yı Karadeniz ve Ege Denizi'ne bağladığı için tarih boyunca önemli bir yerleşim merkezi olmuştur (Baysun, İA. Cilt.II, s.475). Osmanlı kaynaklarında ilk olarak Sultan II. Murad tarafından kuşatıldığı belirtilen Belgrad şehri, kesin olarak 1521 yılında Kanuni Sultan Süleyman döneminde fethedilerek, Osmanlı hâkimiyetine alındı. Bu tarihten sonra, Batı seferleri için Osmanlı'nın en önemli askeri üssü haline getirilen Belgrad şehri, kısa aralıklar dışında (Fotic, 1950, s.89), 1867 yılına kadar yaklaşık 350 yıl Osmanlı hâkimiyetinde kaldı.

Bu süreç Balkan kültürü ve Sırp kültürü Osmanlı damgası olmadan düşünülemez. Sırp kültüründe Osmanlı etkisini hayatın çeşitli alanlarında görmek hâlâ mümkündür. 1459-1878 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun egemenliği altında bulunan Sırbistan Osmanlı siyasi nüfuzu altında ve Osmanlı medeniyeti çerçevesinde gelişmekteydi. Bu etki hem maddi hem de manevi kültürde kalıcı bir şekilde mevcuttur. İslam dininin Balkanların siyasal ve toplumsal gelişiminde yüzyıllar boyu büyük bir payı vardır. Uzun süreli Osmanlı hâkimiyeti Sırbistan topraklarında çeşitli şekillerde hemen hemen bütün alanlarda kökten değişmelere neden olmuştur. Ortaçağ Sırp Çarlığına nazaran Osmanlı Devleti din, devlet organizasyonu, toprak düzeni, üretim, zanaatçılık, maddi kültür, mimari, hayat felsefesi ve diğer açılardan tamamen farklıydı. Osmanlılar beraberlerinde getirdikleri asayiş ve istikrar sayesinde feodal anarşiyi ve parçalanmışlığı ortadan kaldırmıştı (Marinković, 2012, s.54-56). Osmanlıların Sırbistan'da ilk bıraktığı etki kent ve şehirlerde görülebilir. Ortaçağ Sırp Devletinde şehirlerin sayıları azdı. Diyebiliriz ki Sırp toplumunda gerçek şehir yapısı, şehir yaşamı, şehir kültürü ve şehir ekonomisi Osmanlılarla birlikte gelmiştir. İstanbul, Sofya, Belgrad ve Budin 16. yüzyılın sonlarında Avrupa'da en büyük şehirler arasına girmiştir. Osmanlıların Belgrad şehrinin kültüründe bıraktıkları izleri en açık şekilde Belgrad'da görülür (Поповић,1997, s.81-86). Şehir ve köy yapısı Mimari Ev tipi ve dekorasyonu Yiyecek ve içecek kültürü Giyim Dil ve edebiyat Psikoloji ve hayat felsefesi, Osmanlı etkisini olarak Balkanlarda ve araştırma sahamız Belgrat'ta ortaya çıkan diğer etkilerin başında gelir (Marinkovic,2002, s.44-45).

Balkan Kapısı (Kapıja Balkana) kitabında, Svetlana Velmar-Janković şehrin çok karışık olduğunu, o zamanki Türk Belgrad'da en çok Sırpça'nın konuşulduğunu ortaya koymaktadır (Велмар, 2011, s.73). 16. yüzyılın sonlarında Belgrad'ı ziyaret eden bir Prus seyyahı şu şekilde Belgrad'ı tasvir ediyor: "... *Bütün şehir dükkancılarla, kervansaraylarla, güzel camiler, Hıristiyan kiliseleriyle ve Yahudi sinagoglarıyla doludur. Bunun yanında şahane çeşmelerle ve hamamlarla da mevcuttur. İnsan istediği her şeyi, İspanya veya Almanya'nın en zarif şehirlerinde olduğu gibi, Belgrad'daki dükkanlardan alabilir.*" Zirojević, 2003, s.131). Buna rağmen 1688-1867 yılları arası dönem Belgrad için ekonomik durgunluk dönemi yaşanmıştır.

Osmanlı-Balkan mimarisinin baş öğeleri – kamu binaları, çarşılar ve mahalleler – bütün Sırp şehirlerinde görmek mümkündür. Belgrad "Balkan Kapısı" diye anılmaktadır (Поповић,1997, s. 84). Türkler Balkanlara gelince yeni mimarî üslubu getirmişlerdi. Türk mimarisinin etkisini hem kamu binalarında hem de konut yapılarında görebiliriz. Bugün hâlâ Balkan Kapısı denebilen Belgrad'da Osmanlı mirasımızın kalıntıları mevcuttur.

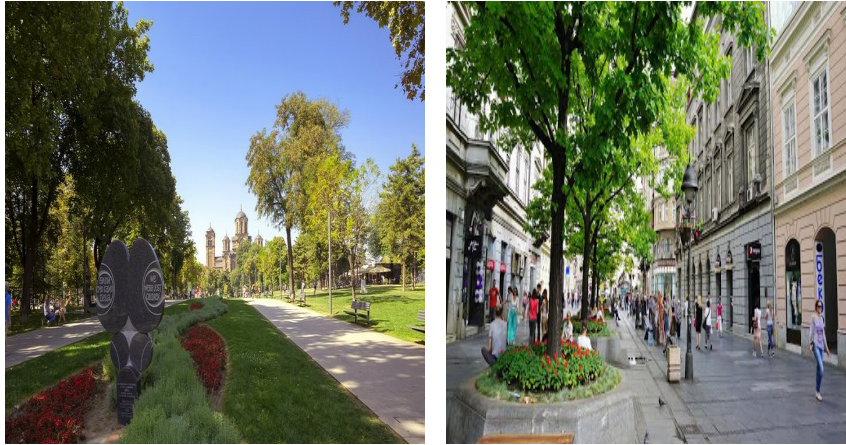
Osmanlı döneminde inşa edilmiş olan binalar zamana direnemeyip bir bir yok olsalar da, bugünkü yer adlarında Osmanlı kalıntılarına rastlamaktayız (Јанковић, 2011, s.381-397). Bu yerler ya da binalar bugün Belgrad'da bulunuyor. Osmanlıdan kalan bu eserler arasında; Belgrat Kalesi bugünde "Kalemegdan" olarak anılır. Kalenin içinde Sokollu Mehmed Paşa'nın (ya da Sırpça olarak Mehmed Pasha Sokolović) yaptırmış olduğu çeşme ve Kalemegdan'ın orta kısımlarında bir yerde ise resmen kendini unutturmuş bir türbe bulunuyor. Bu türbe, 1715 yılında Venedikliler'den Mora'yı alarak "Mora Fatihî" ünvanını alan ve 1716 yılında Avusturyalılara karşı kaybedilen Petrovaradin Savaşı'nda şehit olan Silahtar Damat Ali Paşa'nın türbesi yer alıyor.



RESİM 1-2: Kale Meydan Olarak Anılan Belgrat Kalesi (Zindan Kapı Giriş) ve Kale İçinde yer alan; Silahdar Damat Ali Paşa Türbesi

Teraziye Caddesi, bugünde Osmanlılar döneminden kalan şehre su dağıtımını sağlayan su terazisinden alır. Bu günde Belgrad'ın caddesi olma özelliğini korumaktadır.

Taşmajdan Park: Türkçe ismiyle Taş Meydan Parkı, Belgrad'ın geniş ve yemyeşil parklarından biridir. Eskiden burası taş ocağı ve mezarlık olarak kullanılmış. Taş Meydan Parkı'ı önceleri o kadar çukur bir alanmış ki, II. Dünya Savaşı yıllarında Almanlar barınaklarını bu bölgeye yapmışlardı.



Resim3-4: Taş Meydan Parkı ve Teraziye Caddesi (Günümüzdeki haliyle)

Dini yapı olarak Bayraklı Cami, eski Belgrad sınırları içerisinde, kaleye yakın bir noktada inşa edilmiş. Kanuni Sultan Süleyman zamanında yapılmış bu camidir. Osmanlılar zamanında Belgrad'da 200'den fazla camii bulunuyordu. Bugün ayakta kalan ve ibadete açık Bayraklı Camii'dir. Belgrad'ın 18. yüzyılın ilk yarısında kısa bir dönemde olsa Avusturyalıların eline geçmesinden sonra bu camii bir dönem kilise olarak kullanılmış. Osmanlılar, Belgrad'ta hakimiyeti tekrar sağlayınca, bu yapı tekrar camiye çevrilmiş. Caminin hemen kenarındaki küçük alanda ise atıl durumda bulunan Osmanlı mezar taşları bulunuyor.

Tarihi kültür mirası dışında Türkçe'nin Sırpça'ya bıraktığı izler sarsılmaz ve en kalıcı Osmanlı mirasıdır. Geçmişte sekiz binden fazla Türkçe sözcük Sırpçaya geçmiştir. Hayatın hemen bütün alanlarında günümüzde dahi Türkçe sözcüklere rastlamaktayız. Yapı işlerinden evin bölümlerine ve ev eşyasına, giyim kuşamdan yiyecek içeceğe, günlük hayattan insanlar arası ilişkilere kadar Türkçe sözcüklere rastlamamak mümkün değil. Hatta "bize yabancı gelmeyen bazı Türkçe sözcükler için günümüzde artık Sırpçada aynı anlamda karşılık olabilecek sözcükler bulamayız: "jastuk 'yastık', jorgan 'yorgan', kafa 'kahve', kafana 'kahvehane', kaşika 'kaşık', rakija 'rakı', çarapa 'çorap', pare~para 'para', boja 'boya', pekmez 'pekmez', kajmak 'kaymak', raja 'reaya', sarma 'sarma', juvka 'yufka', çardak 'çardak', ka-

pija ‘kapı’, baksuz ‘bahtsız’, ugusruz ‘uğursuz’, kula ‘kule’, komšija ‘komşu’, imam ‘imam’, ‘muftija müftü’, džamija ‘cami’ vb.” (Marinkoviç, 2009, s.388-389).



Resim 5-6: Bugün Ayakta Kalan Ve İbadete Açık Bayraklı Camii
Caminin Hemen Kenarında Bulunan Osmanlı Mezar Taşları

Günümüzde WTO (Dünya Turizm Örgütü)’ya göre dünya genelindeki tüm turizm turlarının % 37’si kültürel turizmden oluşmaktadır ve talebin yılda % 15 arttığı tahmin edilmektedir (Leslie, 2001, s.113). Toplam turizm talebindeki artışın % 3-4’lerde olduğu düşünülürse, kültürel turizmdeki artış hızının ne kadar anlamlı olduğu ortaya çıkar.

SONUÇ

Kültür Turizmin bugün geldiği noktada Sırbistan da araştırma sahamız olan Belgrat’ta Osmanlı kültürünün ve İslam medeniyetinin Sırp kültürünün tarihî gelişiminde büyük bir payı vardır. Osmanlılar Sırpların yaşadıkları topraklara gelince hayatın tüm alanları büyük değişmelere uğramıştır. Osmanlı ile birlikte önce yeni mimarlık ve şehir altyapısı gelmiştir. Günümüzde de Sırp şehirlerinde Osmanlı döneminden kalma göze çarpan kamu ve konut mimarisinin örneklerine rastlanabilir. Diğer yandan da Osmanlı kültürünün ve hayat tarzının etkilerini Sırbistan’daki ev içlerinde, giyim kuşam kültüründe, beslenme alışkanlıklarında, Sırp dilinde, sözlü ve yazılı edebiyatta, hatta hayat felsefesinde ve dünya görüşünde dahi görmek mümkündür.

Turizm de kültürün günümüzde, tüketimi artan bir şekilde ekonominin canlandırılmasında kullanılmıştır. Kültürel olanakların yaratılması başta Avrupa şehirlerinin içine olan yatırımları çekmek için rekabetçi mücadelede önemli bir silah olmuştur. Şüphesiz bu silah dünyada kitle turizmine bir alternatif olarak turizmin sürdürülebilir kılınması ve turizmin 12 aya yayılmasında bir araç olarak kullanılabilir-mektedir.

Belgrat ve Çevresinde bugün ayakta kalan bu Osmanlı tarihsel her alana yayılmış olan kültürel zenginliği korundu zaman Sırp Turizmine büyük bir ivme kazandıracaktır.

KAYNAKÇA

- Baysun, M. Cavid ,“Belgrad”, İA. C. II, İstanbul 1979.
- Ceylan, T. (2001). Turizm ve sürdürülebilir gelişme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1).
- Commission of the European Communities, (1993). Commission of the European Communities, Directorate General XXIII-Tourism Unit. Taking account of environmental intourism development. Brusseles.
- Dal, S. (2007). Kuşadası’nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekansal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları .*Ege Coğrafya Dergisi*, 16 (2007), 69-85, İzmir, Aegean Geographical Journal.
- Donlon, J. G., Donlon, J. H. ve Agrusa, J. (2010). Cultural tourism, camel wrestling and the tourism ‘bubble’ in Turkey. *Anatolia: An International Journal of Tourism Hospitality Research*, 21(1).
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı:15.
- Gössling, S. (1999). Ecotourism: A Means To Safeguard Biodiversity And Ecosystem Functions? *Ecological Economics*.

- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2009). Turizm ve Çevre, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 1.
- Leslie, D., (2001), "Urban Regeneration and Glasgow's Galleries with Particular Reference to the Burrell Collection", Edited by RICHARDS, Greg, Cultural Attractions and European Tourism, CAB International, UK.
- Marinkoviç, (2009), Türkçe Sözcükler Olmadan Sırpça Olur mu?, Türk Dili, 689, Mayıs, Türk Dil Kurumu, Ankara.
- Marinkoviç, Mirjana. (2012) Sırp Kültüründe Osmanlı Damgası, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi / 2012-2 (Temmuz-Aralık) (Balkan Özel Sayısı-II).
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002).Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 2.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (2001). Consumer Behaviour in Tourism, Scd. Press. Britain.
- Tuna, M. ,(2007). Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği) Detay Yayıncılık Ankara.
- TUSİAD 40, (2012), Sürdürülebilir Turizm, Eylül-2012, Yayın No: TÜSİAD-T / 2012-9 / 531. Sis Matbaacılık-İstanbul.
- UNEP and WTO,(2005), Making Tourism More Sustainable, Madrid, Spain.
- Urry, J., (1999). Mekanları Tüketmek, Routledge/ 1995 basımından çeviren: Rahmi G. Ögdül, Ayrıntı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- WTO (1998), Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, ISBN 92-844-0280-8.
- Zamola, Divna Djuric. (1992) "Belgrad", DİA, C. 5, İstanbul.
- Велмар-Јанковић, Светлана (2011), Капија Балкана. Брзи водич кроз прошлост Београда, Стубови културе, Београд.
- Поповић, Тома (1997), Структура турског града – чаршија и махале, Ислам, Балкан и велике силе (XIV-XX век), Историјски институт, Београд.



International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
E-ISSN: 2602-4411, 1 (1): 75-79, 2017, www.nobel.gen.tr

A RESEARCH ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTIONS OF MARITIME FACULTY STUDENTS*

Gönül KAYA ÖZBAĞ^{1*}

¹Department of Marine Business Administration, Maritime Faculty, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

²Kartepe Tourism Vocational School, Kocaeli University, Kocaeli, Turkey

**This article was presented at the 1st International Congress on Tourism, Economic and Business Sciences (01-05 November 2017- Skopje).*

Corresponding author
E-mail: gonulozbag@gmail.com

Received:01.11.2017
Accepted:27.12.2017

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) concept has attracted considerable interest in recent years by researchers and practitioners. Due to an increased awareness of the need for CSR this study examines corporate social responsibility perceptions of maritime faculty students (MFS). MFS were chosen for this research since these students are usually employed by an international organization and have difficulties in interpreting ethical issues in a business context because of cultural differences. Owing to the multicultural nature of shipboard work, it is important for every seafarer to be ethically sensitive toward shared values and virtues worldwide. Self-reported data was collected through a structured questionnaire from 120 undergraduates in Maritime Faculty of Kocaeli University. Students consider that “legal responsibilities” as the most important CSR component, followed by the “economic responsibilities”, “ethical responsibilities” and “philanthropic responsibilities”. Furthermore, findings show that women gave higher priority than men to two components of CSR including “legal responsibilities” and “philanthropic responsibilities”.

Keywords: Corporate social responsibility, economic responsibilities, legal responsibilities, ethical responsibilities, philanthropic responsibilities

INTRODUCTION

While corporate social responsibility (CSR) is not a new idea, it has never been more remarkable on the corporate agenda than it is today. In contrast to Milton Friedman’s economic view of limiting CSR to increase its profits, increasing calls are coming from business associations (e.g. World Economic Forum (WEF), World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)) to assume that business have wider responsibilities in the social arena. Scandals that have happened in recent years (Enron, WorldCom) indicate that it is important to understand and develop the perceptions of the role of business in society. Since today’s business students are tomorrow’s managers, their awareness about the social responsibilities of the businesses and their managers is essential. Understanding the prevailing CSR perception of marine business students will enable the maritime faculties of universities to better address CSR content.

Corporate Social Responsibility

The debate over the social responsibilities of have been discussed since Howard Rothman Bowen seminal book (1953) “The Social Responsibilities of the Businessman”. Bowen (1953) called for more accountability of business to society, building on Chester Barnard’s (1938) determination that formal organizations are the principal structural frameworks of society. Barnard is one of the first authors who wrote a manager need to analyze the economic, legal, moral, social, and physical elements

of the environment when making business decisions (Joyner and Payne, 2002; 301). Similarly Bowen argued that businessmen are responsible for the consequences of their decisions in a sphere somewhat wider than corporate financial performance, indicating the existence and importance of corporate social performance (Abe and Ruanglikhitku; 2013; 69). The businessman should be fully accountable not only to his Board of Directors, his stockholders, and the tax collector, but also to workers, consumers, suppliers, the community and the general public” (Bowen, 1953, p. 159).

In recent years academics and business practitioners search the topic how CSR should be defined and implemented. Various approaches to CSR definitions has been developed, such as ‘shareholder approach’, which defines the social responsibility of business as to obey the law and maximize shareholder wealth (Friedman, 1962, 1970). On the other hand, Freeman (1984) emphasizes that organizations cannot only focus merely on the needs of shareholders but should also consider the interests of their other stakeholders that can be defined as any group or individual who can influence or be influenced by organizational activities. Clarkson (1995) contributed to stakeholder approach by separating stakeholders as primary (e.g. shareholders, employees, customers and suppliers, the government, local communities) and secondary stakeholders (they are in interaction with the company, but aren’t as crucial for the company as the primary stakeholders).

Carroll’s (1979, 1991) model which can be seen as one of the most widely accepted models of the CSR, indicates that CSR is a multi-dimensional construct consisting of four sets of responsibilities: economic, legal, ethical and philanthropic (discretionary) responsibilities. Economic responsibilities state that organizations will produce good and services that are needed and desired by customers and sell those goods and services at a reasonable price. Organizations need to be efficient, profitable, and to keep shareholder interests in mind since all other business functions are predicated on this assumption. Legal responsibilities emphasize that a firm has to obey laws and regulations as a condition of operating. Ethical responsibilities represent the behavior and activities that are not part of the law, but that are expected or prohibited by society. Finally, philanthropic responsibility refers to the company’s voluntarily commitment to improve the quality of life and participate in social and ecological problem solving in society. People in a society expect that a company should do business as a “good corporate citizen” (Carroll, 1991, p. 42) by participating in activities that contribute and help the education, arts, culture, medicine, science, and community improvement (Ramasamy & Yeung, 2009; Seifert, Morris & Bartkus, 2004). The pyramid of CSR describes the four different components that should be fulfilled together and in parallel rather than within a sequence (Ramasamy & Yeung, 2009, p.120). It also provide framework how a business organization might engage in business decisions, actions, practices, and policies simultaneously (Carrol, & Buchholtz, 2008. p. 46).

It’s accepted by many researchers that Carroll’s Pyramid of CSR is broad enough to capture all components of CSR and therefore this study used Carroll’s CSR Pyramid as a framework for the analysis. Despite there are many studies on student’s perception of CSR, there is a lack of empirical research into maritime students’ attitudes toward CSR. Maritime transport and activities are fundamental to sustaining economic growth and spreading prosperity throughout the world, thereby fulfilling a critical social as well as an economic function (Haag et al., 2015, p.1). In this sense, studying CSR perceptions of Maritime Business Administration students who will become future managers and leaders is important.

Students Perception of CSR

Several researchers have provided empirical evidence relating student perceptions of CSR. For instance, Kraft (1991) examines the relative importance of social responsibility in identifying effectiveness long-term and short-term success among undergraduate students. The results indicate that students viewed social responsibility as relatively unimportant compared to other determinants associated with finance, marketing and personnel. However, Elias (2004) found that business students viewed corporate social responsibility to be more important to profitability and long-term success of the firm after media exposure to corporate scandals.

Moreover, Jeffrey (1993) examined college major as an explanatory variable in students’ ethical perceptions and that accounting majors exhibited higher ethical development compared to students majoring in other business disciplines. Achua examined (2008) 75 undergraduate business students’

CSR orientation and found 73% of respondents had a high CSR orientation and believed that companies' responsibility goes beyond an exclusive concern for their shareholders' interests. Moreover, Lindeman and Verkasalo (2005) claimed that business students regard ethical values and issues as a more source of concern rather to other discipline students.

Some researchers have found that demographic characteristics are important in shaping student perceptions of CSR (Arlow, 1991; Kraft, 1991; Kraft and Singhapakdi, 1995). Besides, many researchers found that gender played an important role in undergraduate students' attitude toward CSR and business ethics. For instance, Arlow (1991) found that females are more ethical and socially responsible than males. Similarly, Peterson et al. (2010) observed that females exhibit more ethical attitudes and also have higher ethical standards than men. Marquis and Lee (2013) investigated organizational structures and how they influence strategies over which corporate leaders have significant discretion. The authors found that women executive leaders, on average, contributed more charitable funds. Hatch and Stephen (2015) find that women have higher levels of Internalized Moral Identity than men. Moreover, they find that women believe that organizations should be more beneficial to society than men, which turns into into a higher quality of corporate social responsibility. Accordingly, we expect that that women exhibit greater sensitivity to corporate social responsibility than men. Thus, we hypothesize

H1: Compared to male students, female students show a higher concern for economic responsibilities.

H2: Compared to male students, female students show a higher concern for legal responsibilities.

H3: Compared to male students, female students show a higher concern for ethical responsibilities.

H4: Compared to male students, female students show a higher concern for philanthropic responsibilities

DATA ANALYSIS AND RESULTS

Sample and Data collection

A survey was distributed to 120 undergraduate students majoring in Maritime Business Administration in Kocaeli University to learn about their perception, understanding, and commitment to corporate social responsibility. The instrument consists of 20 statements covering all four components of Carroll's model and respondents record their agreement or disagreement with each statement on a five-point likert scale ranging from "Highly Unimportant" (1), through to "Highly Important" (5). The students were predominantly male (62,5%).

To test the reliability of the scales used in the study, Cronbach Alpha scores were calculated for each dimension of CSR. Furthermore, in order to identify the underlying structure of various measures exploratory factor analysis using principle components of factor extraction and varimax rotation techniques was performed. The results of factor analysis of the measurement items (Table 1) imply that measures used in this study have construct validity. The factor loadings and the Alpha reliabilities of the factors are presented in Table 1.

Table 1: Factor Loadings and Cronbach's Alpha

Variables	Factor loading	Cronbach Alpha
Economic Responsibilities	0.917,0.849,0.788, 0.771, 0.647	0.89
Legal Responsibilities	0,925, 0,900, 0.880,0.703,0.613	0.90
Ethical Responsibilities	0,862, 0,782, 0,705, 0,615, 0,507	0.76
Philanthropic Responsibilities	0.896, 0.807, 0.803, 0,756, 0,645	0.88

Table 2 shows the relative importance of the each CSR component according to the perceptions of maritime business administration students. According to the results of this study, students view "legal responsibilities" as the most important CSR component, followed by the "economic responsibilities",

“ethical responsibilities” and “philanthropic responsibilities” components.

Table 2: Mean Scores of CSR Components

Variables	N	Mean Score	Rank
Economic Responsibilities	120	4.05	2
Legal Responsibilities	120	4.45	1
Ethical Responsibilities	120	3.62	3
Philanthropic Responsibilities	120	3.27	4

Table 3 shows the t-test results which were conducted to test the hypotheses. Accordingly, findings show that women gave higher priority than men to two components of CSR including “legal responsibilities” and “philanthropic responsibilities”. Therefore H2 and H4 is accepted. However, there is no significant difference regarding to “ethical responsibilities” and “economic responsibilities” of the business.

Table 3: Results of the H1 Hypothesis Testing

Variables		N	Mean	t	p
R	Female	45	4,60	4,32	,642
	Male	75	4,03		
LR	Female	45	4,65	1,66	,000*
	Male	75	3,26		
ER	Female	45	3,95	3,46	,689
	Male	75	3,70		
PR	Female	45	4,12	2,02	,002**
	Male	75	3,10		

CONCLUSION

This study contribute to CSR literature by examining the relative importance of Carrol’s (1991) four-part conceptualization of CSR, through the lenses of maritime business administration students of Kocaeli University. The results show that students have a high appreciation of CSR because they value positively each component of CSR. Students consider that “legal responsibilities” as the most important CSR component, followed by the “economic responsibilities”, “ethical responsibilities” and “philanthropic responsibilities”. On the other hand, the theory of corporate social responsibility support that next to ensuring that company is profitable, it obeys all laws is the most important responsibility,

In line with previous researches, the results generally supported the hypothesis that women exhibit greater sensitivity to CSR than men. Although the generalizability of the results is limited by the small sample size, this conclusion is significant since one can conclude that when women continue to involve in business, firms probably would operate more socially responsible in business. Since today’s business students are tomorrow’s managers, the best way to get firms to behave in socially responsible ways is to increase their awareness about the social responsibilities of the businesses.

REFERENCES

- Abe, M., & Ruanglikhitku, W. (2013). Convergence and Coherence in International CSR Instruments: Implications for business in the Asian and Pacific Region. In R. Ratnayake (Ed.), *From corporate social responsibility to corporate sustainability: Moving the agenda forward in Asia and the Pacific* (pp.1–102). New York: United Nations.
- Carroll, A. B., and Buchholtz, A. K. (2008). *Business and Society*, International student edition.
- Clarkson, M. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *The Academy of Management Review* 20 (1), 92–117.

- Elias, Z. R. (2004). An examination of Business Students Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies, *Journal of Business Ethics*, 52, 267- 281.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder's Approach*, Pitman, Boston, MA.
- Friedman, M. (1970, September 13). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*, 122-126.
- Hatch Butler and Stephen K. Sheryl-Ann (2015). Gender Effects on Perceptions of Individual and Corporate Social Responsibility, *Journal of Applied Business and Economics* Vol. 17(3), 63-71.
- Haag Fredrik, Kleverlaan Edward and Dispert Astrid, Estimations of the contribution of international shipping to greenhouse gas emissions, *International Maritime Organization*, Brief for GSDR2015.
- Jeffrey, C. (1993). Ethical Development of Accounting Students, Non-Accounting Business Students, and Liberal Arts Students. *Issues in Accounting Education* 8 (1), 86-96.
- Joyner, B.E., Payne, D. (2002). Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41 (4), 297–311.
- Kraft, K. L. (1991). The Relative Importance of Social Responsibility in Determining Organizational Effectiveness: Student Responses, *Journal of Business Ethics* 10, 179-188.
- Lindeman M, Verkasalo M. (2005). Measuring Values With the Short Schwartz's Value Survey. *Journal Personal Assessment*, 85(2): 170-178.
- Marquis, C. and M. Lee. (2013). Who is Governing Whom? Executives, Governance, and the Structure of Generosity in Large US Firms, *Strategic Management Journal* 34, 483-497.
- Peterson RA, Albaum G, Merunka D, Munuera TL, Smith SM (2010). Effects of Nationality, Gender and Religiosity on Business Related Ethical. *J. Bus. Ethics*, 96, 573-587.
- Ramasamy, B. and Yeung, M. (2009). Chinese consumers' perception of corporate social responsibility (CSR), *Journal of Business Ethics*, Vol. 88, No. 1, 119-132.
- Seifert, B., Morris, S. A., & Bartkus, B. R. (2004). Having, giving, and getting: Slack resources, corporate philanthropy, and financial performance, *Business & Society*, 43, 135–161.



International Journal of
Tourism, Economic and Business Sciences
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi

NOBEL SCIENCE

"SCIENCE CENTER OF TURKEY"