



TINI- SOS

*The International New Issues In SOcial Sciences*

The

TINI- SOS

International

New

Issues

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

*The International New Issues in Social Sciences*

*International Scientific Refereed Journal*

Year: 2022 Winter

Volume: 10

Number: 1

ISSN: 2149-4266

eISSN: 2645-9140



*The International New Issues in Social Sciences*

*Year 2022 Winter - Volume 10, Number 1*



TINI·SOS

*The International New Issues In Social Sciences*

ii



*The International New Issues in Social Sciences*  
*Year 2022 Winter - Volume 10, Number 1*

TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences (tini-SOS)*



TINI- SOS

Year: 2022 Winter  
Volume: 10 Number: 1

iii

**Editör:** Prof. Dr. Orhan Küçük

## Index

”ACARINDEX A S O S DergiPark  
, indeks AKADEMİK

## İletişim:

Editor: kucuktr@hotmail.com

Journal: tinissues@hotmail.com

Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tinisos>

**Matbaa:** Sonçağ Yayıncılık Matbaacılık Reklam San Tic. Ltd. Şti. İstanbul Cad.  
İstanbul Çarşısı 48/48, İskitler - Ankara Tlf: 0312 341 36 67

E-Posta: [uzun@uzundijital.com](mailto:uzun@uzundijital.com)



*The International New Issues in Social Sciences  
Year 2022 Winter - Volume 10, Number 1*

**Yayın Kurulu/ EditorialBoard**

Dr. Akram Karimov (Taşkent Maliye Enstitüsü/ **Özbekistan**)

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

Dr. Gülzira ZHAXYGLOVA (Kocaeli Üniversitesi/Türkiye)

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

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

Doç. Dr. Ozodbek KARAMATOV (Onursal üye/ **Kazakistan**)

Dr. Tohir Malikov (Taşkent Maliye Enstitüsü/ **Özbekistan**)

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

**Tini-SOS, 2015'den bu yana yılda 2 kez yayımlanan, uluslararası, hakemli,  
bilimsel bir dergidir.**

Tini-SOS is an international, peer-reviewed, scientific journal published  
twice a year since 2015.



**Hakem Kurulu/ Board of Referees**

Doç. Dr. Abdülkadir Kırbaş (Erzurum Teknik Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Abdülkadir Tuna (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)

Doç. Dr. Ahmet Mutlu Akyüz (Gümüşhane Üniversitesi/Türkiye)

Doç. Dr. Ahmet Oğuz (Karabük Üniversitesi/Türkiye)

Prof. Dr. Alaattin Kızıltan (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)

Doç. Dr. Ali Konak (Karabük Üniversitesi/Türkiye)

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

Doç. Dr. Ayhan Karakaş (Bartın Üniversitesi/ Türkiye)

Prof. Dr. Bener Güngör (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)

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

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

Dr. Öğr. Üyesi Bülent Yıldız (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Cüneyd İkbâl Sarıoğlu (Kocaeli Üniversitesi/ Türkiye)

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

Doç. Dr. Fahri Maden (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)

Doç. Dr. Faruk Dayı (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)

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

Doç. Dr. Ferudun Kaya (Bolu İzzet Baysal Üniversitesi/Türkiye)

Dr. Güلزira Zhaxyglova (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)

Assoc. Prof. Hayrettin Kesgingöz (Kahramanmaraş Sütçü İmam  
Üniversitesi/Türkiye)

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

Doç. Dr. Hüseyin Karamelikli (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi İlker Kocamaz (Marmara Üniversitesi/Türkiye)

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



**Hakem Kurulu (Devam) / Board of Referees (Cont.)**

- Prof. Dr. İstiklâl Yaşar Vural (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)
- Prof. Dr. Kerem Karabulut (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Mahmut Tekin (Selçuk Üniversitesi/ Türkiye)
- Dr. Maiya Myrzabekova (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Mehmetgali Saribekov (Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan)
- Prof. Dr. Mehmet Topal (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)
- Assoc. Prof. Metin Bayrak (Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan)
- Dr. Öğr. Üyesi M. İhsan Çubukçu (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Muammer Zerenler (Selçuk Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Muharrem Evcı (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Muhsin Halis (Kocaeli Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Murat Nişancı (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Nazım Kartal (Sinop Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Niyazi Gümüş (Bolu İzzet Baysal Üniversitesi/Türkiye)
- Prof. Dr. Orhan Küçük (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Osman Demirdöğen (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Ozodbek Karamatov (Onursal Üye/ Kazakistan)
- Prof. Dr. Ömer Faruk İşcan (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Ömer Selçuk Emsen (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Ömer Nasuhi Şahin (Yalova Üniversitesi/Türkiye)
- Prof. Dr. Ramazan Erturgut (Akdeniz Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Üyesi Recep Özdirek (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Salih Memiş (Giresun Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Selami Özcan (Yalova Üniversitesi/Türkiye)



**Hakem Kurulu (Devam) / Board of Referees (Cont.)**

- Prof. Dr. Selami Şimşek (Gümüşhane Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Selami Yıldız (Düzce Üniversitesi/Türkiye)  
Doç. Dr. Selçuk Korucuk (Giresun Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Selim Başar (Anadolu Üniversitesi/Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Selma Karabaş (Çankırı Karatekin Üniversitesi/Türkiye)  
Doç. Dr. Serdar Yener (Sinop Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Serkan Dilek (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Suat Hayri Şentürk (Gümüşhane Üniversitesi/Türkiye)  
Doç. Dr. Şemsettin Kırış (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin Keleş (Erzincan Üniversitesi/Türkiye)  
Prof. Dr. Şükrü Yapraklı (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Turgut Bayramoğlu (Bayburt Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Yahya Yeşilyurt (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Yaşar Bolat (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Yılmaz Fidan (Balıkesir Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Yasin Uzuntarla (Sağlık Bilimleri Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Yusuf Öcel (Düzce Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Yusuf Sürmen (Karadeniz Teknik Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Zafer Ağdelen (Girne Amerikan Üniversitesi/ Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti)  
Prof. Dr. Zehra Tan (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)





**Derginin Yayınlanma Amacı:** Tini-SOS dergisi sosyal bilimler alanında özellikle yeni olan, bir uygulamayı yeni yöntemlerle analiz eden veya farklı alanlarda uygulayan, bilimsel araştırma makalelerini literatüre taşımak, bu anlamda bilim insanlarının çalışmalarını duyurabilmek ve sonucunda bilimin gelişmesine yardımcı olmak, ülkemizin ve genel olarak dünya insanının bilgiye erişimine ve neticesinde refahına katkı sağlamaktır.

viii

Bu yapılırken, genç araştırmacıların araştırma istekliliklerini motive etme adına, benzeri yapılmış çalışmaların, farklı uygulama alanlarındaki örneklerine ilişkin uygulamalı araştırmalar da değerlendirilecektir.

**Tini-sos'un vizyonu** ise; dünya genelinde saygınlığı olan bir bilimsel dergi olabilmektir.

### **Derginin Kapsamı**

The International New Issues in Social Sciences, uluslararası bilimsel, hakemli bir dergidir.

Tini-SOS dergisi, sosyal bilimler alanında, özellikle bilimsel ölçütlere uygun şekilde yapılandırılmış alan araştırmalarına dayalı bilimsel makaleleri değerlendirmek ve uygun ölçüleri sağlayan çalışmalarını yayınlamak üzere çalışmalarını yürütmektedir.







**Purpose of Publication:** Tini-SOS journal is to carry scientific, research articles which are especially new in social sciences, analyze an application with new methods or apply it in different fields. In this sense, to announce the work of scientists and as a result to help the development of science, and to contribute to the welfare of our country and the people of the world in general.

While doing this, in order to motivate young researchers' willingness to research, applied research will be evaluated on examples of similar studies in different application areas.

**The vision of tini-sos** is to be a respected scientific journal throughout the world.

### **Scope of the Journal**

**The International New Issues in Social Sciences**, is international, Scientific, peer-reviewed Journal.

Tini-SOS journal is to evaluate scientific articles in the field of social sciences, especially based on field studies structured in accordance with scientific criteria, and conducts studies to publish studies that provide appropriate measures.





**Etik Kurallar:** Tini-SOS dergisi, yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmış makaleleri uygun hakemlik süreçlerinden geçirerek yayımlamakta, bu süreçte etik kurallara azami riayet etmektedir. Etik kurul kararı gereken makalelerden Etik Kurul Raporu istenmektedir. Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulmaktadır.

x

Committee on Publication Ethics (COPE) standartlarına dikkat edilmektedir.

**1. Çalışma tasarımı ve etik onayı:** Araştırmalar iyi gerekçelendirilmeli, iyi planlanmalı,

uygun şekilde tasarlanarak etik olarak onaylanmalıdır.

**2. Verilerin uygun analizi:** Veriler süistimal edilmeden derlenmeli ve tahrif edilmeden analiz edilmelidir.

**3. Yazarlık:** Çalışmanın belli bir bölümüne belli ölçüde katkı sağlanmalıdır.

**4. Çıkar çatışmaları:** Daha sonra ortaya çıktığında yazarların kabul etmeyecekleri durumlar içermemelidir.

**5. Akran değerlendirmesi:** Editörler tarafından hakem kurulu dışında yazılı görüş sunmak üzere uzmanlar belirlenebilir.

**6. Gereksiz yayın:** Yayınlanmış bir yayın başka bir dilde de olsa tekrar yayınlanmaz.

**7. İntihal:** Bir başka yazarın eserinin tamamen veya kısmen kaynak göstermeksizin alınmasına kesinlikle rıza gösterilmez.

**8. Editörlerin görevleri:** Mevcut yapımızın üzerinde daha güçlü bir dergi yönetimi var etmek ve bunu sürdürülebilir kılmak temel hedefimizdir.

**9. Medya ilişkileri:** tini-SOS'un yerel ve ulusal medyada, özellikle sosyal medyada görünürlüğüne çaba harcanmaktadır.

**10. Reklam:** tini-SOS'un tanıtımı bilim camiasında yapılmaya çalışılmakta, basılan dergiler üniversite kütüphanelerine gönderilmektedir.





**Ethical Rule:** Tini-SOS magazine publishes articles prepared in accordance with the rules of publication ethics through appropriate refereeing processes and complies with the ethical rules in this process. Ethics Committee Report is requested from the articles as required by the ethics committee decision. Research and Publication Ethics are followed in the articles.

xi

Committee on Publication Ethics (COPE) standards are observed.

**1. Study design and ethical approval:** Research should be well justified, well planned,

properly designed and ethically approved.

**2. Appropriate analysis of data:** Data should be collected without abuse and analyzed without tampering.

**3. Authorship:** A certain amount of contribution should be made to a certain part of the study.

**4. Conflicts of interest:** It should not contain situations that authors will not accept when they occur later.

**5. Peer Review:** The editors may appoint experts to submit written comments outside the arbitral tribunal.

**6. Redundant publication:** A published publication is not republished, even in another language.

**7. Plagiarism:** It is strictly forbidden to take the work of another author completely or partially without referring to it.

**8. Duties of the editors:** Our main goal is to have a stronger magazine management on our existing structure and to make it sustainable.

**9. Media relations:** Efforts are made to ensure the visibility of tini-SOS in local and national media, particularly in social media.

**10. Advertisement:** Tini-SOS is being promoted in the scientific community, and journals are sent to university libraries.



**TINI-SOS Yazı Yayın Koşulları**

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

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

3. Makaleler, yazarlar tarafından dergipark üzerinden sisteme girilmelidir. Dergi editörlüğü ile makale sunum ve değerlendirme süreçlerine ilişkin tüm iletişim, mail üzerinden gerçekleştirilmelidir. Sistemde aksilik yaşanması halinde (tinissues@hotmail.com veya kucuktr@hotmail.com) adreslerine e posta gönderilmelidir. Telefonla bilgi verilmez.

4. tini-SOS dergisine sunulan makaleler öncelikle şekil ve içerik yönünden ön incelemeye tabi tutulmakta, uygun bulunan makaleler en az 2 hakemesunulmaktadır.

5. tini-SOS 'a gönderilen makalelerin hakemlik sürecine girip girmeyeceği iki hafta içinde sonuçlandırılır. Ön İnceleme sonucunda iade edilmesine karar verilen makalelere ait makale sunum bedeli iade edilir.

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

7. Gönderilen yazılar 1 satır aralıklı, paragraf aralığı önce 0 nk sonra 6 nk, tablo ve şekillerle birlikte en çok 25 sayfa, A4 veya A5 olmayıp özel boyut 16x24 cm sayfası boyutunda, üstten ve alttan 3 cm., soldan ve sağdan 2 cm. boşluk olmalıdır. Yazı 10 puntoda, özet 9 punto ve Palatino Linotype, sola yaslı, Türkçe font kullanılarak hazırlanmalıdır. Şekil şartlarına veya dergi içeriğine uymayan yazılar ön inceleme sonrasında tini-SOS Dergisince hakemlere gönderilmeden yazar/lar'a iade edilir.





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

9. Tablo ve makale isimleri üstte, şekil ve grafik isimleri altta yer almalıdır. Yazı büyüklüğü ve girintiler yazım kuralları ile aynıdır. Şekil 1. veya Tablo 1: biçimi kullanılabilir.

10. Gönderilen bütün makalelerin başında, Türkçe başlık, Türkçe özet, İngilizce başlık, İngilizce özet yer almalıdır. Özet kısımları 120-150 kelime arasında olmalıdır. Özetlerde; amaç, kapsam, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerinin yer almasına özen gösterilmelidir. Özet kısımlarının altında anahtar kelimeler (keywords) İngilizce ve Türkçe olarak yazılmalıdır. Özetlerde kısaltma kullanılmamalıdır.

11. tini-SOS'a gönderilecek makaleler, yazar isimli ve isimsiz olmak üzere iki word dosyası biçiminde dergipark sistemine yüklenmelidir. Aynı sayfaya telif hakkı formuyla birlikte İntihal Raporu (en fazla %20) ve gerekiyorsa Etik Kurulu Raporu eklenmelidir.

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

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

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

15. Makalelerde Türk Dil Kurumu'nun (TDK yazım kılavuzu ve yazım kuralları örnek alınmalıdır. Detaylı bilgi için TDK'nun web sayfasına bakınız: [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr). Yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe





sözlükler kullanılmalıdır. Türkçe'de alışılmamış sözcükler kullanılırken ilk geçtiği yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilebilir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





Yayımları.

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

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

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

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

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

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

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

18. Makale sunum bedeli 2022 yılı için 350 TL olup makalenin dergiye gönderildiği anda hesaba aktarılması gerekmektedir. TINI'ya gönderilen ve hakemlik sürecine giren makalelerin sunum ücreti, makale yayımlansın-yayımlanmasın iade edilmez.

19. Makalelerde dile getirilen düşüncelerden yazarları sorumludur.

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

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





### TINI-SOS Editorial Terms

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

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

3. Articles must be entered into the system by the authors through Dergipark. All communication regarding the journal editorial and article submission and evaluation processes should be done via e-mail. In case of any problems in the system, an e-mail should be sent to ([tinissues@hotmail.com](mailto:tinissues@hotmail.com) or [kucuktr@hotmail.com](mailto:kucuktr@hotmail.com)). No information is given over the phone.

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

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

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

7. 1 line spacing, paragraph spacing before 0 nk after 6 nk, tables and shapes with up to 25 pages, A4 or A5 not special size 16x24 cm page size, 3 cm from the top and bottom, from left and from the right 2 cm. there should be space. Writing 10 Punto, abstract 9,5 Punto Palatino Linotype, left-leaning, should be prepared using Turkish font. Articles that do not comply with the terms of the form or the content of the Journal are returned to the authors/s without being sent to the referees by Tini Journal after the







preliminary examination.

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

xvii

9. Table and Article names should be placed at the top, shape and graphic names should be placed at the bottom. Writing size and indentations are the same as spelling rules. Figure 1. or Table 1: format can be used.

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

11. The articles to be sent to tini-SOS should be uploaded to the Dergipark system in two word files, with the author's name and without the author's name. Plagiarism Report (maximum 20%) and, if necessary, Ethics Committee Report should be attached to the same page with the copyright form.

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

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

[http://www.aeaweb.org/journal/jel\\_class\\_system.html](http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html) available at.

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





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

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

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

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

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

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

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

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

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





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

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

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

xix

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

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

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

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

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

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

18. The article presentation cost is TL 350 for the year 2022 and should be taken into account as soon as the article is sent to the journal. The presentation fee of the articles submitted to Timi and submitted to the refereeing process shall not be refunded until the article has been published.

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

20. All publication rights in written and electronic media of the





articles that are accepted to be published in the journal belong to Tini. The source can be cited only by showing.

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





## CONTENTS

Year: 2022

Winter

Volume: 10

Number: 1

<u>Article and Authors/Makale ve Yazarlar</u>	<u>Page/Sayfa</u>
<b>Ali Mohamed Saeid</b> ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Hizmet Kalitesinin Örgüt Performansına Etkisi: Libya Devlet Belge Arşiv İdaresinde Bir Araştırma</b> ( <i>The Effect of Service Quality on Organizational Performance: A Research in Libya State Document Archive Administration</i> )	1-29
<b>Hussin Elzawi</b> ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>The Relationship Between Unlimited Improvement and Business Performance: Educational Company Example</b> ( <i>Sınırsız İyileşme ile İş Performansı Arasındaki İlişki: Eğitim Şirketi Örneği</i> )	31-54
<b>Duygu Uysal</b> ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri Üzerinde Bir İnceleme</b> ( <i>The Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Online Shopping Sites</i> )	55-78





## CONTENTS

xxii

Year: 2022

Winter

Volume: 10

Number: 1

<u>Article and Authors/Makale ve Yazarlar</u>	<u>Page/Sayfa</u>
<b>Ali Bridan (Araştırma makalesi)</b> <b>Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector</b> <i>(Libya Bankacılık Sektöründe Çalışan Performansı ile İşgören Memnuniyeti Arasındaki İlişki)</i>	79-102
<b>İsmail Karakulle ve Eray Aydın (Araştırma makalesi)</b> <b>Etik Liderlik Davranışının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu ve Sinop Otel İşletmeleri Örneği</b> <i>(A Study on The Effects of Ethical Leadership Behavior on Organizational Citizenship Behavior: The Case of Kastamonu and Sinop Hotels)</i>	103-132
<b>Abdulwahab Sahiri Laqaa (Araştırma makalesi)</b> <b>The Relationship Between Entrepreneurship Level and Entrepreneurship Tendency</b> <i>(Girişimcilik Düzeyi ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki)</i>	133-148



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



**Hizmet Kalitesinin Örgüt Performansına Etkisi: Libya Devlet Belge Arşiv İdaresinde Bir Araştırma**

Ali Mohamed Saeid

Trablus Ulusal Arşiv ve Tarihsel Araştırmalar Merkezi

alisaeid82@yahoo.com

orcid: 00218-926197224

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 1-29

Makalenin Geliş Tarihi: 21/02/2020

Kabul Tarihi: 22/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gerekliyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.





## **Hizmet Kalitesinin Örgüt Performansına Etkisi: Libya Devlet Belge Arşiv İdaresinde Bir Araştırma**

Ali Mohamed Saeid

### **Özet**

Hizmet kalitesi, belge merkezlerinin ve veri bankası merkezlerinin örgütsel başarısını etkileyen ana etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Arşiv hizmetlerinin hizmet kalitesinin her düzeyde sınırsız olarak iyileştirilmesi kurumsal performansın iyileştirilmesine büyük katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmanın amacı, devlet belgeleri arşivlerinin yönetiminde hizmet kalitesinin örgütsel performansına etkisini incelemektir.

Tez kapsamında Libya Ulusal Arşiv Merkezinde yararlanıcılar üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Elde edilen bulguların analizi sonucunda; hizmet kalitesinin örgüt performansını etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen bulguların, arşiv merkezi ve benzer kuruluşların performansının iyileştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet kalitesi, örgüt performansı, Libya Ulusal Arşiv Merkezi

**Jel Kodu:** M11

### **The Effect of Service Quality on Organizational Performance: A Research in Libya State Document Archive Administration**

#### **Abstract**

Service quality is considered as one of the main factors affecting the organizational success of document centers and database centers. Unlimited improvement of the service quality of archive services at all levels will contribute greatly to the improvement of corporate performance.

The purpose of this study is to examine the effect of service quality on organizational performance in the management of state documents archives.

Within the scope of the thesis, a research has been conducted on the beneficiaries in the Libya National Archive Center. As a result of the analysis of the findings obtained; service quality has been determined to affect organizational







performance. The findings are expected to contribute to improving the performance of the archive center and similar organizations.

**Keywords:** Service quality, organizational performance, Libya National Archive Center

**Jel Code:** M11

## 1. Giriş

Araştırmacıların, arşiv merkezlerinden istek ve beklentilerini anlamak, yaşadıkları olumsuzlukların iyileştirilmesi, örgüt performansını arttırmada ve araştırmacı memnuniyetini sağlamada önemli bir faktördür.

Günümüzde araştırmacılar, öğrenciler ve diğer okuma ya da araştırma eğilimi olan insanlar kütüphanelerden ve arşivlerden yararlanmakta, kütüphane ortamında karşılaştıkları hizmet sunumu, onların bu alanlardan yararlanma motivasyonlarını artırmaktadır. Oysa yerleşik eski uygulamalar, okuyucuyu anlama üzerine kurulu olmayan süreçler, asıl işinin okuyucuyu memnun etmek olduğunun bilincinden uzak işgörenler, sistematik olmayan bilgi paylaşımı ve hizmet sunumları, okuyucuyu olumsuz etkilemekte, bilimsel araştırmaların düzenli yürütülmesini olumsuz etkilemektedir.

Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve böylece örgüt performansı anlamında kütüphanelerin performansının iyileştirilerek okuyucu memnuniyetinin artırılması, temel bir eksiklik olarak varlığını devam ettirmektedir.

Araştırma, arşiv ve kütüphanelerdeki hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve bunun sonucunda kalitenin ve örgüt performansının iyileştirilmesine odaklanmaktadır.

Kütüphanelerin performansını artırmak üzere tasarlanmış olan bu araştırmanın önemi birkaç açıdan değerlendirilebilir:

- \* Kamu belgelerinin saklanması, korunması ve arşivlenmesi, devlet düzeni, süreklilik ve toplum aklı bakımından önem arz etmektedir.
- \* Arşiv merkezlerinde hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için sınırsız iyileşmeden yararlanılabilir. Bunun sonucunda örgüt performansının artması beklenmektedir.





\* Ayrıca çalışma kapsamında kullanılan hizmet kalitesi, sınırsız iyileşme ve örgüt performansı ölçeklerinin bir arada bulunduğu çalışma sayısı sınırlıdır. Bu çalışmayla değişenlerin arasındaki ilişkilerin araştırılması sonucunda literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Genel olarak da çalışmaya katılan arşiv merkezi yararlanıcılarının içtenlikle cevap verdikleri, soruları doğru anladıkları ve böylece araştırma verilerinin daha başında gerçekçi olduğu varsayılmaktadır.

Bir alan araştırması yapılarak konu yerinde incelenmiş ve arşiv merkezindeki hizmet kalitesi ile örgüt performansı ilişkisi incelenmiştir. Fakat yine de araştırmanın bazı kısıtları olduğu söylenebilir.

\*Bu çalışmadaki sınırlamalardan (kısıtlamalardan) biri, Libya Ulusal Arşiv Merkezine gelen araştırmacılar üzerinde çalışma yapılması, yoğun işleri olan bu araştırmacıların zaman kısıtının bulunmasıdır. Bu nedenle arşiv merkezine gelen araştırmacılara ulaşılmasında bir takım zorluklar yaşanmıştır.

\* Ayrıca, anket formlarının dağıtılması ve toplanmasının uzun zaman alması nedeniyle, kağıt anketler yapılmış, e postayla göndermek yerine elden dağıtılmıştır. Tüm bunlara rağmen, bütün soruları cevaplamayan veya anketi cevaplamadan boş bırakanlar olmuştur. Bazıları ise anketi kaybetmiş ve geri vermemiştir.

\* Yine çalışma bir arşiv merkezi ile kısıtlı tutulmuştur. Belki başka bönzer hizmet merkezlerinin uygulamalarında birlikte ele alınsa daha kapsamlı bulgular elde edilebilir, farklı sonuçlar çıkması mümkün olabilir.

## **2. Teorik Çerçeve**

Hizmet kalitesi, “müşterinin satın almak istediği beklentileri ile satın alma sonrası bu algıları arasındaki fark” olarak tanımlanmaktadır. Hoffmand ve Bateson hizmet kalitesini “uzun vadeli performans değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir tutum” olarak tanımladılar (Muhammad ve Amirrah, 2013).

“Hizmet kalitesi, bir hizmetin müşterinin ihtiyaçlarını veya beklentilerini karşıladığı alandır”. Edvardsson’un hizmet kalitesine göre “hizmet, müşterinin beklentileri ile çalışmalı, ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamalıdır” (Mikhailov ve Pefok, 2010).

Dehghan (2006) ve Gefan (2002) hizmet kalitesini, müşterilerin almak





istedikleri hizmetin kalitesi ile gerçekte ne elde ettikleri arasında yaptıkları öznel karşılaştırma olarak aktarmaktadır. (Asubonteny vd., 1996), hizmet kalitesini “müşterinin hizmetle karşılaşmadan önce hizmet performansı beklentileri ile alınan hizmet algıları arasındaki fark” olarak tanımlamıştır (Dehghan, 2006).

Hizmet kalitesi, müşteri beklentilerini karşılamak için kalite, uygun zaman, hız, maliyet ve teslimatın toplamıdır (Küçük, 2016).

Servqual, müşteri odaklı hizmet kalitesi ölçөгüdür (Parasuraman vd., 1985). Daha önce araştırmacılar hizmet kalitesinin, fiziksel kalite, kurumsal kalite ve etkileşimli (interaktif) kalite olarak üç ana bileşenden oluştuğunu savundu.

**Fiziksel kalite:** Hizmetin tüm fiziksel yönlerine işaret eder.

**Kurumsal kalite:** Müşteri hizmet organizasyonunun genel algısına ilişkin imaj veya itibar ile ilgili kalite boyutu olan organizasyon imajını ifade eder.

**Etkileşimli (İnteraktif) kalite:** Çalışanlar ve müşteriler arasındaki temasları esas almaktadır (Mikhailov ve Pefok, 2010).

Servqual, birçok yazar tarafından incelenmiş ve eleştirilmiştir. Hâli hazırda tartışılan soruların çoğu, beklenti ve kalitenin algı bileşenleri arasındaki ilişki ile ilgilidir. Bazı yazarlar, müşteri algısının ikisinin en önemli bileşeni olduğunu ve sadece birinin göreceli olarak kolaylıkla ölçülebilir olduğunu iddia ediyorlar. (Parasuraman vd., 1985), bu devam eden tartışmaya Servqual daha ileri düzeydeki karmaşıklıktan (sofistikeden) yararlanıyor tepkisini verdiler. Servqual ile ilgili genel eleştiri, kalitenin, beklentilerden daha çok algılarla daha doğru ölçülen bir performans yapısı olduğundan ileri gelmektedir (Redmond, 2005).

Müşteri beklentileri, sunulanlardan daha ziyade müşterilerin bir hizmet olarak düşünmesi gerektiği olgudur. Müşteri beklentilerini etkileyen dört faktör, ağızdan ağıza iletişim, kişisel ihtiyaçlar, deneyim ve dış iletişim olarak sıralanabilir. Teslim edilen performans algısı, müşterinin beklentilerini karşılamadığında bir boşluk ortaya çıkar. Bu boşluk, algıları veya beklentileri veya her ikisini etkileyen stratejileri belirleyerek ve uygulayarak giderilir (Sarioğlu, 2017: 80).

Müşteri beklentileri, sunulanlardan daha ziyade müşterilerin bir





hizmet olarak düşünmesi gerektiği olgudur. Müşteri beklentilerini etkileyen dört faktör, ağızdan ağıza iletişim, kişisel ihtiyaçlar, deneyim ve dış iletişim olarak sıralanabilir. Teslim edilen performans algısı, müşterinin beklentilerini karşılamadığında bir boşluk ortaya çıkar. Bu boşluk, algıları veya beklentileri veya her ikisini etkileyen stratejileri belirleyerek ve uygulayarak giderilir (Sarioğlu, 2017: 80).

Servqual, geniş bir servis yelpazesinde uygulanabilecek şekilde tasarlanmış olup, biçimi (formatı), özel ihtiyaçlara göre uyarlanabilir. Kalitedeki farkları ölçmek için Servqual modelinin genişletilmesi önerisi de çok değerlidir.

Uzaklık değeri, beklenti ifadelerinden algıları çıkartarak hesaplanır. Boşluk değerleri pozitif ise, bu beklentilerin gerçekte aşıldığı anlamına gelir. Bu, servis yöneticilerinin kaynakları en iyi performans gösteren alanlarda uygulama yapmaları gerekip gerekmediğini kontrol etmelerini sağlar. Servequal aracı, hizmet kalitesi seviyesinin yanı sıra boşlukları ve kapsamını belirlemek için beş temel boyutu kullanır. (Ramseook-Munhurrun, Lukea-Bhiwajee ve Naidoo, 2010).

Performans" en basit haliyle verimliliğin ölçülmesi olarak tanımlanır. Detaylandırarak olursak performans; bir işi gerçekleştirmeyi hedefleyen bireyin, bir grubun veya bir örgütün hedeflenen amaca ulaşip ulaşmadığı veya neleri başarabildiğinin nitel ve nicel olarak ifade edilmesidir. (Tinaz, 1999). İşletme açısından değerlendirildiğinde performans kavramı, örgütün elindeki kaynakların tümünü etkin kullanarak hedeflerini gerçekleştirebilmesi anlamına gelmektedir (Mowday, Porter ve Steers, 1982; Gibb Dyer, 2006).

Performans kavramı, genel olarak belirlenen düzeye ne ölçüde yakın sonuçlara ulaşıldığının bir göstergesi olarak tanımlanabilir. İşletme performansı ise, örgüt çalışma göstergelerinin amaçlarına, endüstri ortalamasına veya objektif olarak önceden belirlenmiş olan rasyo ya da değerlere ulaşma derecesine ilişkin bir veri sunmaktadır (Küçük, 2017).

Damanpour ve William (1984)'a göre sistemin perspektifiyle örgüt performansı, o örgütün girdileri, kazançları, çıktıları ve dönütlerinden oluşan dört sistematik süreçle ilgilenme kabiliyetidir (Biçkes, 2011). Benzer bir tanımla performans; genel anlamda bir hedefi olan ve bu hedef doğrultusunda planlanmış faaliyetler neticesinde elde edilenlerin nitel veya





nicel olarak ifade edilmesini sağlayan kavramdır (Williams, 1998; Aktaran, Öztürk, 2010).

Daha genel bir tanımla örgüt faaliyetleriyle başarılı ve gerçekleştirilen sonuçlardır (Bolat, 2000). Porter (1991) 'a göre, örgüt yöntemleri aynı anda o örgütün performansını yansıtan bir durumdur. Hagedoorn ve Cloodt (2003) ise, örgüt performansını, bütün örgütlerin gerçekleştirmek istedikleri ekonomik çıkarlara ulaşma seviyesi, değişen ve gelişen çevresel faktörlere uyum kabiliyeti ve en önemlisi de örgütün sürdürülebilirliği için yenilikleri gerçekleştirebilmesiyle ilişkilendirilmiştir (Eren ve Kaplan, 2014).

İşletme performansı, gerek paydaşlar, yöneticiler ve iş görenler, gerekse örgüt dışındaki yatırımcılar, müşteriler ve toplum tüm kesimleri gibi iç ve dış hissedarların davranışlarını etkiliyor olması sebebiyle çok önemlidir (Kaplan ve Norton, 1996). İçerideki paydaşlar uygulamalara ve örgütün amaçlarına örgüt performansına göre bir yön tayin ederken, dış hissedarlar da örgütün yatırıma ve borç vermeye değer olup olmadığına, bahsi geçen örgütün ürünlerini veya örgüt ile ilişkilerini devam ettirip ettirmemeye örgüt performansına göre karar vermektedirler (Karabağ, 2008).

Örgütler açısından performans; çalışanların çalıştıkları örgütün hedefleri için göstermiş oldukları emekleri sonucunda oluşturulan mal, hizmet ve düşüncelerdir (Yılmaz, 2005). Akal (1992)'a göre bir örgütün performansı; o örgütün belirli bir zaman çerçevesindeki çıktısı ya da çalışmasının bir sonucudur.

Songur (1995)'a göre ise performans hedeflenenleri nitelik ve sayısal yönden belirleyen bir kavramdır.

İşletmenin amaçlarına ulaşılabilmesi için gösterilen tüm gayretlerin değerlendirilmesi ise "örgüt performansı" olarak açıklanmaktadır (Akal, 1992).

İşletme performansı; belirlenen tüm amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilebilmesi için uygulamaya konan tüm faaliyetler ve çabaların bütünüdür (Zerenler, 2005). İşletme performansı; örgüt biliminin birçok boyutunda uygulanan mali, operasyonel, ve örgütsel olarak üç ayrı perspektifte değerlendirilmektedir, örgüt performansı, müşteri memnuniyeti, firma çalışanı memnuniyeti gibi kişisel değerlendirmeler





yapılarak tarafsız ölçme araçlarıyla ölçülmekte ve analiz edilmektedir (Erdil ve Kitapçı, 2007).

(Neely, Filippini, Forza, Vinelli ve Hii, 2001), örgüt performansı ve yeniliğin; yöneticilerin, akademisyenlerin ve kamu politika yapımcılarının gündeminde yer alan önemli konulardan biri olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktadan hareketle; örgüt performansı ile ilgili ve etkilediği düşünülen beş yenilik boyutuna yönelik incelemenin yapılması amaçlanmıştır. Bu beş yenilik boyutu (1) ürün yeniliği, (2) süreç yeniliği, (3) pazarlama yeniliği, (4) organizasyonel yenilik ve (5) teknolojik yenilik olarak belirlenmiştir.

### **3. Çalışmanın Amacı**

Bu çalışma; Libya ulusal arşivine gelen araştırmacıların yararlanacakları hizmetin kalitesi, kalitenin iyileştirilmesi ve kütüphanelerin performansının artırılması üzerine kuruludur.

Bu çalışmanın amacı; hizmet kalitesi algısı ile sınırsız iyileşme ve örgüt performansı arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

Bu genel amaç çerçevesinde hizmet kalitesi ile sınırsız iyileşme ve örgüt performansına ilişkin ölçekler istatistiki olarak sınanacak, ölçeklerdeki ifadelerin ve alt boyutlarının önem düzeyleri belirlenecektir.

Yine araştırmaya katılan okuyucuların demografik özellikleri; yaş, cinsiyet vb. kontrol değişkenleri bakımından incelenmiş olacaktır.

### **4. Çalışmanın Yöntemi ve Kapsamı**

Araştırma Libya'da 2019 yılı Eylül, Ekim ve Kasım aylarında yapılmıştır. Kayıtlı işlem yapanların sayısı net bilinmekle birlikte farklı hizmet alımları için arşiv merkezine gelenler olabilmektedir. Bu üç ay zarfında yaklaşık 3000 araştırmacı, okuyucunun Libya arşivine geldiği ve burada çalışma yaptığı değerlendirilmektedir.

Arşivden yararlanan veri kümesini ifade eden ana kütle homojen değildi ve aynı zamanda tam sayım yapılarak tamamı incelemeye tabi tutulamadı. Bu gibi durumlarda, ana kütle içerisinden ana kütlelerin nitel ve nicel özelliklerini temsil eden bir grubun seçilmesi gerekmektedir.

Örnekleme yöntemi olarak tesadüfi örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi (Küçük, 2016: 98) esas alınmış ve ana kütle temsil edecek bir örnek kütle belirlenmiştir.





Arşiv merkezine gelen araştırmacılardan rastgele seçilen toplam 420 kişiye anket uygulanmıştır. 18 tane anket geçersiz sayılmıştır. Örneklemin ana kütleyi temsil ettiği düşünülen 402 anket değerlendirmeye alınarak analiz edilmiştir.

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak yaygın olarak kullanılan anket tekniği uygulanmıştır. Veri toplama araçları olarak da soru formları uygulanmıştır. Hedefler çerçevesinde bir sonuç sunmak için elde edilen veriyi analiz edebilecek sonuçlara ulaşmak amacıyla veri aracı doğru bir şekilde tanımlanmalıdır (Küçük, 2016: 68).

Bu çalışmanın anketi dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, araştırmacı hakkında genel bilgiler ve demografik veriler hakkında sorular yer almaktadır.

İkinci kısımda yer alan sorular, hizmet kalitesi ile ilgilidir ve bu kısımda servqual ölçeği kullanılmıştır.

Üçüncü bölümde sınırsız iyileşme ölçeği Küçük'ün (2011) "Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme" isimli çalışmasından alınmıştır.

Son kısımda yer alan sorular örgüt performansı ile ilgilidir. Bu kısımda kullanılan sorular Küçük (2020) ve Küçük vd. (2015) "Sağlık Sorunları Sebebiyle İşgücü Kaybının Örgüt Performansına Etkisi Üzerine Bir Çalışma" isimli çalışmasından alınmıştır.

Anket, Libya Ulusal Arşiv Merkezine gelen araştırmacılara uygulanmıştır. Bu ankette, kararların önem derecesini belirlemek için sıralanan seçeneklerin (1- Tamamen katılıyorum, 2- Katılıyorum, 3- Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4- Katılmıyorum, 5- Tamamen katılmıyorum) seçimine dayanan likert ölçeği kullanılmıştır (Küçük, 2016: 81-82).

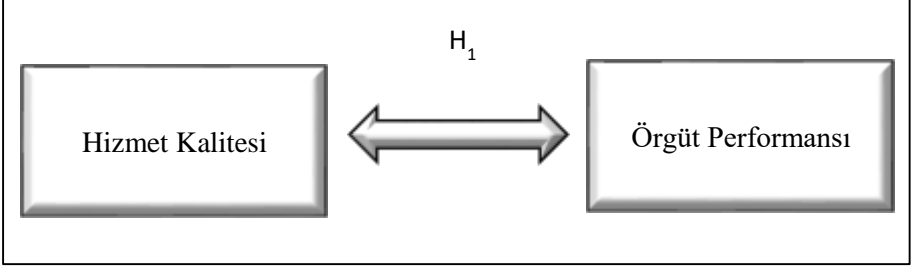
## **5. Araştırmanın Modeli**

Araştırma kapsamında anket çalışması ile hizmet kalitesi, sınırsız iyileşme ve örgüt performansı arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Sınırsız iyileşme ve örgüt performansı çeşitli faktörlerden etkilenen bir değişken ve aynı zamanda araştırmacının kaliteli bir hizmet almasının önemli göstergelerindedir.





Araştırma modeli Şekil 1.'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Modeli kapsayan bazı değişkenler aşağıda verilmiştir.

Hizmet kalitesi ölçeği aşağıdaki ifadelerden oluşmaktadır.

\* Libya ulusal arşivi güncel donanımlara sahiptir.

\* Libya ulusal arşivinin tesisleri görsel olarak çekicidir.

\* Libya ulusal arşivi çalışanları giyimlerine dikkat eder ve düzgün bir görünüme sahiptir.

İkinci değişken olan

örgüt performansı ölçeğinde yar alan bazı ifadeler de aşağıda paylaşılmıştır.

\* Örgütünüzün yeni ürün/hizmet geliştirme başarısı

\* Örgütünüzün müşteri memnuniyeti sağlama durumu

\* Örgütünüzün çalışanların (iş görenlerin) iş memnuniyeti düzeyi.

## 6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma; hizmet kalitesi, sınırsız iyileşme ve örgüt performansı ilişkisini belirlemek üzere yapılmış olup ilgili literatür incelendiğinde; Özer ve Günaydın (2010) Marmaris bölgesinde dört yıldızlı otellerde yaptıkları çalışmalarında misafirlerin otelin verdiği hizmet kalitesinden memnun kalmalarının tavsiye etme davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.







Arılı (2012) yat limanı işletmelerinde yaptığı çalışmada algılanan hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyeti, tekrar tercih etme ve tavsiye etme davranışsal niyetleri üzerinde anlamlı pozitif etkisi olduğunu tespit etmiştir. Çabuk vd. (2013) yaptıkları çalışmada otelin sunduğu hizmetin kalitesinin ve erişilirliğinin tekrar satın alma niyetlerini etkilediği belirlemiştir. Araştırma sonuçlarına göre otellerde kurulum yerinin doğru seçilmesi ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi gibi çabaların, müşteriye kazanmak ve gelecekte aynı kurumu tercih etmesini sağlamak için önemli olduğu savunulmuştur. Sadıkoğlu ve Olcay (2014) çalışmasında TKY uygulamalarının performans etkisini incelenmiştir. Müşterilerin memnun edilmesi ve performansın ve sürdürülebilirliğin geliştirilmesi için tüm paydaşları içeren ürün veya hizmet süreçlerinin iyileştirilmesi için firmaların bütünsel ve etik bir yaklaşım içerisine girmesinin gerektiğinin vurgusu yapılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre TKY uygulamalarının performans ölçümlerini iyileştirdiği tespit edilmiştir.

Altunel ve Günlü (2015) çalışmasında Topkapı Sarayını ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin deneyimleme kalitesi, algılanan değer, memnuniyet ve tavsiye etme eğilimi değişkenleri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre deneyimleme kalitesinin memnuniyet, algılanan değer ve tavsiye etme eğilimi üzerinde ve memnuniyetin tavsiye etme eğilimi üzerinde istatistiksel olarak olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Timur (2015) Balçova ve Gönen bölgelerindeki termal otellerde konaklayan 343 termal turiste anket uygulamış ve elde edilen bulgulara göre hizmet kalitesi algısının otele tekrar ziyareti olumlu anlamda etkilediği belirlenmiştir. İlban vd. (2016) yaptıkları çalışmada Edremit ilçesinde bulunan termal otellerde konaklayan misafirlere anket uygulanmış ve analiz sonuçlarına göre termal tesislerde konaklayan misafirlerin algıladıkları hizmet kalitesinin, memnuniyetlerini ve davranışsal niyetlerini etkilediği sonucuna varmışlardır.

Bu literatür doğrultusunda araştırmanın ikinci hipotezi şu şekilde belirlenmiştir.

**H<sub>1</sub>: Hizmet kalitesi örgüt performansını istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde etkilemektedir.**





## 7. Araştırma Bulguları

### Demografik Bulgular

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Cinsiyet	F	%
Kadın	139	34,6
Erkek	263	65,4
Toplam	402	100
Eğitim Durumu	F	%
Lise	134	33,3
Lisans	169	42,0
Yüksek Lisans-Doktora	99	24,6
Toplam	402	100
Yaş	F	%
18-24	83	20,6
25-31	65	16,2
32-37	55	13,7
38-42	64	15,9
43-47	58	14,4
48-53	46	11,4
54 ve üzeri	31	7,7
Toplam	402	100





Tablo 1. araştırmaya katılanların kontrol değişkenleri diyebileceğimiz demografik özelliklerine yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 1. İncelendiğinde cinsiyetleri bakımından araştırmaya katılan bireylerin % 34,6'sı kadın, %65,4'ü erkektir.

Yaşlar incelendiğinde cevaplayıcıların çoğunluğunun (%20,6) 18-24 yaş grubunda yer aldığı görülmektedir. Genel olarak bakıldığında; Katılımcıların 83 kişi ile %20,6'sı 18-24, 65 kişi ile %16,2'si 25-31 yaş, 64 kişi ile % 15.9'u 38-42 yaş grubu aralığında yer almaktadır.

Araştırmaya katılanların eğitime yönelik bulgulara bakıldığında; %42'lik kesimin lisans mezunu, %24,6'lık kesimin yüksek lisans ve doktora mezunu olduğu görülmektedir.

### Normallik Tesi

Tablo 2. normallik testini vermektedir.

Tablo 2. Normal Dağılım Testi

Faktörler		İstatistik
Somut Ögeler	Çapıklık	-,766
	Basıklık	,576
İsteklilik ve Empati	Çapıklık	-,067
	Basıklık	-1,145
Güvenilirlik ve Güvence	Çapıklık	-,768
	Basıklık	,110
Örgüt Performansı	Çapıklık	-,900
	Basıklık	,086

İstatiksel bir çalışmada, bir çok testin yapılabilmesi için dağılımın normal veya normale yakın olması gerekmektedir. Park (2002) göre çarpıklık ve basıklık değerleri -3.0 ve +3.0 arasında ise veri normal dağılmıştır. Hizmet kalitesi ve örgüt performansı ölçeklerinin Tablo 2.'de görüldüğü gibi normal dağıldığı belirlenmiştir.





### Hizmet Kalitesi Bulguları

Tablo 3.'de hizmet kalitesi ölçeği için faktör analizi bulguları yer almaktadır.

Tablo 3. Hizmet Kalitesi Ölçeği için Faktör Analizi

Hizmet Kalitesi Faktörleri Somut Öğeler	Faktör Yüğü	Öz değer	Varyans Beklenen Oranı (%)	Cronbach Alfa Değeri	Ortal ama	KMO
s2-Libya ulusal arşivinin tesisleri görsel olarak çekicidir.	,867	1,358	6,173	,853	3,96	,918
s1-Libya ulusal arşivi güncel donanımlara sahiptir.	,860				3,69	
s3-Libya ulusal arşivi çalışanları giyimlerine dikkat eder ve düzgün bir görünüşe sahiptir.	,839				3,80	
s4-Libya ulusal arşivi tesislerinin görünüşü verdikleri hizmetle uyumludur.	,594				3,87	

Tablo 3.'ün ilk kısmında hizmet kalitesi ölçeği somut öğeler alt boyutu yer almaktadır.

Somut öğeler incelendiğinde ortalamalar bakımından önem düzeylerinin 3,66'dan büyük ve yüksek olduğutesislerin görsel çekiciliğinin en yüksek ortalamaya (3,96) sahip olduğu görülmektedir.





Tablo 3. Hizmet Kalitesi Ölçeği için Faktör Analizi (Devam)

Hizmet Kalitesi Faktörleri	Faktör Yüğü	Öz değer	Varyans Beklenen Oranı (%)	Cronbach Alfa Değeri	Ortal ama	KMO
Güvenilirlik ve Güvence						
s11-Libya ulusal arşivi çalışanlarından anında hizmet alabilirim.	,842	8,430	38,318	,892	4,02	,918
s10-Libya ulusal arşivi istediğim hizmeti tam olarak ne zaman vereceğini belirtir.	,821				3,67	
s12-Libya ulusal arşivi çalışanları araştırmacılara yardım etmeye her zaman isteklidir.	,747				3,42	
s9-Libya ulusal arşivi kayıtlarını doğru tutmaktadır.	,694				3,49	
s14-Libya ulusal arşivi çalışanlarıyla gerçekleştirdiğiniz işlemlerde kendimi güvende hissederim.	,669				3,87	
s13-Libya ulusal arşivi çalışanları araştırmacı taleplerini anında yanıtlamak için gayret göstermektedir.	,640				3,60	

Güvenilirlik ve güvence alt boyutu faktörleri incelendiğinde de yine faktörlerin önem düzeylerinin yüksekliği, Libya ulusal arşivi çalışanlarından anında hizmet alırım faktörünün en yüksek (4,02) ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar, hizmet kalitesi ölçeğinde belirtilen ifadeler itibariyle





Libya Ulusal Arşivinin hizmet kalitesinin güvenilirlik ve güvence bakımından, hizmetten yararlananlar tarafından kalite düzeyinin olumlu değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Hizmet Kalitesi Ölçeği için Faktör Analizi (Devam)

Faktörler ve değişkenler	Faktör Yüğü	Öz değer	Varyans Beklenen Oranı (%)	Cronbach Alfa Değeri	Ortalama	KMO
s7-Libya ulusal arşivi güvenilir bir kurumdur.	,493	8,430	38,318	,892	3,82	,918
s8-Libya ulusal arşivi hizmetlerini vaat ettiği sürede yerine getirir.	,451				3,75	
s5-Libya ulusal arşivi bir işi yapmak için bir zaman verdiğinde, o işi o zaman yapar.	,427				4,02	
s6-Bir sorun yaşadığımda, Libya ulusal arşivi, anlayışlı ve güven verici şekilde hareket eder.	,426				3,59	

Tablo 3.'ün devamında yer alan isteklilik ve empati alt boyutuna ilişkin ortalamalara bakıldığında da özellikle; "araştırmacıların çıkarlarını samimi şekilde gözetmektedir." İfadesinin önem düzeyi bakımından öne çıktığı görülmektedir.

Genel olarak bütün ifadelerin önem düzeyleri yüksek çıkmış, yani arşiv hizmetinden yararlanan araştırmacılar isteklilik ve empati bakımından da Libya Ulusal Arşivinin hizmet kalitesi düzeyini olumlu değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.





Tablo 3. Hizmet Kalitesi Ölçeği için Faktör Analizi (Devam)

Hizmet Kalitesi Ölçeği İsteklilik ve Empati	Faktör Yükü	Öz değer	Varyans Beklenen Oranı (%)	Cronbach Alfa Değeri	Ortalama	KMC
s19-Libya ulusal arşivi çalışanları araştırmacıların ihtiyaçları hakkında bilgi sahibidir.	,888	3,79 8	17,262	,932	3,87	,918
s17-Libya ulusal arşivinde araştırmacılara bireysel ilgi gösterilmektedir.	,880				3,04	
s20-Libya ulusal arşivi araştırmacıların çıkarlarını samimi şekilde gözetmektedir.	,851				3,84	
s18-Libya ulusal arşivi çalışanları araştırmacılara kişisel ayırım yapmaz.	,841				3,93	
s16-Libya ulusal arşivi çalışanları işlerini iyi yapabilmek için kurum dan gerekli desteği almaktadır.	,778				3,78	
s-22-Libya ulusal arşivi çalışma saati tüm araştırmacılar uygundur.	,778				3,61	
s15-Libya ulusal arşivi çalışanları naziktir.	,755				3,01	
s21-Libya ulusal arşivi, araştırmacılara gönülden en iyi şekilde ilgi göstermektedir.	,753				3,06	

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik düzeylerinin tespiti için





faktör analizi sonuçları incelenmiştir. Faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,918 olarak belirlenmiştir. Yine Tablo 4.3. incelendiğinde özdeğerin 1'in üzerinde (3,798) ve faktör yükünün 0,5'den büyük olduğu görülmektedir. Tabloya göre 0,05 önem düzeyinde, ölçeğe ilişkin tüm değerler dikkate alındığında ölçeğin geçerli ve örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Beraberinde Güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri hizmet kalitesi ölçeğinde 0,923 (isteklilik ve empati 0,932, somut öğeler 0,853, güvenilirlik ve güvence 0,892) olarak belirlenmiştir. Böylece ölçeğin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda veri setinin geçerli güvenilir, örneklem bakımından yeterli ve analize uygun olduğu anlaşılmaktadır (Küçük, 2016: 227-232).

### **Örgüt Performansı Bulguları**

Bu başlıkta örgüt performansı bulguları yer almaktadır. Örgüt performansını ölçmek üzere yararlanılan ölçeğe ilişkin bulgular Tablo 4.'de verilmiştir.

Tablo 4.'den görüleceği üzere örgüt performansı ölçeğinde yer alan ifadelere cevaplayıcılar olumlu yaklaşmışlar ve faktörlerin önem düzeyleri yüksek çıkmıştır.

“Örgütün ürün/hizmet geliştirme başarısı” ifadesi en yüksek ortalamaya (4,02) ve “Örgütümüzün çalışanların (iş görenlerin) iş memnuniyeti düzeyi yüksektir” ifadesi de 3,42 ile en düşük skorlu ifade olmuştur.

Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlilik düzeylerinin tespiti için faktör analizi sonuçları incelenmiştir. Tablo 4.'de yer alan faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,899 olarak belirlenmiştir. Faktör yükleri 0,5'den büyük ve özdeğer 1'in üzerindedir. Tabloya göre 0,05 önem düzeyinde, ölçeğe ilişkin tüm değerler dikkate alındığında ölçeğin geçerli ve veri setinin analiz için yeterli büyüklükte olduğu anlaşılmaktadır. Güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri sınırsız iyileşme ölçeğinde 0,911 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu anlaşılmaktadır (Küçük, 2016: 227-232).

Dolayısıyla geçerli ve güvenilir olan bu ölçeğin bilimsel araştırmalarda analizlerde kullanılabilmesi, verilerin bilimsel ölçülere uygun olduğu ifade edilebilir.







Tablo 4. Örgüt Performansı Ölçeği için Faktör Analizi

Örgüt Performansı Ölçeği Faktörler	Faktör Yüğü	Öz değer	Varyans Açıklama Oranı (%)	Cronbach Alfa Değeri	Orta lama	KMC
öpö1-Örgütümüzün yeni ürün/hizmet geliştirme başarısı iyidir.	,665	8,430	65,692	,911	4,02	,899
öpö2-Örgütümüzün müşteri memnuniyeti sağlama durumu iyidir.	,779				3,67	
öpö3-Örgütümüzün çalışanların (iş görenlerin) iş memnuniyeti düzeyi yüksektir.	,817				3,42	
öpö4-Örgütümüzün itibarı ve imajı iyidir.	,850				3,49	
öpö5-Örgütümüzün yeni ürün hizmet kalitesi yüksektir.	,866				3,87	
öpö6-Örgütümüzün verimlilięi yüksektir.	,851				3,60	
öpö7-Örgütümüzün amaçlarına ulaşma düzeyi kabul edilebilir/iyi seviyededir.	,828				3,82	

### Regresyon Analizi

Araştırma kapsamında ayrıca regresyon analizi de yapılmıştır.

Hizmet kalitesinin sınırsız iyileşme üzerine etkisini ortaya koyan Regresyon analizi bulguları Tablo 5.'de paylaşılmıştır.





Tablo 5. Hizmet Kalitesinin Örgüt Performansı Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken		Sınırsız İyileşme					
Değişkenler	Beta	Significant		R <sup>2</sup>	Rüzeltilmiş R <sup>2</sup>	F	p
		t	P				
Sabit	,193	1,229	,220	,576	,572	79,962	,000
Somut Öğeler	,030	,643	,521				
İsteklilik ve Empati	,245	7,732	,000				
Güvenilirlik ve Güvence	,685	12,815	,000				

Tablo 5. incelendiğinde % 5 anlamlılık düzeyinde F testi sonuçlarına göre F istatistiği 79,962 ve p değeri 0,00 olduğundan modelin genel olarak anlamlı olduğu, bağımsız değişkenin (güvenilirlik ve güvence ile isteklilik ve empati) p değeri de (0,00 ve 0,00) 0,05 ten küçük olduğundan katsayıların istatistik olarak anlamlı olduğu söylenebilir.

Uyarlanmış R<sup>2</sup> değeri bağımlı değişkenin yüzde kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir. Yani hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik ve güvence ile isteklilik ve empati boyutları sınırsız iyileşmeyi % 57,2 (Uyarlanmış R<sup>2</sup>= 0,572) seviyesinde açıklamaktadır. Yani hizmet kalitesi örgüt performansını istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemektedir.

Bu sonuç ışığında araştırmamızın;

**H<sub>1</sub>: Hizmet kalitesi örgüt performansını istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde etkilemektedir.**

B biçiminde kurulmuş olan hipotezi kabul edilmiştir.

## 8. Sonuç

Bu çalışmada Libya ulusal arşivine gelen araştırmacıların arşiv merkezine yönelik hizmet kalitesi algılarının sınırsız iyileşme ve çalışan





performansı üzerinde etkisi incelenmiştir. İlgili yazın incelendikten sonra araştırma için en uygun anket formu belirlenmiş ve Libya ulusal arşivine gelen araştırmacılar içerisinde kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 402 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler incelendiğinde ankete katılan bireylerin % 34,6'sı kadın, %65,4'ünün erkek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların %62,2'si evli, katılımcıların 83 kişi ile %20,6'sı 18-24, 65 kişi ile %16,2'si 25-31 yaş, 64 kişi ile % 15,9'u 38-42 yaş grubu aralığında yer almaktadır.

Eğitim seviyeleri incelendiğinde %42'lik kesimin lisans mezunu, %24,6'lık kesimin yüksek lisans ve doktora mezunu olduğu görülmektedir. Gelir durumları incelendiğinde %30,6'sı 2000 TL altı, %19,2'si 2000-3000 TL aralığında, %21,4'ü 3001-4000 TL aralığında, gelir elde etmektedir.

Daha önce Libya ulusal arşivinde bulunma durumlarına bakıldığında %62.2'si daha önce bulunmuşken, % 35,8'i ise daha önce Libya ulusal arşivinde bulunmamıştır. Daha önce Libya ulusal arşivinde kaç kez bulunma durumlarına bakıldığında %39.1'i daha önce 5 kez ve üzeri Libya ulusal arşivinde bulunmuşken, % 35,8'i ise daha önce Libya ulusal arşivinde bulunmamıştır.

Son olarak katılımcıların %55'inin tarihi belgelerin yönetimi için mevcut yöntemler hakkında bilgisinin olduğu, %45'inin ise bu konuda bilgisinin olmadığı belirlenmiştir.

Araştırmada Hizmet kalitesi boyutlarının sınırsız iyileşme üzerine etkisine yönelik çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde % 5 anlamlılık düzeyinde F testi sonuçlarına göre F istatistiği 9,061 ve p değeri 0,00 olduğundan modelin genel olarak anlamlı olduğu, bağımsız değişkenin (güvenilirlik ve güvence) p değeri de (0,00) 0,05 ten küçük olduğundan katsayıların istatistik olarak anlamlı olduğu söylenebilir.

Bağımlı değişkenin yüzde kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını gösteren uyarlanmış  $R^2$  değerine bakıldığında; hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik ve güvence boyutu sınırsız iyileşmeyi % 5,7 (Uyarlanmış  $R^2 = 0,057$ ) seviyesinde açıklamaktadır. Buna göre hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik ve güvencenin sınırsız iyileşme üzerinde zayıf düzeyde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir





Araştırmada Hizmet kalitesi boyutlarının örgüt performansı üzerine etkisine yönelik çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde % 5 anlamlılık düzeyinde F testi sonuçlarına göre F istatistiği 179,962 ve p değeri 0,00 olduğundan modelin genel olarak anlamlı olduğu, bağımsız değişkenin (güvenilirlik ve güvence ile isteklilik ve empati) p değeri de (0,00 ve 0,00) 0,05 ten küçük olduğundan katsayıların istatistik olarak anlamlı olduğu söylenebilir.

Uyarlanmış  $R^2$  değerine bakıldığında; hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik ve güvence ile isteklilik ve empati boyutları sınırsız iyileşmeyi % 6,5 (Uyarlanmış  $R^2=0,065$ ) seviyesinde açıklamaktadır. Buna göre sınırsız iyileşmenin örgüt performansı üzerinde zayıf düzeyde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Böylece araştırma kapsamında hizmet kalitesi boyutları ile örgüt performansı boyutlarının önem düzeyleri tespit edilmiş, hizmet kalitesinin örgüt performansını etkilediği belirlenmiştir.

## **9. Tartışma**

Bu araştırmada Libya ulusal arşivine gelen araştırmacıların hizmet kalitesi algıları ile sınırsız iyileşme ve örgüt performansı ilişkisi incelenmiştir. Literatüre bakıldığında hizmet kalitesinin birçok farklı değişkenle beraber ele alındığı görülmektedir.

Araştırmada Libya ulusal arşivindeki hizmet kalitesi ile ilgili olarak, arşiv merkezinin çekiciliği, araştırmacılara gösterilen özen ve çalışanların araştırmacılara yardım etmeye istekli olduğu konusunda anket deneklerinin çoğunun memnun olduğu belirlenmiştir.

Ayrıca arşiv merkezinin dış görünümü, personelin iyileştirilmesi, vaatlerini karşılayabilecek tesislere sahip olan arşiv merkezinin uygun hizmetleri ve arşiv merkezinin dosyalarının doğru bir şekilde muhafaza edilmesiyle ilgili olarak da deneklerin eğilimlerinin tatmin olma yönünde olduğu tespit edilmiştir.

Literatür incelendiğinde, kullanılan değişkenlerin bir arada kullanıldığı çalışmaların sayısının yetersiz olması, bu konuda yapılmış az sayıdaki doktora çalışmalarından biri olan bu çalışmanın bir diğer önemli noktasını oluşturmaktadır. Bununla beraber sınırlı sayıda yapılmış olan çalışma sonuçlarına bakıldığında araştırma sonuçlarını destekler niteikte





bulgular tespit edilmiştir.

Yapılan tez çalışmasında hizmet kalitesi ile örgüt performansı arasında pozitif güçlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürdeki çalışma bulguları da bu sonuçları destekler niteliktedir.

Eleren ve Kılıç (2007) yaptıkları çalışmada beş yıldızlı bir otel işletmesinde SERVQUAL ölçeği kullanarak misafirlerin algıladıkları hizmet kalitesini tespit etmeye çalışmışlardır. Misafirlerinin istek ve beklentilerini karşılayamayan otellerin personeli için geliştirici eğitimlerin yanısıra otelin fiziksel imkânlarının iyileştirilmesiyle hizmet kalitesinin artacağı vurgusu yapılmıştır.

Küçük ve Kocaman (2014) tarihinde yaptığı araştırmada kalite ile yenilik ve işletme performansı ilişkisini incelemiştir. Yenilik ve işletme performansı ilişkisinin istatistiki olarak pozitif yönde olduğunu tespit etmiştir. Çalışma verileriyle karşılaştırıldığında elde edilen sonuçlara benzerlik gösterdiği belirlenmiştir.

Özer ve Günaydın (2010) Marmaris bölgesinde dört yıldızlı otellerde yaptıkları çalışmalarında misafirlerin otelin verdiği hizmet kalitesinden memnun kalmalarının tavsiye etme davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Arlı (2012) yat limanı işletmelerinde yaptığı çalışmada algılanan hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyeti, tekrar tercih etme ve tavsiye etme davranışsal niyetleri üzerinde anlamlı pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Çabuk vd. (2013) yaptıkları çalışmada otelin sunduğu hizmetin kalitesinin ve erişilirliğinin tekrar satın alma niyetlerini etkilediği belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre otellerde kurulum yerinin doğru seçilmesi ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi gibi çabaların, müşteriye kazanmak ve gelecekte aynı kurumu tercih etmesini sağlamak için önemli olduğu savunulmuştur.

Sadıkoglu ve Olcay (2014) çalışmasında TKY uygulamalarının performansa etkisini incelenmiştir. Müşterilerin memnun edilmesi ve performansın ve sürdürülebilirliğin geliştirilmesi için tüm paydaşları içeren ürün veya hizmet süreçlerinin iyileştirilmesi için firmaların bütünsel ve etik bir yaklaşım içerisine girmesinin gerektiğinin vurgusu yapılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre TKY uygulamalarının performans ölçümlerini iyileştirdiği tespit edilmiştir. Burada da kalite çalışmalarıyla performans değişkenleri ele





alınmış ve tez çalışmasıyla benzer bulgulara ulaşılmıştır.

Altunel ve Günlü (2015) çalışmasında Topkapı Sarayını ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin deneyimleme kalitesi, algılanan değer, memnuniyet ve tavsiye etme eğilimi değişkenleri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre deneyimleme kalitesinin memnuniyet, algılanan değer ve tavsiye etme eğilimi üzerinde ve memnuniyetin tavsiye etme eğilimi üzerinde istatistiksel olarak olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Timur (2015) Balçova ve Gönen bölgelerindeki termal otellerde konaklayan 343 termal turiste anket uygulamış ve elde edilen bulgulara göre hizmet kalitesi algısının otele tekrar ziyareti olumlu anlamda etkilediği belirlenmiştir. İlban vd. (2016) yaptıkları çalışmada Edremit ilçesinde bulunan termal otellerde konaklayan misafirlere anket uygulanmış ve analiz sonuçlarına göre termal tesislerde konaklayan misafirlerin algıladıkları hizmet kalitesinin, memnuniyetlerini ve davranışsal niyetlerini etkilediği sonucuna varmışlardır.

Yine yapılan tez çalışması kapsamında; hizmet kalitesi ile sınırsız iyileşme arasında pozitif güçlü ilişki olduğu aynı zamanda sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasında pozitif orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında da bu sonucu destekler tespitlerle karşılaşmıştır.

Küçük (2011) Toplam Kalite Yönetiminde Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme isimli çalışmasında; sürekli iyileşme sınırlamalarını bir tarafa bırakarak, bütün unsurlara sınırsız iyileşme uygulandığında TKY'nin başarısı ve örgüt performansının başarısı artacağını belirtmiş ve bu durumun sürekli hale gelmesi halinde kalite iyileştirme konusunda daha başarılı olunacağı ifade edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen verilerden iyileştirme çabalarının amacına uygun olarak gerçekleştirilmesinin ve işletme performansına anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Abd Abdullah and Kotara (2019) çalışmalarında sınırsız iyileşmenin Toplam Kalite Yönetimi üzerine etkisini incelemişler ve sınırsız iyileşme çalışmalarının Toplam Kalite Yönetimi uygulamalarını olumlu yönde etkilediğini belirlemişlerdir.

Berberinde sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasında doğru yönlü bir ilişkinin belirlendiği tez çalışması ile paralel sonuçların elde edildiği çalışmaların literatürde yer aldığı görülmüştür.





Benshina (2018) sınırsız iyileşme ile örgüt performansı ilişkisini incelemiş, iki değişken arasında doğru yönlü bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Ay (2018) sınırsız iyileşme ve inovasyonun KOBİ'lerin performansı ile ilişkisini incelediği Tr82 Bölgesinde yaptığı çalışmasında sınırsız iyileşmem ile KOBİ performansı arasında doğru yönlü bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Bu sonuç da tez çalışmasında elde edilen sonuçla uyum arz etmektedir.

Yıldız ve Çiğdem (2018) tedarikçi yenilik odağının firma performansı üzerindeki etkisinde alıcı-tedarikçi ilişkisinin düzenleyici rolünü inceledikleri çalışmada da yine yenilik odağının firma performansını etkilediği tespit edilmiştir. Bensalah (2019) Libya sanayi şirketler üzerinde yaptığı çalışmasında kalite iyileştirme çalışmalarının firma performansını doğru yönlü olarak etkilediğini belirlemiştir. Arıcı (2019) Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkiyi incelediği çalışmasında Kastamonu İlinde Bir Uygulama yapmış ve sınırsız iyileşme ile örgüt performansı arasında doğru yönlü bir ilişki belirlenmiştir.

İncelenen tüm sonuçlar tez çalışması bulguları ile örtüşmektedir.

## **10. Öneriler**

Günümüzde arşiv merkezlerinde kaliteli bir hizmet sunumu sağlanabilmesi ve kalitenin sürekli hale getirilebilmesi için nitelikli insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır. Belirlenen hedef ve stratejiler doğrultusunda, kaliteli hizmet sunan ve sunduğu hizmetten zevk alan çalışanların varlığının yanı sıra fiziki imkânlarının geliştirilmesi arşiv merkezlerinin gelişim elde etmesine önemli katkı sağlamaktadır.

Arşiv merkezleri bazında değerlendirildiğinde araştırmacıların aldıkları hizmetten memnun ayrılmaları ve bu memnuniyetlerinin sınırsız iyileşme ile desteklenmesi çalışan performansında da olumlu etkiler oluşturacaktır. Bu sebeple arşiv merkezlerinde çalışanlar hizmet sürecinde önemli rol oynamaktadır.

Bu araştırmada Libya ulusal arşivine gelen araştırmacıların hizmet kalitesi algılarının sınırsız iyileşme ve örgüt performansı üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışma evreni olarak Libya ulusal arşivine gelen araştırmacıların seçildiği için örneklemin sınırlı sayıda olduğu dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle, bu çalışmada kullanılan anket formunun yapılacak başka çalışmalarda Libya genelindeki farklı bölgelerde





uygulanmasıyla çalışmaların sonuçları kıyaslama yapılarak bir takım çözüm önerileri sunulabilir.

\* Libya ulusal arşivinde yararlanıcıların önem verdikleri güvenilirlik, nezaket, yetkinlik ve ayırım yapmama gibi hizmet kalitesi unsurları dikkate alınarak hizmet kalitesi daha da iyileştirilebilir

\* Kalite çalışmaları ve özellikle sınırsız iyileşme yoluyla kalitenin iyileştirilebileceği ve böylece örgüt performansının yani Libya Devlet Belge Arşiv İdaresi'nde hizmet kalitesi ile birlikte performansın artırılabilceği önerilebilir.

Nihayet araştırmacılara yönelik de bir öneri paylaşılabilir.

Bu tez çalışması yeni bir konu olan sınırsız iyileşmeyi yine yeni bir çalışma olan arşiv sisteminde uygulaması son derece önemli olmakla birlikte gelecek çalışmalarda hizmet kalitesi algısının, farklı değişkenlerle ilişkisi araştırılabilir. Bu çalışma farklı kurumlarda veya farklı ülkelerde yürütülebilir. Farklı kurum ve ülkelerde yürütülen çalışmalar karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir.







## KAYNAKÇA

- Abd Abdullah, Najwa Sasi and Aedah Milood Said Kotara (2019) "The Effect of Unlimited Improvement (UI) on Total Quality Management (TQM): A Case Study Of The Higher Education Institutions In Libya", The International New Issues in Social Sciences, Volume: 7/2, pp. 105-124.
- Altunel, M., & Günlü, E. (2015). Deneyimleme Kalitesi, Algılanan Değer ve Memnuniyetin Müze Ziyaretçilerinin Tavsiye Etme Eğilimi Üzerindeki Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Arıcı, Furkan (2019) "Sınırsız İyileşme İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama", The International New Issues in Social Sciences, Volume: 7/2, pp. 181-196.
- Arlı, E. (2012). Yat Limanı İşletmeciliğinde Algılanan Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Tekrar Tercih Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Genel Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1).
- Ay, Okan (2018) "Sınırsız İyileşme ve İnovasyonun KOBİ'lerin Performansı İle İlişkisi: Tr82 Bölgesinde Bir Çalışma", The International New Issues in Social Sciences, Volume: 6/2, pp. 51-68.
- Bensalah, Taher (2019) "Relationship Between Performance Improving and Unlimited Improvement In Libyan Industrial Companies", The International New Issues in Social Sciences, Volume: 7/1, pp. 75-96.
- Benshina, Khled (2018) "The Relationship Between Unlimited Improvement And Business Performance", The International New Issues in Social Sciences, Volume: 6/1, pp. 85-94.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B., & Canoğlu, M. (2013). Algılanan Otel İmajı ve Hizmet Kalitesi ile Tekrar Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 96-108.
- İlban, M. O., Bezirgan, M., & Çolakoğlu, F. (2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 181-194
- Kalaycı, Ş. (2017). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 8. Bs., Ankara, Dinamik Akademi





- Kozak, M. (2017) Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri, 3. Baskı, (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Küçük, O. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Küçük, O. (2020) (Editör ve Yazar) İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, Sonçağ Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, O., (2017).Toplam Kalite Yönetimi, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, Orhan (2011) "Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme", 11. Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul, 44-54.
- Küçük, O. ve G. Kocaman. "Müşteri Yönlülük, İnovasyon Yönlülük ve İşletme Performans İlişkisi: Bir Uygulama", The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science, Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2575>, Number: 29, pp. 37-52, Autumn III (2014).
- Küçük, O., Özbek, A., & Küçük, N. (2015). Sağlık Sorunları Sebebiyle İşgücü Kaybının Örgüt Performansına Etkisi Üzerine Bir Çalışma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(2), 311-332.
- Özer, Ö., & Günaydın, Y. Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Ve Müşteri Sadakati İlişkisi: Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 11(2).
- Park, H. M. (2002) Univariate analysis and normality test using sas, stata, and SPSS Technical Working Paper. The University Information Technology Services (UITs) Center for Statistical and Mathematical Computing, Indiana University: 1-41.
- Sadikoglu, E. & Hilal,O. (2014). The effects of total quality management practices on performance and the reasons of and the barriers to TQM practices in Turkey. Advances in Decision Sciences.
- Sarıoğlu, C. (2017). Bilişsel Ve Duyuşsal Hizmet Kalitesinin Tüketicinin Değişirme Niyeti Üzerine Etkisi Ve Değişirme Maliyetinin İlimlaştırıcı Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 22. UPK Ahmet Hamdi İslamoğlu Özel Sayısı, 79-94. DOI: 10.18092/ulikidince.346012





Timur, B. (2015). "Termal Turizmde Hizmet Kalitesi, Algılanan Destinasyon İmaju Ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi" Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

Yıldız, Bülent ve Şemsettin Çiğdem (2018) "Tedarikçi Yenilik Odağının Firma Performansı Üzerindeki Etkisinde Alıcı-Tedarikçi İlişkisinin Düzenleyici Rolü", *The International New Issues in Social Sciences*, Volume: 6/2, pp. 85-110.



*Hizmet Kalitesinin Örgüt Performansına Etkisi: Libya Devlet Belge Arşiv İdaresinde Bir Araştırma (pp. 1-29) Ali Mohamed Saeid*



TINI- SOS

*The International New Issues In SOcial Sciences*



The Relationship Between Unlimited Improvement and Business Performance: Educational Company Example

Hussin Elzawi

Business Department PhD Student, Kastamonu University, Turkey

helzawi@ogr.kastamonu.edu.tr

orcid: 0000-0001-8490-0409

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 31-54

Makalenin Geliş Tarihi: 14/11/2021

Kabul Tarihi: 22/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gerekliyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.





## The Relationship Between Unlimited Improvement and Business Performance: Educational Company Example

Hussin Elzawi

### Abstract

This study was carried out with the aim to investigate the relationship between unlimited improvement and business performance in education /training businesses, Tech Global Company. After researching the review of literature in the area of business performance, the researcher became aware of the importance of such relationship between the two elements in the most of the sectors. A survey was conducted with managers and employees in the training business. This paper contains the following; firstly, it has been reviewed what was published about this subject. Secondly, the model of study was clarified and the data obtained from a total of 25 participants, which are the entire staff of the company, were analyzed. Thirdly, in the discussion and result sections the relationship between unlimited improvement and business performance was determined. And finally, according to this analyse result, it is clear that there is a significant positive relationship between unlimited improvement and business performance.

**Keywords:** Unlimited Improvement, Business performance, Educational Company

**Jel Code:** M12

### Sınırsız İyileşme ile İş Performansı Arasındaki İlişki: Eğitim Şirketi Örneği

#### Özet

Bu çalışma, Tech Global Company adlı eğitim/öğretim işletmelerinde sınırsız iyileştirme ile iş performansı arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmacı, iş performansı alanındaki literatür incelemesini yaptırdıktan sonra, sektörlerin çoğunda iki unsur arasındaki bu tür bir ilişkinin önemini farkına varmıştır. Eğitim işletmesindeki yönetici ve çalışanlarla bir anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında öncelikle bu konu ile ilgili yayınlanmış çalışmalar gözden geçirilmiştir. İkinci olarak, çalışmanın modeli netleştirilmiş ve şirketin tüm kadrosunu oluşturan toplam 25 katılımcıdan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Üçüncü olarak, tartışma ve sonuç bölümlerinde sınırsız iyileştirme ile işletme performansı arasındaki ilişki belirlenmiştir. Ve son olarak, analiz sonucuna





göre, sınırsız iyileştirme ile işletme performansı arasında anlamlı bir pozitif ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sınırsız İyileştirme, İş performansı, Eğitim şirketi

**Jel Kodu:** M12

## 1. Introduction

At present, all areas of human life, especially education, are developing rapidly. In the current era, organizations face many challenges brought about by globalization, continuous technological development, intensified global competition, and ever-changing consumer behavior. This makes those responsible for institutions and organizations think seriously to keep up with this rapid pace of development. Therefore, companies must develop new products and services, find new input resources, develop new business processes, and implement multiple innovations related to organizational structure (Uzkurt, 2008). All these challenges have prompted organizations to adopt the following principles.

Infinite Improvement is one of the essential total quality management tools used to improve FAO's activities and operations by improving and developing the organization's current performance. Continuous Improvement is a management concept that aims to continuously build processes and activities related to machines, materials, individuals, and production methods. The management has the responsibility to provide the necessary conditions for the success of unlimited improvement work. Adopting the concept of continuous Improvement in institutions and organizations is one of the strategies aimed at delivering high-quality output with a competitive advantage in response to market obstacles (Bensalah, 2019). This can be achieved through the introduction of continuous development in management, activities and processes, the provision of an innovative environment and suitable infrastructure and modern means, and the use of ICT in production and customer service, as it helps to improve the interaction between employees Relationship and company management, it helps to strengthen the relationship between the company and its customers. Business performance and unlimited Improvement are important factors to increase productivity. Provide an innovative environment and suitable infrastructure and modern means and the use of ICT in production and





customer service because it helps to improve the relationship between employees and company management: interactive relationship and help strengthen the relationship between the company and customers. Business performance and unlimited Improvement are important factors to increase productivity. Provide an innovative environment and suitable infrastructure as well as modern methods and the use of information and communication in production and customer service Technology, because it helps to improve the interaction between employees and company management, and helps strengthen the relationship between the company and customers. Business performance and unlimited improvements are important factors to increase productivity .

This research aims to obtain the following answer: Is there a relationship between unlimited Improvement and business performance? This study aims to explore the relationship between the above two elements. The scope of this research is one of the training and consulting companies in Istanbul. A survey was prepared to collect data, analyze, discuss, and then present the results.

## **2. Theoretical framework**

The unlimited Improvement in organizational performance of all agencies creates tremendous opportunities for excellence and increased profits. Infinite Improvement is one of the most advanced and essential technologies based on incremental Improvement in production. These improvements are reflected in reducing costs and improving product quality. Therefore, infinite Improvement aims to lower costs rather than control fees to reduce costs in the short term. Product life cycles satisfy consumers' desires, satisfy their ambitions, and gain competitive advantages for organizations, thereby increasing their market share (Basil, 2001).

All companies are seeking to achieve these goals. Jain et al. (2012) defined unlimited Improvement as a series of activities that constitute a process to achieve performance improvement. Improvement is also defined as "gradual Improvement through small improvement activities rather than large activities. These improvements are achieved through innovation or large investment in Technology. Improvement is a goal, which is the senior management, executive management, and all responsibility for activities (Hilton, 1999). From the name of unlimited Improvement, researchers







believe that it is a continuous effort to improve products, processes, or services by tracking and organizing work and improving quality. This is done through modern scientific mechanisms, such as logistics management and supply chain components. These are all important reasons for improving business efficiency. The goal of infinite improvement technology is to achieve complete perfection through continuous Improvement of the production process, which requires a huge effort to achieve this goal because the realization of the strategic goal is to obtain a competitive advantage by reducing costs, improving quality and customer satisfaction (Gain, 2004 ). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). The goal of infinite improvement technology is to achieve complete perfection through continuous Improvement of the production process, which requires huge efforts to achieve this goal because the strategic goal is to obtain a competitive advantage (gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). The goal of infinite improvement technology is to achieve complete perfection through continuous Improvement of the production process, which requires huge efforts to achieve this goal. The realization of the strategic goal is to obtain a competitive advantage (gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). 2004). Infinite Improvement





involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2016b). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools, and applications are included in the Improvement (Küçük and Küçük, 2012). Improve quality and customer satisfaction (Gain, 2004). Infinite Improvement involves all the elements that affect the organization's performance within the scope and is checked in the elements of the organization's scale. Therefore, all personnel, units, tools and applications are included in the Improvement (Küçük, 2011).

As far as business performance is concerned, it can be defined as the results achieved by completing the target within a certain period of time. Business performance management is a set of performance management and analysis processes that enable an organization's performance management to achieve one or more pre-selected goals. Enterprise performance management has three main activities; the selection of goals, the integration of data related to organizational progress, and the intervention of managers based on the reviewed data to improve future performance. These three activities are usually carried out at the same time, and interventions will affect the choice of targets, the information to be monitored, and the activities carried out by the organization.





For this concept, a company is understood as an effort to achieve its goals. Business performance is a success indicator determined by different factors. Organizational performance is not only an organization; it is an overall human factor. The source of raw materials, tools and equipment, funds and uses of the people who form the organization, and the most appropriate way to achieve management goals are the basic indicators of organizational performance (Küçük et al., 2015). Performance improvement is a form of organizational development that focuses on increasing output and improving the efficiency of specific processes or procedures. Performance improvement can occur at different levels, including employee level, team level, department or unit level, and the entire organization.

The concept of performance describes how an individual or group draws conclusions to achieve goals. Performance is a concept displayed by outstanding employees of an organization when they complete tasks. This is why the success of an organization is directly proportional to the performance of its employees (Benligiray, 2004: 141). Business performance is a description of the business goal or the level of completion of the target based on the output/conclusion obtained at the end of the business period (Yıldız, 2010: 180). Business performance is important because it provides information about the organization's goals and achievements. Well-performing organizations attract investors because they monitor the company's overall performance in making investment decisions, whether it's starting, retaining, or exiting the investment. People often notice that in management disciplines, measuring organizational performance has received extensive attention and is ultimately the dependent variable of interest. (Richard et al., 2009). The performance of a company is considered to be an important factor in ensuring that the company maintains continuity in the increasingly fierce competition (Küçük and Kocaman, 2014).

The relationship between the elements used to ensure business continuity and progress is considered very important. In this case, the company will consider the relationship and its positive impact on the business. Many studies have shown a positive correlation between corporate efficiency and other important factors, such as business process/risk management/quality management/innovative activities or customer orientation. In the research conducted by Soylu and Öztürk (2010), it has been determined that innovation is important in management, and it has





been determined that senior management is important to realize innovative applications in many enterprises. According to Küçük and Kocaman (2014), "regression analysis is performed to test the relationship between innovation activities, customer orientation, and business performance. As a result of this analysis, an "important and positive relationship" is determined. The evaluation should be conducted on the factors that will affect the company's performance Factors to ensure corporate quality, efficiency, sales, profitability, reputation, image, internal and external customer satisfaction".

### **3. Aims of Study**

This research aims to explore the relationship between unlimited Improvement of educational enterprises and enterprise performance management. The importance of research lies in emphasizing the role that endless Improvement can play in the improvement process and clarifying the importance of the relationship between unlimited Improvement and performance improvement in institutions and organizations. In addition, it is an opportunity for leaders and managers of industrial enterprises to understand this relationship.

### **4. Scope and methodology**

This research will focus on the relationship between unlimited Improvement in education companies and corporate performance management. The theoretical part is relatively complete, including some general concepts of infinite management optimization and business performance. In this way, the idea is based on the relationship between unlimited Improvement and business performance. The scope of the research was conducted by the supervisors and employees of the TechGlobal Training and Consulting Center. The center is located in Istanbul, Turkey. In terms of methodology, the analytical techniques used in this study rely on statistical quantities. Therefore, use questionnaires to collect data.

Data were collected by judgmental method, one of the non-random data collection methods (Küçük, 2016a). The investigators distributed 25 questionnaires, 4 were not answered, and 21 questionnaires from the company were received. The survey is divided into three main parts, the first is about general information, the second is about unlimited Improvement, and the last is about business performance management.

There are many previous studies on business performance. In this





sense, a general data collection tool was created in our study. For unlimited improvement, the Küçük (2020) scale was used.

The scales has been used in these parts, unlimited Improvement and business performance, is the Likert scale: 1) completely agree, 2) agree, 3) undecided, 4) disagree, 5) completely disagree. Analyze the collected data through the SPSS statistical program.

## 5. Research Model

The process is to obtain value through a series of interrelated activities. This value is embodied in the form of products, services or information that meet customer expectations and requirements, all of which are actually completed in all businesses (Küçük & Polat, 2013). According to the literature research, the research model shown in Figure 1 is established.

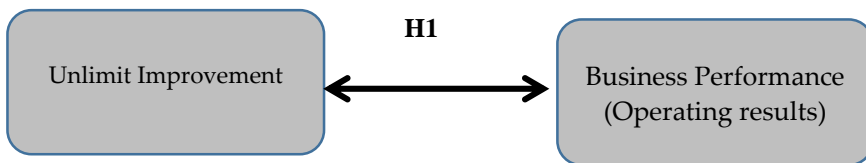


Figure 1. Research model

It can be seen from Figure 1 how the relationship between the two elements is. Küçük (2011) and Nurov (2017) determined a relationship between unlimited Improvement and organizational performance.

## 6. Hypothesis

In reviewing earlier studies, some studies directly examined the relationship between unlimited Improvement and other factors. For example, Küçük (2011), (2016b) and Ay & Nurov (2017) determined that there is a relationship between unlimited Improvement and organizational performance. Küçük (2011) found that unlimited Improvement is a quality improvement tool. It is based on the continuous realization of all business activities. It has no restrictions on quality improvement activities, personnel, processes and other internal and external factors of the organization. It is a quality. The improvement tool that focuses on removing all existing and potential limitations. Küçük (2012) studied the scale of total quality





management in the development of infinite improvement concepts. Comprehensive quality management has been evaluated in different applications and organization types; however, there is no direct link between unlimited Improvement and total quality management. Nevertheless, many studies have established a relationship between concept and organizational performance (Ay & Nurov, 2017; Benshina, 2018; Küçük and Küçük, 2012; Küçük vd. 2015).

The research provided by Najwa (2020) shows that intellectual capital has a statistically significant impact on the application of unlimited Improvement. Benshina (2019) studied the relationship between Libyan Industrial Company's unlimited Improvement and performance management, and there is a significant positive correlation between these two factors.

As we all know, hypotheses are tentative and testable answers to scientific questions. In this direction, the research hypothesis is determined as follows:

**H1:** In education companies, there is a statistically significant relationship between unlimited Improvement and performance improvement.

## **7. Data analysis**

The learning community comprises financial management accountants, marketing directors, managers of the quality control office, general managers of the training and consulting center, and the academic department. According to the personal knowledge of the researchers of the education company that formed the research group, the researchers used manual and direct communication as much as possible when distributing questionnaires to industrial companies to avoid their losses.

Table 1 shows the results of unlimited improvement.





Table 1. Unlimited Improvement Results

Infinite Improvement	Factor loading	core value	Difference interpretation rate%	Cranach Alpha	Average	KMO value
1. Do not exclude the user's thoughts or suggestions	,810	3,845	74,538	,705	2,23	,645
2. Unlimited recycling (Improvement of the whole process, application, personnel, machinery and equipment, and suppliers) is very important	,671				1,04	
3. To administrators participate in training	,665				1,38	
4. Time managers are included in the Improvement	,672				1	
5. The entire organizational structure is included in the Improvement	,607				1	
6. Career included in Improvement	,611				1,90	
7. Tools included in Improvement	,591				1,09	
8. The time course is included in the Improvement	,785				1,14	





Table 1. Unlimited Improvement Results

Infinite Improvement	Factor loading	core value	Difference interpretation rate%	Cranach Alpha	Average	KMO value
9. The total application is included in the improvement	,776	3,845	74,538	,705	1.14	,645
10. Time providers are included in the improvement	,670				1,85	
11. Manager can be changed	,598				1,80	
12. Changeable organizational structure	,765				1,95	
13. Career can be changed	,818				1,90	
14. Tools and tools can be replaced	,601				2	
15. The process can be changed	,878				1,80	
16. The total number of applications is variable	,802				2,09	
17. The time supplier can be changed	,586				1,90	

As shown in Table 1, the result factor value of unlimited Improvement is 0.705 on average. Since the value exceeds 0.4, this means that average







sampling is a good factor. All statements have factor loadings greater than 0.5 and eigenvalues greater than 1, indicating that these expressions are suitable for analysis. This result shows a benefit of higher than 0.50. Kaiser-Meyer-Olkin's measurement of sampling adequacy is within an acceptable range ( $p < 0.000$ ). Principal component factor analysis was performed on 17 items. A factor has eigenvalues that exceed the Kaiser standard, and the gravel diagram is clear and shows an inflection point. It can be proved that it is reasonable to retain only one factor that can explain 74,538% of the variance. Kaiser-Meyer-Olkin measurement verified the sampling adequacy of the analysis,  $KMO = 0.645$ .

It can be seen from Table 2 that Cronbach's alpha coefficient is 0.738. The ratio of variance explanation rate is 57,820%. In addition, it is found from Table 2 that the value of Kaiser-MeyerOlkin (KMO) is 0.670.

Based on the results of the Cronbach Alpha test, the test is used to measure the reliability of research conducted to determine the impact of unlimited improvements on business performance (0,738). Given these values, customer satisfaction (0,598), development of new products (0,788), market share (0,672). New product quality (0,604), business productivity (0,806), target achievement (0,869), sales (0,602).

Thus, it was decided that the scales could be used in reliable, valid and scientific research analyses (Küçük, 2016a: 227-232).

Table 2 shows the survey results of business performance.





Table 2. Business Performance Results

Operating results	Factor loading	core value	Difference interpretation rate%	Cronbach Alpha	Average	KMO value
1. Supplier satisfaction	,809	4,57	57,820	,738	2,76	,670
2. Establishment of new product/service development	,788				2	
3. The company's reputation and image are relatively high.	,820				1,95	
4. Our business has a high market share.	,672				2,76	
5 Our new products/services are of high quality.	,604				1,95	
6. Our business is highly productive.	,806				2,14	
7.The level of achieving our business goals is High.	,869				1,95	
8. Our business has high sales.	,602				2,95	
9. The profitability of our business is very high.	,820				2,14	
10. High customer satisfaction.	,598				1,95	





It analyzes the correlation analysis between unlimited Improvement and corporate performance. The main statistical measure of the relationship is the correlation coefficient, in which correlation analysis focuses on finding out whether the relationship exists and determining its size and direction (Sanders, 2011). To understand the greatest contribution of this relationship between variables, a multiple regression was performed. (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998; Saunders, 2011; U. Sekaran, & Bougie, R., 2016), they described multiple regression as a statistical technique used to predict the influence of multiple independent variables. in other words,

The study analyzed the correlation between unlimited Improvement of relationships and business performance through Pearson correlation analysis, as shown in Table 3. Pearson correlation analysis is used to measure the level of the linear relationship between two continuous variables. In other words, it studies the meaningful connection between two variables (Kalaycı, 2010). Pearson correlation has been used to test the relationship between variables in the study.

Table 3. Correlation Relationship

variable	Operating results	Infinite Improvement
Infinite improvement	0.79	1
Operating results	1	0.79

According to correlation analysis, there is a strong correlation between unlimited Improvement and performance. Küçük, (2016a) pointed out that if the result goes from (0.6) to (0.8), it indicates that the relationship between the variables is strong. In other words, there is a relationship between unlimited Improvement and business performance. Therefore, the H1 hypothesis is accepted.

## 8. Discussion

This research examines the relationship between unlimited Improvement and business performance. Obviously, this relationship between common factors is essential to business quality. As Küçük and





Kocaman (2014) said, many factors affect the services provided by enterprises. These factors are essential factors to ensure the effectiveness and continuity of the service market business

People think that quality improvement and productivity improvement are related but different infinite improvement methods. Total Quality Management (TQM) and 6 Sigma have been regarded as typical quality improvement strategies (Küçük, 2011), (Antony & Banuelas, 2002). Within the organization, it is worth noting that compared with the general ISO9001 standard, quality standards such as ISO13485:2003 emphasize unlimited Improvement, which indicates that unlimited Improvement may be problematic in the context of the regulatory process (Küçük et al., 2015). In this study, Pearson correlation analysis revealed the relationship between unlimited Improvement and Performance Improvement, and found a statistically significant positive correlation. In the research, Pearson correlation analysis revealed the relationship between unlimited improvement and performance improvement, using SPSS software to investigate through Pearson correlation analysis.

Among them, the research represented by H<sub>1</sub> can be said that the hypothesis of this research has been clearly confirmed by the researchers. The research results show a significant positive correlation between performance management and unlimited Improvement and its components (planning, management, improving business quality, relationship with customers, and human resource development). This result reveals the importance of understanding the unlimited improvements and performance improvements in the commercial and industrial fields and the connections and relationships between them.

The research represented by H<sub>1</sub> can be said that the hypothesis of this research has been clearly confirmed by the researcher. The research results show that there is a significant positive correlation between performance management and unlimited Improvement and its components (planning, management, improving business quality, relationship with customers, and human resource development). This result reveals the importance of understanding the unlimited improvements and performance improvements in the commercial and industrial fields and the connections and relationships between them. The research represented by H<sub>1</sub> can be said that the researcher has clearly confirmed the hypothesis of this research. The





research results show a significant positive correlation between performance management and unlimited Improvement and its components (planning, management, improving business quality, relationship with customers, and human resource development).

This result reveals the importance of understanding the unlimited improvements and performance improvements in the commercial and industrial fields and the connections and relationships between them. The research results show a significant positive correlation between performance management and unlimited Improvement and its components (planning, management, improving business quality, relationship with customers, and human resource development). This result reveals the importance of understanding the unlimited improvements and performance improvements in the commercial and industrial fields and the connections and relationships between them. The research results show that there is a significant positive correlation between performance management and unlimited Improvement and its components (planning, management, improving business quality, relationship with customers, and human resource development). This result reveals the importance of understanding the unlimited improvements and performance improvements in the commercial and industrial fields and the connections and relationships between them.

One of the important components of business performance that must be mentioned is leadership. Cummings and Schwab (1973) claimed that leadership is the most important variable that affects the performance of an organization's employees, and it is also the most important variable that affects the performance of an organization. Naktiyok and Küçük (2003) measured the impact of TQM's key factors of total quality management on organizational performance in their research. As a result of the research, there is a meaningful relationship between the overall standards of total quality management and corporate performance indicators. According to observations, this influence is particularly prominent in leadership and human resource management standards. When choosing a strategy for Unlimited Improvement, leadership is the key to success. It has been suggested that organizations with concentrated expertise and more direct leadership will find process-centric strategy easier to implement. In contrast, organizations with decentralized expertise and more supportive leadership





will find cultural strategies more appropriate (Küçük, 2012).

Reviewing the organization's level of development and preferred management leadership style will help the organization choose a strategy that requires the lowest path from the organization's current state to unlimited Improvement. It is worth noting that this classification is a kind of simplified view of how to implement these strategies in the real world, and the spirit of these strategies can be seen. When choosing a strategy for unlimited Improvement, leadership is critical to success. The situational leadership model has been adjusted to indicate whether a culture- or process-centric approach is more suitable in different situations (Francisco & Boake, 2003). It is recommended that organizations that focus on expertise and use more direct leadership will find that process-centric strategies are easier to implement. In addition, organizations with dispersed expertise and more supportive leadership will find cultural strategies more appropriate (Küçük, 2012). Reviewing the organization's level of development and preferred management leadership style will help the organization choose a strategy that requires the least path from the organization's current state to unlimited Improvement. research shows,

48

This is consistent with the study of (Jose Nicolas, 2014), which shows that it is time to leave the old adversarial management industry working methods behind. It's time to establish a better and more direct relationship with our owners/clients, develop more teamwork on the construction site, and produce better work quality. Such a goal requires the establishment of an unlimited improvement process within the company to provide quality management. Meeting owner/customer requirements (providing customer satisfaction) is the main goal of quality management. If a construction service provider contractor is to be successful, it must meet the owner/customer requirements (Bensalah, 2019). The implementation of total quality management and unlimited improvements in daily construction activities are closely related to all personnel involved in the construction process. Infinite Improvement is a process used by companies around the world as a strategy to meet demanding markets. In endless Improvement, there are various tools and methods to improve the production process, and there is a large amount of literature on it.

As the researchers said, there is a positive correlation between unlimited Improvement and corporate performance, which can be a direct





impact on quality and development. This is what is mentioned in many studies related to the relationship between other elements, such as (innovation, risk management, orientation, etc.) and business performance. The study results indicate that the infinite improvement process should have performance metrics related to all organizational processes, which is not common, at least in industrial companies. Formento et al., (2013) explained that approximately one-third of large companies have developed continuous improvement plans and achieved very effective results. This means that they set high standards and therefore become benchmarks for other companies, although they still need to develop themselves further (Bensalah, 2019). The research results are parallel to this research. The research results show that it is compatible with this research.

## **9. Results**

An education company is one of the companies in the field of training and consulting. These companies now offer various accredited training programs. Many factors affect the services provided by enterprises. These factors are important factors to ensure the effectiveness and continuity of the service market business. The main purpose of this research is to investigate the relationship between the unlimited Improvement of TechGlobe, Training & Consultancy Company and business performance management. To this end, three different parts are used to determine this relationship.

First of all, regarding demographic characteristics, according to the study results, it is observed that there are more male participants (71.4%) than female participants. When checking the age of the participants, it was found that (48.7%) of the participants were 20-40 years old. However, people aged 41-55 are (52.3%). Judging from the education status of the participants, Master degree and above the highest level of education. Secondly, in the infinite improvement part, some strengths were discovered. For example, 100% of the participants have confirmed the importance of endless Improvement in the whole process, applications, personnel, machinery, equipment, and suppliers. And with the same percentage, the role of managers and leaders in the process of unlimited Improvement is emphasized. In addition, about 90% of people believe that the stability and immutability of the institutional structure contribute to the operation of unlimited Improvement. Many points in this section have almost the same result, but the researchers will focus on the previous point because it thinks





it is essential.

Third, in terms of business performance, most interviewees said that their answers to most of the statements were close to each other, and about 80% of them chose the (agree) option. Finally, a regression analysis is performed to test the relationship between the variables. As a result of this analysis, a significant positive correlation is found between the two variables in the research model H<sub>1</sub>. Küçük, (2016) pointed out that if the correlation analysis of the results from (0.6) to (0.8) shows a strong correlation between the variables. In other words, there is a relationship between unlimited Improvement and business performance.

## **10. Conclusions and Recommendations**

This study aims to review the literature on unlimited Improvement and performance improvement in education companies. The importance of this research comes from the title itself. Among them, the research topic is the relationship between unlimited Improvement of education and training business and performance improvement. In addition, the relationship between variables and performance improvement is emphasized in the framework of alternative strategies based on previous literature. In addition, this research attempts to explore unlimited edits and their relationship to performance improvements. The study uses structured questionnaires to investigate different sample units in the entire survey research. Use SPSS software to research and analyze all survey data and then evaluate through discussion.

Focus on concepts and unlimited improvements and their role in improving and measuring performance. Highlight the potential for unlimited Improvement in relation to organizational performance. It also explains in detail the ideas related to the performance concept and looks for ways to measure it. Finally, the research results show that there is a statistically significant positive correlation between the performance improvement of education companies and unlimited performance. In summary, this reflects the principle of endless Improvement within the enterprise organization and its role in improving performance.

Based on these data, you can share the following recommendations for training companies:

\*Enterprises should adopt new methods and new ideas in developing







new products and get the support of management.

\*Create an organizational culture that guides employees to strive to achieve unlimited Improvement and increase productivity.

\* Companies should collect and evaluate information to determine the needs and requirements for providing the best service to customers.

\* Customers should apply the idea of providing exemplary service during and after the training service and ensure customer satisfaction.

\*To be successful in business, organizations must attach great importance to leadership.

\* Companies must adopt a strategy of unlimited Improvement.

This work was carried out at a training and consulting company based in Istanbul. This research can be extended to other education companies on a larger scale. This research can be extended to other education companies on a larger scale. In addition to unlimited improvements, the research can be enriched by using different factors and different areas.





## References

- Ay, O., & Nurov, G. (2017). Impact of Unlimited Improvement on Organization Performance: An Application. *The International New Issues in Social Sciences*, 4(4), 89–95.
- Benligiray, S. (2004), Human Resources Management, Eskişehir Anadolu University.
- Bensalah T. (2019). Relationship Between Performance Improving and Unlimited Improvement in Libyan Industrial Companies. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 1(7, 2019), 75-96.
- Cummings, L.L. and Schwab, D.P. (1973), *Performance in Organisations: Determinants and Appraisal*, Glenview: Scott, Foresman and Company.
- Formento, D., & Sing, C. (2013). Barriers to Total Quality Management (TQM)-Implementation In The Mauritian Food Industry.
- Jain, A., & Gupta, S. (2012). Effects of total quality management on perceptual human management resource outcomes in software industry in India. *Research in Business and Management*, 1(2), 23-35.
- Jha, S, Noori, H., and Michela, J. L., (1996). The Dynamics of Continuous Improvement: Aligning Organisational Attributes and Activities for Quality and Productivity, *International Journal of Quality Science*, Vol.1, no. 1, pp.19-47.
- Kossoff, L. L., "Total Quality or Total Chaos?", *HR Magazine*, Vol. 38, No. 4, 1993, pp. 131-134.
- Küçük, O. (2011). "Toplam Kalite Yönetiminde Yeni Bir Uygulama: Sınırsız İyileşme", 11. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul, 23-24 Haziran 2011. 4(2), 257–268.
- Küçük, Orhan (2020) *İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri*, (O. Küçük, İçinde: 4. Kısım 1. Bölüm, "Toplam Kalite Yönetimi (TKY) Kapsamında Geliştirilen Kavramlar, Sınırsız İyileşme Uygulaması ve Sınırsız İyileşme Ölçeği", ss. 207-220.), Sonçağ Yayıncılık, Ankara.





Küçük O. and Küçük N., (2012). Sınırsız İyileşmenin Örgüt Performansına Etkisi: Bir Uygulama, 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Konya, 10-12 Mayıs, ss. 769-775.

Küçük, O. and G. Kocaman, (2014). The Relationship Between Customer Orientation, Innovation Orientation and Business Performance: An Implementation. *International Journal of Social International Journal of Social Science Science*, Doi number:<http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2575>, Number: 29, pp. 37-52.

Kurnuç, M., Korucuk, S. and Küçük, O., (2015). Quality Assurance System Job Application Process and Organization Performance Measurement of Relationship: An Application, *The International New Issues In Social Sciences*, Number: 1, pp. 7-20.

Küçük, O. (2016a), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.

Küçük, O. (2016b). *Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management)*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Küçük, Z. A., & Polat, S. (2013). İlköğretim Okul Yöneticilerinin Eğitime ve Eğitimin Amaçlarına İlişkin Görüşleri. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 239-255.

Naktiyok, A. ve Küçük, A. (2003), "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Toplam Kalite Yönetimi Kritik Faktörlerinin Örgütsel Performans Üzerine Etkileri", *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Temmuz-Aralık, ss. 43-65.

Najwa S. (2020). The Impact of Intellectual Capital on Unlimited Improvement in Libyan Public Universities. *The International New Issues in Social Sciences*, 8(1, 2019), 135-152.

Richard, P.J., Devinney, T.M., Yip, G.S., Johnson, G., (2009). Measuring Organizational Performance: Towards Methodological Best Practice, *J. Manag.* 35 (3), 718-804.

Soylu, A. (2010). Yönetim İnovasyonu. *Sosyo Ekonomi Dergisi* 6(11),113- 130.

Saunders, M. N. (2011). *Research Methods for Business Students*, 5/e: Pearson Education India.

Uzkurt, C. (2008). *Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*, İstanbul:





Beta Yayınevi.

Yıldız, S. and Karakaş, A. (2012), Defining Methods and Criteria for Measuring Business Performance: A Comparative Research Between The Literature In Turkey And Foreign, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58, pp. 1091-1102.



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri Üzerinde Bir İnceleme

Duygu Uysal

Kastamonu Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi

duuysal@gmail.com

orcid: 0000-0003-4708-817X

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 55-78

Makalenin Geliş Tarihi: 04/01/2021

Kabul Tarihi: 23/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gereklyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri  
Üzerinde Bir İnceleme  
(pp. 55-78) Duygu Uysal*



**E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş  
Siteleri Üzerinde Bir İnceleme**

Duygu Uysal

**Öz**

Bu çalışmanın amacı e-hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisini belirlemektir. Bu sebeple araştırma modelini test etmek amacıyla Çankırı'da yaşayan, kamu ve özel sektörde çalışan 234 eğitimcinin ve aynı zamanda online alışveriş müşterisinin katıldığı bir anketten elde edilen veriler kullanılmıştır. Ölçme modelinin güvenilirliği ve yapısal geçerliliğini belirlemek için faktör analizi, modelin testi için SPSS 22.0 analiz programında çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçları online alışveriş sitelerinin hizmet politikaları, fiziksel özellikleri ve güvenilirlik boyutlarının genel hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini etkilediğini göstermiştir. Gelecek araştırmalar, online alışveriş bağlamında hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemek için boylamsal çalışmalar, odak grup görüşmeleri gibi farklı metodolojileri kullanabilir. Bu çalışma, müşteri memnuniyetini artırmak için online alışveriş mağazalarının, web tabanlı hizmetlerinin güvenliğini, güvenilirliğini ve tasarımlarını iyileştirerek pazarlama stratejileri geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir. Online alışveriş siteleri kurumsal kaynaklarını bu çalışma ile belirlenen önemli e-hizmet kalitesi özelliklerine ayırabilir.

**Anahtar Kelimeler:** E-Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyet

**The Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Online  
Shopping Sites**

**Abstract**

The purpose of this study is to determine the effect of e-service quality on customer satisfaction. For this reason, in order to test the research model, data obtained from a survey participated by 234 educators living in Çankırı, working in the public and private sector, as well as online shopping customers were used. Factor analysis was performed to determine the reliability and structural validity of the measurement model, and multiple regression analysis was performed in the SPSS 22.0 analysis program for the test of the model. The results of the research showed that the service policies, physical characteristics and reliability dimensions of online





shopping sites affect the overall service quality and customer satisfaction. In future studies, different methodologies such as longitudinal studies and focus group interviews can be used to examine the relationship between service quality and customer satisfaction in the context of online shopping. This study shows that in order to increase customer satisfaction, online shopping stores should develop marketing strategies by improving the security, reliability and designs of their web-based services. Online shopping sites can allocate their corporate resources to the important e-service quality features determined in this study.

**Keywords:** E-Service Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Jel Code: M11

## 1. Giriş

Ekonomilerin lokomotifi şeklini alan ve modern toplumun tüketim alışkanlıklarına şekil veren hizmet sektörünün temel özelliği sunduğu ürünlerin soyut olmasıdır. Büyük paralar harcanarak satın alınan ürünlerin maddi varlık özelliği taşımamaları müşteri-satıcı arasında kurulmaya çalışılan etkileşimin boyutlarını saptama yönünde zorluklar barındırmaktadır. Hizmet sektöründe, müşteri memnuniyetini etkileyen birçok değişken mevcut olmasına karşın, hizmet kalitesinin bu değişkenler arasındaki en etkili faktör olduğu düşünülmektedir (Aşık, 2016). Müşteriler satın aldıkları ürün ya da hizmetin kendilerini tatmin etmesini hedeflemekte ve bu doğrultuda tüketimlerine karar vermektedirler. Bunun için müşteri memnuniyetini etkileyen hizmet kalitesi faktörünün incelenmesi, hizmet işletmeleri adına karı maksimum seviyede tutma adına hayati öneme sahiptir.

Mal ya da mamul piyasalarında ürün kalitesinin satın alan tarafından etkisi bazen oldukça geri sıralarda olabilmektedir. Müşteriler satın aldıkları ürün için kimi zaman kaliteden çok ucuzluk, ani ihtiyaçları karşılama ya da erişilebilirliğin kolaylığı gibi faktörleri de göz önünde bulundurabilmektedir. Fakat aynı durumun hizmet sektörü için geçerli olduğunu söylemek zordur. Çünkü hizmet sektöründe müşteri memnuniyetine yön veren esas etkenin hizmet kalitesi olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla çalışmamız hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini ölçümlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### Hizmet Kavramı





Literatüre bakıldığında birçok hizmet tanımı görmek mümkündür. Bu tanım çeşitliliğinin asıl sebebi hizmetin ve tanımının bulunulan sektöre göre farklılıklar arz etmesidir. Yapılan araştırmalar incelenerek genel hatları belirtilen birkaç hizmet tanımı ortaya koymak mümkündür. Hizmeti müşterinin ihtiyaçlarını karşılamak ve onun bu ihtiyaç güdüsünü tatmin etmek amacıyla sunulan, sonuç olarak bir sahiplenme barındırmayan, maddi olmayan faydalar bütünü olarak ifade edebiliriz (Şentürk; 1998). Farklı bir tanımda hizmet ya doğrudan ya da bazı malların satımı ile ona bağlı sunulan fayda ve değerler olarak belirtilmektedir (Shengelbayeva; 2009). Hizmeti; mal ya da başka diğer hizmetlerden bağımsız olan hizmetler (avukatlık, sigortacılık vb.) ve mal ya da hizmetler ile birlikte sunulan hizmetler (kredi, servis bakımı vb.) şeklinde ikiye ayırmak mümkündür (Dalgıç; 2013).

Bu tanımlamalar ışığında hizmet sektöründe sunulanın maddi olandan çok, ona bağlı ya da bağımsız ikincil ama esas mal kalitesine etki eden bir değer olduğunu tespit edebilmemiz mümkündür. Soyut bir kavram olan hizmeti ve daha soyut çıktısı olan müşteri memnuniyeti ölçümlemek için hizmetin taşıdığı özelliklerin bilinmesi etkili olacaktır. Alan yazınında hizmet kavramının taşıdığı beş ortak özellik olduğu görülmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Bu özellikler hizmetin tanınması açısından önemli olmakla birlikte sektör bazında incelendiğinde de her hizmet için ortak olma özelliği taşıyabilmektedir.

*Soyutluk:* Hizmeti, maldan ayıran en büyük ayırım; hizmetin elle tutulamaz, ölçülemez, paketlenip, taşınmaz ve mülkiyet ilişkisi kurulamaz olmasıdır (Sayım ve Aydın, 2011). Hizmetleri ölçebilmek ortaya koydukları performans ile mümkündür (Dalgıç; 2013). Malın varlığı fiziki yapısından anlaşılırken, hizmet bir fikir, eylem ya da faaliyet olarak kendini gösterebilmektedir (Tokat, 2002). Ayrıca maddi bir varlık taşımayan hizmetin hukuken zilyedinden bahsedebilmek mümkün değildir, mülkiyeti yoktur ve elde bulundurulamaz.

*Ayrılmazlık:* Bu özellik hizmetin eş zamanlı olarak üretilip tüketilebilmesini ifade etmektedir. Mamullerin ve malların üretim ve tüketimleri arasında zaman dilimi bulunmasına rağmen hizmette bu özelliğin bulunması mümkün değildir ve hizmeti üreten ve pazarlayan kimliği aynı kişi de birleşebilmektedir (İbrahimova, 2010).







**Değişkenlik:** Bu özellik hizmetlerin türdeş olmamasını birbirine benzememesini ifade etmektedir (Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1985). Malların üretimlerinin genel olarak standarda uygun halde gerçekleşmesine rağmen aynı şey hizmetler için söz konusu olmamaktadır; hizmet içeriği zamana, mekâna, müşteriye ve sunan kişiye göre değişiklik göstermektedir (Sayım ve Aydın, 2011). Bu özellik hizmette bir kalite standardı belirlenmesine engel değildir. Kastedilen değişkenlik hizmetin ortaya çıktığındaki durum ve şartlara göre farklılık arz etmesini kapsamaktadır.

**Dayanaksızlık:** Hizmetler üretildikleri anda tüketilirler ve bu özellikleri sebebi ile depolanmaları ya da stoklanmaları mümkün değildir. Bu yönleri ile hizmetler piyasada arz ve talep yönlü bir takım problemlerin çözüme ulaştırılması sorununu doğurmaktadırlar (İbrahimova, 2010).

### **Hizmet Kalitesi ve E-Hizmet Kalitesi**

Günümüz iş dünyasının ağırlıklı kısmını oluşturan hizmet sektörü her geçen gün payını daha da artırmaktadır. Bu büyüme neticesinde birçok küresel ölçekli şirket kurulmuş ve yıllık ciro bakımından birçok endüstri kuruluşunu geride bırakan bir ivme kazanmıştır. Bu durum hizmet sektörünün soyut çıktılarını ve bu çıktılarının müşterinin tatmin güdüsünü ölçmeyi ve bu doğrultuda kontrollü büyümenin gerekliliğini ortaya koymuştur. Yapılan birçok çalışmada ayrı ayrı iş kolları ele alınmış ve her iş kolunun kendine has içeriklerine özel hizmet kalitesi standartları oluşturulmaya çalışılmıştır.

Kalite kavramı müşterilerin beklentilerindeki farklılık ve algı çeşitliliklerinden dolayı çok boyutlu bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kalite tanımını, ihtiyaçlara, kullanıma ve beklentilere uygunluk şeklinde çeşitlendirmek mümkündür. Küçük (2012: 32) müşteri tatminine yönelik olarak kalitenin temel özelliklerini; tasarımda, kullanımda, fiyatta, teslim süresinde ve satış süresinde kusursuzluk olarak belirtmiştir.

Teknolojinin hızla gelişmesi ile pazarlama ve satış kavramları da gelişime ayak uydurmuştur. Müşteri tatmini için müşteri odaklı pazarlama anlayışı yanında topluma ve çevreye duyarlı sosyal pazarlama anlayışı ve son zamanlarda popülerliği giderek artan e-pazarlama anlayışı ile işletmeler arası rekabet şartları iyiden iyiye ağırlaşmıştır. Rekabetle birlikte maliyetlerin de artışı işletmeleri kaynaklarını verimli kullanma yönünde teşvik etmektedir. Bu da toplam kalite yönetimi anlayışının benimsenmesi





ile mümkün olabilmektedir. Toplam Kalite Yönetimi “örgüt fonksiyonları ve sonuçları yerine, süreçler üzerine odaklanan, tüm çalışanların niteliklerinin artırılması ile yönetim kararlarını sağlıklı bilgi ve veri toplanması analizine ve tüm personelin katılımına dayandıran, örgütün beşeri faktörler dahil tüm kaynaklarını bütünlük içerisinde ele alan yaklaşımdır.” (Küçük, 2012: 68). Bahsedilen kalite kavramı tanımları ve toplam kalite yönetimi anlayışı müşteri tatmininde hizmet kalitesinin önemini vurgulamaktadır. Hizmet kalitesinin spesifik olarak tanımını ise Parasuraman vd. (1985); müşterinin satın almak istediği hizmete karşı beklentileri ile satın aldıktan sonra oluşan algıları arasındaki fark şeklinde yapmıştır (Bekar ve Kılıç, 2015). Parasuraman (1990) hizmet kalitesi algısını etkileyen özellikleri; güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, erişilebilirlik, saygı, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlamak ve fiziksel varlıklar şeklinde 10 boyut ile kategorize etmiştir.

Müşterinin bireysel özelliklerine göre şekillenen ve onun beklentilerine cevap verdiği ölçüde başarılı olan hizmet kalitesi kavramını şekillendirebilmek adına dünyada ve ülkemizde birçok standartlaşma çalışması yapılmaktadır. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalar bağımsız ve güvenilir kalite kontrol kuruluşları vasıtası ile kendi dış denetimlerini gerçekleştirmekte ve müşteri tatmini seviyesini maksimize edebilmek için azami gayret sarf etmektedirler. Bunun yanı sıra sunumu açısından önem arz eden bazı sektörlerin kalite standartlarının oluşması açısından hükümetler tarafından hizmet kalitesi mevzuatları oluşturulmaktadır. Bu alanda ülkemizde birçok firma tarafından üstlenilen enerji dağıtım sektöründe yapılan yönetmelikler örnek olarak gösterilebilir (Dalgiç; 2013). Yukarıda değinilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere hizmet tanımı konusunda evrensel bir görüş bulunmamaktadır. Hizmet sektörünün çeşitliliğinden dolayı birçok işletme ile iç içe yapısının anlaşılması çeşitli iş kollarını anlamayı mümkün kılacaktır (Sayım ve Aydın, 2011). Uluslararası ekonominin seyri incelendiğinde artan sanayileşme ile birlikte refah seviyesinde meydana gelen gözle görülür artış hizmet sektörünü tetiklemiş ve hizmet sektörü içerisinde oluşan iş kollarını bugün neredeyse ekonomide belirleyici bir role sahip hale getirmiştir (Çeştepe ve Ergün, 2011). Hizmet sektörü özünde hizmetin pazarlandığı yer olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan yola çıkarak hizmet sektörü de bu işletmelerin toplamı olarak değerlendirilebilir.





E-hizmet kalitesi, sanal pazarda e-hizmet sunumunun mükemmelliği ve kalitesine ilişkin genel müşteri değerlendirmeleri ve yargıları olarak tanımlanabilir (Santos, 2003). Araştırmalar, hizmet kalitesinin müşterinin tüketim kararlarını etkilediğini göstermiştir, ancak bu bulgular son zamanlarda e-ticarete de uygulanmıştır (Yang ve Jun, 2002; Wolfinbarger ve Gilly, 2003). Online alışveriş, gezinme, bilgi arama, online işlemler ve müşteri etkileşimleri gibi çeşitli bölümlere ayrılabilen karmaşık bir süreçtir. Online müşteriler için, yüksek standartta e-hizmet kalitesi, internetin potansiyel faydalarının kullanılabilceği bir araç olarak görülmektedir. Ürün teknik özelliklerini ve fiyatlarını online olarak karşılaştırmak geleneksel kanallara göre çok daha kolay olduğundan, e-hizmet kalitesi müşteriler için önemli bir faktör haline gelmektedir (Santos, 2003). Bu nedenle online hizmet alan müşteriler geleneksel hizmet alan müşteriler ile aynı hatta daha yüksek kalitede hizmet beklemektedir (Lee ve Lin, 2006). Bu bağlamda, araştırmamız e-hizmet kalitesinin belirleyicilerini açığa çıkarmak ve online alışverişin müşteri algıları üzerindeki etkilerini belirleyerek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

### **Müşteri Memnuniyeti**

Müşteri; bir hizmeti satın alan kişi, kişiler ya da kuruluşlar olarak tanımlanabilmektedir. Her ne kadar firma bilançolarında görülmeseler de, işyerlerinin var olma sebebi ve en önemli varlıklarını ifade etmektedir (Yücel ve Sayiner, 2018). Gelişen piyasa koşulları ve dünyada oluşan gelir artışına bağlı tüketim alışkanlıkları firmaları müşteri tespitinde ve müşteri beklentilerinin karşılanması konusunda yeni yöntemler belirlemeye itmiştir. Müşteri kavramı geniş anlamda ele alınmakta olup, firmanın ürettiği mal, hizmet ya da bunlar dışında kalan kaynaklardan faydalanan kitle müşteri olarak nitelendirilmektedir. Müşteri kavramı işletme personeli ya da farklı bir birimin çıktısını, girdi olarak kullanan iç müşteriler ve firmanın ürün ve hizmetlerini ücreti karşılığında alıp kullanan ve tüketen dış müşteriler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Yücel ve Sayiner, 2018). Dış müşteriler kendi aralarında; mevcut, potansiyel ve kaybedilen müşteriler olmak üzere ayrılmaktadır (Esen, 2011). Müşteri memnuniyeti genel itibari ile dış müşteri tanımına uygun olarak araştırılmaktadır. Son zamanlarda yapılan araştırmalarda firma karlılığını iç müşteri tatmini/memnuniyeti hususlarının da etkilediği ortaya koyulmaktadır.

Müşteri memnuniyeti ürün veya hizmetin tüketimi neticesinde





müşterinin sergilediği davranış olarak belirtilebilir (Pekmezci, vd; 2008). Başka bir tanıma göre “müşteri memnuniyeti, müşterinin taleplerinin karşılanması, bu taleplerin uygun koşullarda sunulması, ürüne ilişkin kalite algısının beklentilerine eşit veya beklentilerinden yüksek olması halinde yaşayacağı mutluluk ve haz durumudur” (Küçük, 2012: 312). Müşteri memnuniyeti ekonomik bir önem arz etmektedir. Müşterinin sergilediği memnuniyetin işletme açısından ekonomik bir avantaj sağlaması gerekmektedir. Bu avantajın ilk aşamasını masrafların tasarrufu ve firma karlılığı oluşturmaktadır (Esen, 2011). Müşteriyi firmaya bağlı tutmak, bir sonraki satın alma kararında etkin rol oynamaktadır. Bu bağlamda yeni müşteri kazanmanın mevcut müşteriyi korumaktan 5 kat daha fazla maliyet ve zaman gerektirdiği bu sebeple müşteri memnuniyetinin işletmeye olan bağlılığı, satışları artırdığı, pazarlama giderlerini düşürerek rekabet üstünlüğü sağladığı görülmüştür (Küçük, 2012: 311).

Mal piyasasında müşteri memnuniyetinin tespiti, hizmet piyasasına göre oldukça kolay sağlanmaktadır. Mal piyasasında müşteri aldığı malın sağlamlığı, fiyatı ve ihtiyaçlarına uygunluğu gibi ölçülebilen özellikler ile memnuniyet derecesini gösterebilmektedir. Memnuniyet algılanan ve beklenen kalite kıyaslaması sonucu ortaya çıkan deneyimi ifade etmektedir. Bu da sadece müşteri memnuniyet ya da memnuniyetsizliğinin ölçüsü değil hizmet kalitesinin de belirleyici unsuru olarak değerlendirilebilir (Küçük, 2012: 312)

Hizmet piyasasında bu beklentiler daha soyut kavramlarla ortaya konulmakla birlikte somut ve ölçülebilen değerler belirlemekte mümkündür.

### **Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler**

Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler; beklenti ve gereksinimler, kalite, rakipler ve pazarlama vaat ve teknikleri olmak üzere dört alt başlıkta incelenmektedir (Burcuoğlu, 2011). Dilek ve Küçük (2017: 26) müşteri memnuniyetinin milliyet, cinsiyet, eğitim ve gelir gibi faktörlere bağlı olduğunu ifade etmektedir.

*Beklenti ve Gereksinimler:* Bir hizmetin niteliklerine yönelik olarak satın alan tarafından umut edilen ve ileri aşamada satın alınmasında belirleyici rol oynayan inançlar bütünüdür. Bu inançlar, satıcıdan, sosyal çevreden ve diğer kaynakların yardımı ile elde edilebilmektedir (Esen; 2011).





**Kalite:** Müşterilerin mal ve hizmetten beklentilerinin üzerine çıkılması olarak tanımlanabilir (Burcuoğlu; 2011). Yapılan araştırmalara göre kaliteli hizmet sunumunun karlılığı artıran bir husus olduğu ortaya koyulmuştur. Müşteriler kalitesine güvendikleri ve piyasa şartlarında kaliteli olarak nitelendirilen ürünlere daha çok ödeme yapmaya hazır halde bulunmaktadırlar. Dolayısı ile kaliteli ürün ya da hizmet müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen bir faktördür.

**Rakipler- Ürün/Hizmet Performansı:** Bir ürün ya da hizmetin performansının yüksek olması müşteri memnuniyetinin de yüksek olması sonucu doğurmaktadır (Esen, 2011). Müşteriler aynı ürün ya da hizmeti rakipleri ile mukayese etmekte ve aralarında tercihte bulunmaktadır (Burcuoğlu; 2011). Beklenen performansın düşük olması müşteriye tercih noktasında diğer firmalara yönlendirmekte ve kararlarını etkilemektedir.

**Pazarlama Vaatleri:** Müşteriler piyasa şartlarında satışa sunulan hizmet ya da ürünlerin pazarlamacıları, reklamları ve diğer kullanıcılar nezdinde oluşan olumlu/olumsuz deneyimleri neticesinde satın alma kararı sergilerler. Oluşan bu beklentilerin karşılanıp karşılanmama durumuna göre memnuniyet düzeyleri ortaya çıkar (Burcuoğlu; 2011).

### **3. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkilerini belirlemektir.

### **4. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi**

Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla araştırma verileri online ortamda anket yöntemi ile toplanmıştır. Ölçeğin ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde hizmet kalitesini ölçmeye yönelik hizmet kalitesi ölçeği bulunmaktadır (İlter, 2009). Son bölümde ise Küçük (2020) tarafından geliştirilen müşteri memnuniyet ölçeği yer almaktadır. Ölçekler beşli likert tipinde olup, 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelenmektedir.

Araştırmanın ana kütlesini, Çankırı'da yaşayan özel sektörde çalışan eğitimciler oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden yargısal örneklem yöntemi kullanılmıştır (Küçük, 2016). Bu



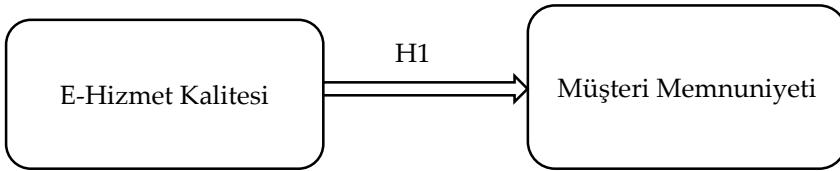


çalışma kapsamında 800 kişilik ana kütleden 234 veriye ulaşılmıştır.

## 5. Araştırma Modeli

Müşteri memnuniyeti, verilen hizmetin müşteride olumlu duyguya yol açma olasılığına olan inancının bir göstergesi olarak ifade edilmektedir (Udo vd., 2010). Kotler ve Keller'e (2006) göre müşteri memnuniyeti, satın alma sürecinde müşteri deneyimlerinin sonucudur, ve müşterilerin çevrimiçi yeniden satın alma ve sadakat gibi gelecekteki davranışlarını etkilemede çok önemli bir rol oynar (Pereira vd., 2016). Memnuniyet, işletmeden tüketiciye çevrimiçi ortamda en önemli başarı ölçütlerinden biridir (Shin vd., 2013). Memnun bir çevrimiçi müşteri, büyük olasılıkla tekrar alışveriş yaparak işletmeyi başkalarına da önerir.

Memnuniyet, müşteri davranışının bir parçası olan ve müşterilerin olumlu davranışsal niyetlerini doğrudan etkileyen müşteri tutumları ve niyetleri ile yakından ilişkilidir (Holloway vd., 2005). Literatür, e-hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında önemli bir ilişki olduğunu doğrulamış ve e-hizmet kalitesinin memnuniyet üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu öne sürmektedir (Fornell, 1992; Kundu ve Datta, 2015; Blut vd., 2015). Böylece, çevrimiçi alışverişte e-hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmak için aşağıdaki model oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

## 6. Araştırma Hipotezi

Toplumların tüketime yönelik ve özellikle hizmet sektöründe harcamalarının artması, müşteri memnuniyeti araştırmalarını artırmıştır (Çınar, 2007). Günümüzde tüketicilerde gerçekleşen bilinç düzeyi artışı,





müşterinin beklentilerini artırmaktadır (Uyar, 2019). Dijital çağ ile beraber müşteri satın alma tercihleri de online alışverişten yana artış göstermiştir. Çok sayıda online alışveriş sitesinin rekabet ortamında müşteri tarafından tercih edilebilir olabilmesi için müşteri memnuniyetini sağlaması gerekmektedir. Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti, hizmet sektörünü doğrudan ilgilendiren ve iç içe geçmiş kavramlardır (Bekâr ve Kılıç, 2015). Hizmet sektörü içerisinde faaliyet gösteren tüm firmalar bu iki değişkenin şirket karlılığına direk etkisinden dolayı bu iki kavram üzerine sürekli ölçümlenmelere yürütmektedir.

Kavramsal çerçeve kısmında anlatılanlar ve literatürdeki araştırmalar ışığında hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini etkileyeceği düşünülerek aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H<sub>1</sub>:** E-hizmet kalitesi müşteri memnuniyetini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

## **7. Araştırma Bulguları**

Araştırmada toplanan veriler istatistiksel analiz programı SPSS 22.0 ile analiz edilmiştir. Katılımcıların genel profilini belirlemek amacıyla demografik veriler frekans analizi ile incelenmiş ardından tanımlayıcı istatistikler yapılarak araştırmanın değişkenlerine uygun analizler belirlenmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1.'de gösterilmektedir.

Tablo 1.'e göre katılımcıların %61.9'unun kadın, %38.1'inin ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %41.4'ü kamu sektöründe çalışırken %58.6'si özel sektörde çalışmaktadır. Veriler eğitim durumu dikkate alınarak incelendiğinde katılımcıların %10.3'nün önlisans, %73.9'unun lisans ve %15.8'inin lisans üstü mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların en çok kullandığı alışveriş sitesinin %39.3'nün Trendyol, %21.8'inin Hepsi Burada, %16.7'sinin Gitti Gidiyor, %7.3'ünün Amazon, %11.1 inin sosyal medya butikleri ve %3.8 inin de farklı alışveriş siteleri cevabını verdikleri görülmektedir.



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri Üzerinde Bir İnceleme*  
(pp. 55-78) Duygu Uysal



Tablo 1. Demografik Bulgular

		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	145	61.9
	Erkek	89	38.1
Medeni Durum	Bekar	112	47.8
	Evli	122	52.2
Eğitim Durumu	Ön Lisans	24	10.3
	Lisans	173	73.9
	Lisans üstü	37	15.8
Yaş	22-27	32	13.6
	28-33	54	23.1
	34-39	61	26.1
	40-45	64	27.4
	46 ve üzeri	23	9.8
Çalışılan Sektör	Kamu Sektörü	97	41.4
	Özel Sektör	137	58.6
En çok kullanılan online alışveriş siteleri	Trendyol	92	39.3
	Hepsi Burada	51	21.8
	Gitti Gidiyor	39	16.7
	Amazon	17	7.3
	Sosyal Medya Butikleri	26	11.1
	Diğer	9	3.8

Değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 2.'de gösterilmektedir.







Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Min	Maks	$\bar{X}$	S	Çarpıklık	Basıklık
Müşteri Memnuniyeti	234	1.00	5.00	3.9202	0.8175	-0.916	0.913
Hizmet Kalitesi							
*Politika	234	1.00	5.00	3.6163	0.6371	-0.987	1.113
*Fiziksel Özellikler	234	1.00	5.00	3.8981	0.9195	-1.034	1.576
*Güvenilirlik	234	1.00	5.00	3.9197	0.7845	-1.371	1.343

Tablo 2'ye göre değişkenlerin çarpıklık ve basıklık katsayıları -1.5 ve +1.5 arasında yer alarak normal dağılım göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Normal dağılım gösteren verilerin analizinde parametrik testler kullanılmaktadır. Bu sebeple araştırma verilerinin analizinde parametrik testlerden faydalanılacaktır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizine dair bulgular Tablo 3. ve Tablo 4.'de gösterilmektedir. Tablolarda değişkenlerin güvenilirlik düzeyi Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı ile, örneklem büyüklüğü KMO değeri ile gösterilmiştir. KMO değerinin 0.50 den büyük olması örneklem büyüklüğünün analiz için uygunluğunu ifade ederken bu değer 0.80 den büyük olması mükemmel olarak kabul görmesi anlamına gelmektedir (Küçük, 2016: 229).





Tablo 3. Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach's Alpha	KMO Değeri
<b>Faktör 1</b> <b>Politika</b>	1. Kullandığım online alışveriş sitesi finansal bilgilerim için iyi bir güvenlik sağlar	0.821	32.141	0.83	0.813
	2. Kullandığım online alışveriş sitesi kişisel bilgilerim için iyi bir güvenlik sağlar	0.863			
	3. Kullandığım online alışveriş sitesi birçok kredi kartı ile ödemeyi kabul eder	0.815			
	4. Kullandığım online alışveriş sitesi işlemleri ve kayıtları hatasız yürütür	0.733			
	5. Kullandığım online alışveriş sitesi yüksek kaliteli ürün sunar.	0.712			
	6. Kullandığım online alışveriş sitesi rekabetçi bir fiyat politikası uygular	0.911			
	7. Kullandığım online alışveriş sitesi hizmeti ilk seferde doğru olarak gerçekleştirir.	0.879			
	8. Alışveriş yaptığım diğer online sitelerden daha iyi hizmet vermektedir.	0.771			
<b>Faktör 2</b> <b>Fiziksel Özellikler</b>	1. Kullandığım online alışveriş sitesinin tasarımı site içinde dolaşmayı kolaylaştırır	0.821	13.973	0.79	0.787
	2. Görsel olarak güzel bir web sitesine sahiptir	0.806			
	3. Sitenin tasarımı aradığım herşeyi bulmamı kolaylaştırır	0.909 0.675			



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri  
Üzerinde Bir İnceleme  
(pp. 55-78) Duygu Uysal*

	4. Sitenin tasarımı site içinde dolaşımı hızlandırır				
<b>Faktör 3 Güvenilirlik</b>	1. Sitede istediğim ürünleri istediğim zamanda bulabilirim	0.512			
	2. Kullandığım online alışveriş sitesi belli bir şeyi belli bir zamanda yapma sözü verdiğinde o sözü tutar	0.773			
	3. Sitede nadiren teknik problemle karşılaştım.	0.841	11.013	0.87	0.819
<b>TOPLAM</b>			<b>57.127</b>		

Tablo 3.'e göre hizmet kalitesi ölçeğinin faktör analizi sonucunda öz değeri 1'den büyük 3 faktör altında toplandığı görülmektedir. Politika faktörü toplam varyansın %32.141 ini, fiziksel özellikler faktörü % 13.973'ünü ve güvenilirlik faktörü %11.013'ünü açıklamaktadır. Her üç faktörün de cronbach's alpha katsayısının 0.70 den büyük olduğu görülmekte bu da ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük, 2016: 232).

Tablo 4.'de müşteri memnuniyet ölçeğine dair maddelerin faktör yükleri, güvenilirlik katsayısı ve KMO değeri yer almaktadır. Müşteri memnuniyeti toplam varyansın %21.788'ini açıklamakla beraber, Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı ölçeğin güvenilir olduğunu (0.81>0.70) göstermektedir. KMO değerinin 0.50 den yüksek olması (0.776) örneklem büyüklüğünün analiz için uygunluğunu açıklamaktadır.

Tanımlayıcı istatistikler ve faktör analizi sonrasında hizmet kalitesinin alt boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla parametrik testlerden çoklu regresyon analizi yapılmıştır.



Tablo 4. Müşteri Memnuniyet Ölçeğinin Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach' s Alpha	KMO Değeri
<b><u>Müşteri Memnuniyeti</u></b>	1. Kullandığım online alışveriş sitesi performansı beklentilerimi karşılamaktadır.	0.715 0.653	21.788	0.81	0.776
	2. Kullandığım online alışveriş sitesi sunduğu ürün ve hizmetlerin pazarlaması konusunda yeterli deneyime sahiptir.	0.801 0.791			
	3. Kullandığım online alışveriş sitesi yenilikçi ve ileri görüşlülüğ e sahiptir.	0.690			
	4. Kullandığım online alışveriş sitesi bende güven uyandırmaktadır.				
	5. Kullandığım online alışveriş sitesi ile satış sonrası iade ve değişim işlemleri hususunda iletişim kurmam kolaydır.				
	6. Kullandığım online alışveriş sitesine ürünü iade etmem kolaydır.	0.833			
	7. Kullandığım online alışveriş sitesinden ürünle ilgili satış sonrası yardım almam kolaydır.	0.817			
	8. Kullandığım online alışveriş sitesini başkalarına tavsiye ederim.	0.775			
<b><u>TOPLAM</u></b>			<b>21.788</b>		





## Hipotez Testleri

Hizmet kalitesinin alt boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 4.'de gösterilmektedir.

Tablo 4. Hizmet Kalitesi Boyutlarının Müşteri Memnuniyetine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	B	Standart Hata	t	p
Müşteri Memnuniyeti	Politika	0,273	0,179	4,375	0,002
	Fiziksel Özellikler	0,307	0,110	3,051	0,021
	Güvenilirlik	0,481	0,147	2,115	0,019

R= 0,498  $R^2= 0,257$  F= 23.457 p= <0.05 DW=1,839

Tablo 4.'e göre çoklu regresyon analizi bulguları hizmet kalitesinin alt boyutlarından politikanın (B=0,273; p<0,05), fiziksel özelliklerin (B=0,307; P<0,05), ve güvenilirliğin (B=0,481; p<0,05) müşteri memnuniyetini pozitif yönde anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Politikanın, fiziksel özelliklerin ve güvenilirliğin müşteri memnuniyetini açıklayıcılığı %25,7'dir. Bu kapsamda hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine pozitif yönde anlamlı etkisinin varlığı kanıtlanmış H<sub>1</sub> hipotezi desteklenmiştir.

## 8. Sonuç

E hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkilerini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma Çankırı ilinde kamu ve özel sektörde çalışan eğitimcilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre e-hizmet kalitesinin politika, fiziksel özellikler ve güvenilirlik boyutları ile birlikte müşteri memnuniyetini %95 güven düzeyinde pozitif yönde anlamlı biçimde etkilediği bulgulanmıştır. Müşteri memnuniyetini etkileyen önemli faktörlerden biri olan hizmet kalitesi birçok akademik araştırmacı tarafından desteklenmektedir (Cronin ve Taylor, 1992; Bai, Cui ve Ye; 2014). Yine aynı şekilde e-hizmet kalitesinin de müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu pek çok araştırmacı tarafından desteklenmiştir (Banar ve Ekergil, 2010; İltter, 2009; Janda, Trocchia ve Gwinner, 2002). Buna





ek olarak hizmet kalitesi boyutlarının da müşteri memnuniyetini büyük ölçüde etkilediği bulunmuştur (Jun ve Yang, 2004).

Bu çalışma göstermektedir ki online alışveriş sitelerinin, işlemler sırasında kullanım kolaylığı sağlaması, ürünleri söz verdiği gibi teslim etmesi, ürünler hakkında doğru bilgiler sağlaması ve online işlemlerin güvenilirliğini güçlendirmesi müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilemektedir. Ayrıca web sitesinin tasarımının ve müşteri hizmetlerinin de müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Bu sebeple e-hizmeti sağlayıcıların kullanımı kolay, güvenilir, tasarımı görsel olarak çekici ve düzenli sayfaları olmasının müşteri memnuniyetini arttırdığı söylenebilir. Öte yandan araştırmalar pek çok online alışveriş müşterisinin kişisel mahremiyetine yönelik tehditler konusunda endişeli olduğunu göstermiştir (Graeff ve Harmon, 2002). Bu nedenle e-hizmet sağlayıcıları müşterilerin bilgilerini alırken ve kullanırken gizliliklerini korumak konusunda hassas davranmalıdırlar. Hizmetin satış sonrasında da içine alan bir süreç olduğu olmasından hareketle online alışveriş müşterilerinin aldıkları ürün ya da hizmetten memnun kalmadıkları durumda kolaylıkla ürün ya da para iadesi alabilmelerinin de müşteri memnuniyetini etkileyebileceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra fiyat politikaları, kullanıcı yorumları, kolay ulaşılabilirlik de müşterinin aldığı hizmeti değerlendirmesinde önemli rol oynayabilmektedir.

## **9. Tartışma**

Araştırma sonuçlarına göre e-hizmet kalitesi müşteri memnuniyetini pozitif yönde anlamlı biçimde etkilemektedir. Literatürde değişkenlere dair araştırmalar incelendiğinde e-hizmet kalitesinin ve alt boyutlarının müşteri memnuniyetini etkilediğine dair çalışmalara rastlanmaktadır. Araştırma sonuçları literatürdeki diğer araştırmalarla paralel olarak güvenilirlik boyutunun, online alışverişte hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin önemli bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir (Wolfenbarger ve Gilly, 2003; Lee ve Lin, 2006; Tong, 2000; Anderson, 1995). Bu sebeple müşteri memnuniyetini artırmak adına online alışveriş mağazaları ürünleri söz verdiği gibi teslim etme, güncel ve doğru bilgi sağlama ve online işlemlerin güvenliğini artırarak güvenilirlik boyutlarını geliştirmeye odaklanabilirler.

Müşteri memnuniyetinde online alışveriş sitelerinin fiziksel özelliklerinin de etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuç, fiziksel özelliklerin





hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin önemli bir yordayıcısı olduğunu bulan İlter (2009)'un çalışması ile tutarlıdır. Online hizmet sağlayıcıların web sitesi tasarımlarının okunabilir olması, kullanıcı ara yüzlerinin çekici ve düzenli olması, müşterilerin web sitesini rahatlıkla kullanmasına imkân verebilir. Benzer şekilde Wu ve Lin (2006) kullanımı kolay web sitelerinin müşterinin siteyi tekrar ziyaret edip satın almaya çektiğini ve müşteride memnuniyet oluşturduğunu belirtmiştir. Kullanılan web sitesinin hızı, gezinme desteği, teknoloji kullanımı ve bilgi içeriğinin müşteri memnuniyetini belirleyen e hizmet kalitesi özelliklerinden olduğu Alper (2001) çalışmasında da desteklenmiştir. Ayrıca literatürde bu çalışmaların yanı sıra yüksek hizmet kalitesinin, yüksek müşteri memnuniyeti ile ilişkili olduğunu doğrulayan pek çok çalışma yer almaktadır (Andreassen ve Lindestad, 1998; Deng vd., 2010; Chang ve Wang, 2011; Blut vd., 2015; Gounaris vd., 2010; Udo vd., 2010).

Araştırmada politika boyutu müşterinin hizmete duyduğu güven, kişisel bilgilerinin korunacağına dair inançları da içermektedir. Bu bulgu müşterilerin online alışveriş sitelerinin kişisel bilgilerini bilgisi ve izni olmadan diğer kuruluşlara vermesinden/satmasından endişe duyduğunun işareti olarak yorumlanabilir. Than ve Grandon (2002) de çalışmasında artan online alışveriş ve online müşterinin kişisel bilgilerinin kötüye kullanılacağından ve mahremiyetlerinin ihlal edileceğinden endişe duyduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonuçları Lee ve Lin (2006) ve İlter (2009) un çalışmaları ile tutarlı biçimde hizmet politikalarının müşteri memnuniyetini etkilediğini göstermiştir.

## **10. Öneriler**

Müşteri memnuniyetinin e-hizmet kalitesi alt boyutlarından önemli ölçüde etkilendiğini bulgulayan bu araştırma değişkenleri ile çalışılacak gelecek araştırmalara bazı önerilerde bulunmak mümkündür. Hizmet sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin hayati öneme sahip hizmet kalitesi çalışmalarında farkındalık oluşturmak ve müşteri beklentisini karşılamayı hedefleyen çalışmalara bu boyutlara yüklenen anlamları ele alarak müdahale edebilmeleri ile mümkündür.

Araştırma sonuçları neticesinde sunulabilecek önerilerden ilki, müşteri memnuniyeti artırmak için online alışveriş sitelerinin, web tabanlı hizmetlerin güvenilirliklerini, hizmet politikalarını ve tasarımlarını daha





detaylı ele alarak pazarlama stratejilerini geliştirmeleridir. Online alışveriş siteleri kurumsal kaynaklarını bu çalışma ile belirlenen önemli e-hizmet kalitesi özelliklerine ayırabilirler. Güvenilirlik, güvenlik ve hızlı hizmet seviyesinin iyileştirilmesi, hem online müşterileri çekmek hem de elde tutmak için gereklidir, çünkü bu faktörler müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkileyebilmektedir.

Ayrıca müşteri memnuniyetinde hizmet kalitesinin öncüllerinden biri olan web sitesi tasarımı göz ardı edilemez. Web sitesi tasarımı, online işlem süreçlerinde müşteri kullanışlılığı ve kullanım kolaylığı sağlamak için önemli bir araçtır. Tasarımcıların kolayca gezinilebilen, erişilebilir ve evrensel olarak kullanılabilir, basit yönergeler ile anlaşılabilen web siteleri geliştirmeye özen göstermeleri önerilmektedir. Esasen amaç, kullanıcıya zevkli bir deneyim sunmak ve müşterinin yeniden ziyaretini engelleyecek kullanıcı hayal kırıklıklarını önlemektir.

Gelecekteki araştırmalar, online alışveriş bağlamlarında hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemek için boylamsal çalışmalar, odak grup görüşmeleri gibi farklı metodolojileri kullanabilirler. İnternet teknolojileri ve online alışverişin artarak devam etmesi ve gelecekteki araştırmalar, web sitesi kalitesinin göreceli önemi ve olası anlamının kültürler arasında farklılıklarını karşılaştırabileceklerdir. Böylece, kültürler arası karşılaştırmalar sağlamak için çalışma farklı kültürlerde çoğaltılabilir.

Çalışmanın sınırlılıklarına gelecek olursak, bunlardan ilki örneklemin genellenebilirliği üzerinedir. Çalışılan örneklem online alışveriş yapanların genel popülasyonunu temsil etmemektedir. Araştırma Çankırı ilinde yaşayan kamu ve özel sektör çalışanı eğitimcilerle gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle bu araştırmada sunulan sonuçlar sınırlı genişletilebilirliğe sahip olabilir. Ayrıca örneklem Çankırı'da toplandığından müşteri memnuniyeti ile ilgili bölgesel ve kültürel farklılıkların olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırma diğer bölgeler ve ülkelere genişletilebilir.







## KAYNAKÇA

- Akşit Aşık, N. (2016). "Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma", *Journal of International Social Research*, 9(47).
- Andreassen, T. W., & Lindestad, B. (1998). "Customer Loyalty and Complex Services: The Impact Of Corporate Image On Quality, Customer Satisfaction and Loyalty For Customers With Varying Degrees of Service Expertise", *International Journal of service Industry management*.
- Banar, K., & Ekerçil, V. (2010). "Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi", *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1).
- Bekar, A., & Kılıç, B. (2015). "Hizmet Kalitesi Memnuniyet İlişkisi: Üniversite Kampüsünde Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinde Karşılaştırılmalı Bir Uygulama", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (34), 1-24.
- Blut, M., Frennea, C. M., Mittal, V., & Mothersbaugh, D. L. (2015). "How Procedural, Financial and Relational Switching Costs Affect Customer Satisfaction, Repurchase Intentions, And Repurchase Behavior: A Meta-Analysis", *International Journal of Research in Marketing*, 32(2), 226-229.
- Burcuoğlu, M. (2011). Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönteminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Y. L. Tezi, Karaman.
- Chang, H. H., & Wang, H. W. (2011). "The moderating effect of customer perceived value on online shopping behavior", *Online Information Review*.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Çeştepe H., Ergün H. (2011), "Hizmet Ticaretinin Dünya ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri", *Bartın Üniversitesi, İibf Dergisi*, Yıl: 2011, Cilt: 2, Sayı: 4.
- Çınar, A. T. (2007). İşletmelerde Müşteri Hizmeti ve Müşteri Memnuniyeti İle Farklı Bankalar Ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi.
- Dalgıç, A. (2013). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Antalya'da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama, Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). "Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China",



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri  
Üzerinde Bir İnceleme  
(pp. 55-78) Duygu Uysal*



International Journal of Information Management, 30(4), 289-300.

- Dilek, Serkan ve Küçük, Orhan (2017). "Customer Satisfaction in Participation Banks: A Research in Kastamonu", Research in Business and Social Science, IJRBS International Journal of Research in Business And Social Sciences (2147-4478), <http://ssbfnet.com/> 6(4), 22-33.
- Esen, S. (2011). Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Etnosentrizmin Müşteri Memnuniyet Düzeyleri Üzerindeki Etkisi (Alanya İlçesi Örneği). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Y. L. Tezi, Karaman.
- Fornell, C. (1992). "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", Journal of Marketing, 56(1), 6-21.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). "An Examination of The Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions In E-Shopping", Journal of Services Marketing.
- Graeff, T. R., & Harmon, S. (2002). Collecting And Using Personal Data: Consumers' Awareness And Concerns. Journal of Consumer Marketing.
- Holloway, B. B., Wang, S., & Parish, J. T. (2005). The Role of Cumulative Online Purchasing Experience in Service Recovery Management. Journal of Interactive Marketing, 19(3), 54-66.
- İbrahimova, S. (2010). Müşteri Hizmetleri Kalitesinin Pazarlamadaki Önemi: Ege Bölgesi'ndeki Hipermarket Zincirlerinde Bir Uygulama (Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- İlter, B. (2009). E-Perakendecilikte E-Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: İşletme Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma.
- Janda, S., Trocchia, P. J., & Gwinner, K. P. (2002). Consumer Perceptions of Internet Retail Service Quality. International Journal of Service Industry Management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Defining marketing for the 21st century. Kotler, Philip and Kevin Lane. Marketing Management 12e., New Jersey: Prentice Hall, 3-31.
- Kundu, S., & Datta, S. K. (2015). "Impact of Trust on The Relationship of E-Service Quality and Customer Satisfaction", EuroMed Journal of Business.
- Küçük, O. (2012). Toplam Kalite Yönetimi, Seçkin Yay., Ankara.
- Küçük, O. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Küçük, Orhan (2020) İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, (O. Küçük, İçinde: 3. Kısım 1. Bölüm, Lojistikte Temel Kavramlar ve Kentsel Lojistik Performans Ölçeği, ss. 143-



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri  
Üzerinde Bir İnceleme  
(pp. 55-78) Duygu Uysal*



156.), Sonçağ Yayıncılık, Ankara.

- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, R. (1990). Event-Related Brain Potentials and Human Factors Research.
- Pekmezci, T.; Demireli, C.; Batman, G. (2008). İç Müşteri Memnuniyeti: Konya Un Fabrikalarında Bir Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 22, Aralık 2008.
- Pereira, H. G., de Fátima Salgueiro, M., & Rita, P. (2016). Online Purchase Determinants of Loyalty: The Mediating Effect of Satisfaction In Tourism, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 279-291.
- Santos, J. (2003). E-Service Quality: A Model of Virtual Service Quality Dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Sayım, F., & Aydın, V. (2011). Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri İle Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(29), 3.
- Shengelbayeva, M. (2009). Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kiriş (Antalya) Örneği (Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Shin, J. I., Chung, K. H., Oh, J. S., & Lee, C. W. (2013). "The Effect of Site Quality On Repurchase Intention In Internet Shopping Through Mediating Variables: The Case of University Students in South Korea", *International Journal of Information Management*, 33(3), 453-463.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics: International Edition*. Pearson2012.
- Than, C.R. And Grandon, E. (2002), "An Exploratory Examination of Factors Affecting Online Sales", *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 42, No. 3, pp. 87-93
- Tokat B. (2002), "İşletmelerde Müşteri Hizmetleri Yönetimi", *Örgütsel Yapı ve Türkiye'deki Uygulamalardan Örnekler*, Kütahya.
- Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2010). An assessment of customers'e-service quality perception, satisfaction and intention. *International Journal of Information Management*, 30(6), 481-492.



*E-Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Online Alışveriş Siteleri  
Üzerinde Bir İnceleme  
(pp. 55-78) Duygu Uysal*



- Uyar, A. (2019). Müşteri Memnuniyeti İle Müşteri Sadakati Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi: Otomobil Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama. *Electronic Journal of Social Sciences*, 18(69).
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). "Etailq: Dimensionalizing, Measuring and Predicting Etail Quality", *Journal of Retailing*, 79(3), 183-198.
- Yang, Z., & Jun, M. (2002). "Consumer Perception of E-Service Quality: From İnternet Purchaser and Non-Purchaser Perspectives", *Journal of Business Strategies*, 19(1), 19.
- Yang, Z., Jun, M., & Peterson, R. T. (2004). "Measuring Customer Perceived Online Service Quality", *International Journal of Operations & Production Management*.
- Yücel, N.; Sayiner, N. (2018). "Hizmet Pazarlamasında İç Müşteri Tatmini: Banka Çalışanları Örneği", *Fırat Üniversitesi, Harput Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1, Elazığ.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). "Problems and Strategies İn Services Marketing", *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.
- Zhang, Y., Cui, B., Derr, O., Yao, Z., Qin, Z., Deng, X., ... & Lin, H. (2014). Hierarchical Cobalt-Based Hydroxide Microspheres for Water Oxidation. *Nanoscale*, 6(6), 3376-3383.



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



**Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction  
in The Libyan Banking Sector**

Ali Bridan

Al Mergib University, Faculty of Economics and Commerce, khoms – Libya

alibridan@yahoo.co.uk

orcid: 0000-0001-7332-4215

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 79-102

Makalenin Geliş Tarihi: 16/12/2019

Kabul Tarihi: 23/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gerekliyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.





## **Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector**

Ali Bridan

### **Abstract**

Organizations in both the private and public sectors across the globe rely on their workforce for optimum productivity, which in turn will lead to organizational efficiency. In this case, the need to ensure the job satisfaction of the employee becomes a matter of necessity for every organization. Nevertheless, numerous researchers and scholars in this area have showed studies; there is however, the need to conduct more studies on job satisfaction and performance of an employee since the employees is believed to be an indispensable part of an organization.

Consequently, these study objectives to inspect the relationship between job satisfaction and employees' performance in the Libyan banking sector. Employee dissatisfaction is seen to be one of the major cause that motivates and demoralizes them at work, resulting in lower productivity and harming the organization's overall performance.

Methodologically, an aggregate of one hundred and twenty questionnaires was distributed staff of banks based on systematic random sampling and data collected is analysed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The outcome of the analysis depicts that there is a positive and significant relationship between job satisfaction and employee performance in the Libyan banking sector. The problem of the study is the dissatisfaction with the performance of employees in terms of their performance within the banks under study.

The study will serve as a policy guide to the management of the Libyan banking sector in areas relating to employee performance improvement through job satisfaction and it will also further make an impetus the field of organizational behavior and human resource management.

**Keywords:** Job satisfaction, employee performance, organisational efficiency.





**Jel Code: M12**

## **Libya Bankacılık Sektöründe Çalışan Performansı ile İşgören Memnuniyeti Arasındaki İlişki**

### **Öz**

Dünyanın her yerindeki hem özel hem de kamu sektöründeki kuruluşlar, optimum üretkenlik için işgücüne güveniyor ve bu da kurumsal verimliliğe yol açacak. Bu durumda çalışanın iş tatminini sağlama ihtiyacı her örgüt için bir zorunluluk haline gelmektedir. Bununla birlikte, bu alanda çok sayıda araştırmacı ve bilim adamı çalışmalar göstermiştir; ancak çalışanların bir organizasyonun vazgeçilmez bir parçası olduğuna inanıldığından, çalışanın iş tatmini ve performansı ile ilgili daha fazla çalışma yapılmasına ihtiyaç vardır.

Sonuç olarak, bu çalışma, Libya bankacılık sektöründe iş tatmini ile çalışanların performansı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışan memnuniyetsizliği, onları işte motive eden ve moralini bozan, daha düşük üretkenlik ile sonuçlanan ve organizasyonun genel performansına zarar veren başlıca nedenlerden biri olarak görülmektedir.

Yöntem bakımından; sistematik rastgele örnekleme dayalı olarak banka personeline toplam yüz yirmi anket dağıtılmış ve toplanan veriler Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi (SPSS) kullanılarak analiz edilmiştir. Analizin sonucu, Libya bankacılık sektöründe iş tatmini ile çalışan performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Çalışmanın problemi, incelenen bankalarda çalışanların performansları açısından memnuniyetsizliğidir. Çalışma, iş tatmini yoluyla çalışan performansının iyileştirilmesi ile ilgili alanlarda Libya bankacılık sektörünün yönetimine yönelik bir politika rehberi olarak hizmet edecek ve ayrıca örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi alanına da ivme kazandıracaktır.

**Anahtar Sözcükler:** İş tatmini, çalışan performansı, örgütsel verimlilik.

**Jel Kodu:** M12

### **1. Introduction**

The world is rapidly transforming due to factors such as globalization, economic growth, and instability, as well as the advancement of information technology, which influences the way people do business (Shrivastava & Purang, 2009). These global changes have created a competitive platform





among many organizations. Thus, to secure talented employees for sustainable organizational economic survival, organizations need to address the challenges, as employees are the valuable organizational asset that helps organizations sustain in the end.

According to Saner and Eyupoglu (2015), banks as the financial institutions serve as the backbone of the nation's economy which will have a direct impact on the development of the country. Thus, maintaining the highest job satisfaction among employees as good human resources are vital for the growth and performance of the nation's economy (Jie, Hasan, & Bidin, 2018).

Satisfaction means the acceptance of a satisfactory product, service, transaction, or other action encountered (Küçük, 2016b: 320) and Performance is the amount of output produced by a specific enterprise, unit, or employee with an acceptable standard infrastructure or qualifications in terms of the sector in a certain period (Küçük, 2017: 233).

Inuwa (2016) observed, "Employee job performance has always been a major challenge in organizational management and adopting effective ways to motivate employees to achieve and deliver higher job performance as well as increase organizational competitiveness is the main objective of every business organization". Therefore, research focusing on job satisfaction amongst banking employees has been often important as satisfied and committed employees are significant asset to organizations that will determine the success of the organization (Bakotić, 2016; Jie et al., 2018).

Howard (2009) noted that job satisfaction as a blend of likable and unlikable moods or behavior of an individual working on their work schedule, implying that when an individual is employed such an individual might come along with desires, wants and anticipations, which define their meaning for being there. Satisfaction on a job symbolizes the enormosity to which optimism is aligning with real rewards and benefits. According to Mowday, Porter, and Steers (2013) most employees today have a high degree of job dissatisfaction which creates attitudes that are undesirable on the job and in turn degenerate their performance ability and that their working place as well. Therefore, the purpose of this study is to identify Relationship between employees' performance and job satisfaction in the Libyan banking sector.







## **2. Theoretical Framework**

Weiss and Cropanzano (1996) consider the search for an answer to the question of the relationship between labor productivity and job satisfaction to be the most significant in organizational behaviour history. All of the studies on this subject simply confirms the fact that a "happy" and "satisfied" employee is significantly more effective and efficient at work.

According to Zelenski, Murphy, and Jenkins (2008) observed that employees were more productive on days when they were pleased and satisfied than on days when they were unhappy and dissatisfied, according to the study's findings.

Job satisfaction moreover plays vital role in contributing to negative behaviors at the workplace such as frequent absence, lack of discipline in performance and high turnover. Narrowing the research to job satisfaction can aid in understanding the connection between personal variables and deviant behavior in the workplace (Bader, Hashim, & Zaharim, 2013; Boamah, Laschinger, Wong, & Clarke, 2018; Dobrow Riza, Ganzach, & Liu, 2018).

Internal customer satisfaction defined as the situation in which the employee feels happy about his job. His perception is satisfactory as a whole with the working environment, employment, authorities, and responsibilities (Küçük, 2016b: 320).

Sabbagha, Martins, and Ledimo (2018) reported that understanding the factors that contribute to an individual's job satisfaction imperative when related to bank employees (Naseer, ul Haq, & Farooq, 2018). Job satisfaction of bank employees is essential to the production due to the levels of collaboration developed from content employees. it has been recommended that knowing the aspects associated with work satisfaction among bank employees is critical in creating the organizations' future policies and strategies, based on the findings of prior research. Furthermore, Muindi (2011) realized that regardless of whether the banks are public or private institutions; job satisfaction of their employees will determine the success of their business. This is consistent with Sowmya and Panchanatham (2011) Which shows that high satisfaction of bank employees in their jobs will lead to higher productivity, higher involvement and a less probability of resignation compared to employees who are less satisfied.





In the present case, job satisfaction can be seen as a sign of weakening in the efficiency of work organization. A few current theories on job satisfaction attempt to explain the construct from the perspective of human behavior and motives (Judge, Parker, Colbert, Heller, & Ilies, 2001; McCormick & Ilgen, 1980) These theories also try to determine the factors contributing to a higher level of job satisfaction and its connection to productivity. Two motivational theories used to explain job satisfaction are Maslow's Need Hierarchy and Herzberg's Motivator-Hygiene Theory (Ghazi, Shahzada, & Khan, 2013).

Küçük (2020: 36) observed that determination of business performance; is the amount of output that a certain enterprise, unit or employee with an acceptable standard infrastructure or qualifications in terms of the sector will produce in a certain period.

Dizgah, Chegini, and Bisokhan (2012) describes that job performance is the totality of all those expected behaviors that individuals bring to their working environment and give values to the organization. Those employees who are considered as the high performers usually get the chances of hiring earlier in the organization as compare to the low performers. Therefore, the success of every organization is based on the performance of employees' jobs (Pushpakumari, 2008). The higher the performance of employees, the higher the chance for getting the maximum productivity (Sonnentag & Frese, 2002). For each organization, that wishes to increase its productivity, they need to find out all those methods through which they can increase the performance of their employees.

Employee performance is the amount of the production related to the job or area of responsibility delivered in a certain period by employees with the appropriate technical and social equipment (Küçük, 2020: 44).

Pushpakumari (2008) reported that for the achievement of high-performance employees need to work hard. Satisfied employees are motivated when they are motivated they will work hard, will be committed to the organization, and will achieve the goals of the organization as well.

There are different other researches that are conducted on examining the individual factors (pay, work itself, promotion, supervision, and co-worker) of job satisfaction and their impacts on the performance of employees. Edwards, Bell, Arthur, and Decuir (2008) studied various aspects





of job satisfaction and task and contextual performance. In this paper, the sample was of 444 respondents and this research was carried out in the manufacturing plant in southeastern Texas in the United States. After the analysis in this study, positive relation was found between the work itself and job performance. Moreover, a strong association was discovered between promotion and work performance.

### **3. Aim of Research**

The objective of this research is to examine the relationship between job satisfaction and employees' performance, the scope of the study was in employees in the Libyan banking sector.

### **4. Scope of Research and Methodology**

The research adopts Statistical Package for Social Sciences (SPSS) data analysis and test of reliability. A total sum of 125 questionnaires were given out to the respondents which are the staff of the Libyan banking sector., out of which 120 were returned and 5 of the returned questionnaires were invalid due to incomplete and nonchalant responses which make the 120 as adequate and accurate and used for the analysis. This, therefore, constitute 96% of the total responses and on that basis it okay for running analysis as confirmed by Ruperto et al. (2001); Küçük (2016a) that in a cross-sectional study 30% response rate can be accepted for a study.

The data was collected using a quantitative method in the form of a questionnaire that was delivered to various respondents. According to M. Bhatti and Sundram (2015) "A quantitative study as defined is a way of calculating the data through the application of statistical methods and analysis and the outcome of the analysis represent numbers that further explains the proposed remedy of a particular research problem A probability sampling design through the use of systematic random sampling is used by distributing questionnaires to the respondents". Forza (2002) reported that probability sampling is a process that uses random selection to ensure that each unit of the population has a chance of being selected. As a result, the variables measurement questions were adapted from previous studies. Accordingly, the questions used to measure variables on the Likert scale. Employee performance is improved Küçük (2020a) and employee satisfaction Küçük (2020b).





## 5. The Research Model

Figure 1 illustrates the pictorial positions of the research framework. The research framework shows the relationship between the employees' performance and job satisfaction in the Libyan banking sector.

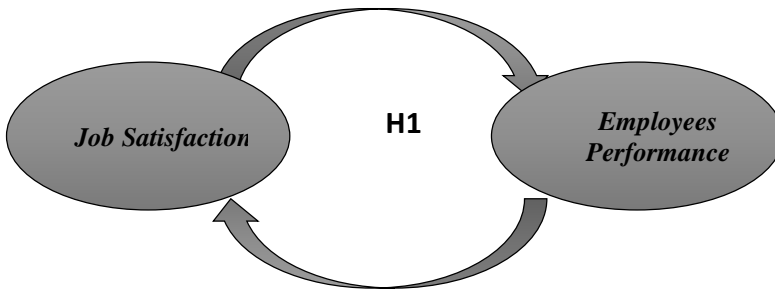


Figure 1. Proposed conceptual framework for the study Derived from the literature review above.

- ❖ Job satisfaction: is the extent to which an employee feels self-motivated, content and satisfied with his/her job.
- ❖ Employee Performance: refers to how your workers behave in the workplace and how well they perform

## 6. Research Hypothesis

Job satisfaction is a result of different aspects like pay, promotion, the work itself, supervision, relationships with co-workers and opportunities for promotions (Okpara & Wynn, 2008). Khan, Nawaz, Aleem, and Hamed (2012) have clarified the different variables that affect staff performance in an organization, they involved such as pay, organization commitment, the relationship between pay and performance, etc.

According to Sokoya (2000) in his study of job satisfaction level for public sector managers concluded that income is the main determinant of job





satisfaction. According to J. Robbins (2003), mention that "the extent to which the job provides the individual with stimulating tasks, opportunities for learning and personal growth, and the chance to be responsible and accountable for results" (Rast & Tourani, 2012). Furthermore, Rafiei, Amini, and Foroozandeh (2014), In his studies, emphasized that the three dimensions of organizational commitment, affective commitment, continuity, and normative commitment have had a significant positive impact on job performance. Besides, results showed that job performance was closely related to employee commitment (Sarioğlu and Acir, 2011:120).

Jobs matched with the competencies and that is mentally stimulating are liked by the employees (S. P. Robbins, 2001). Therefore, it could be hypothesized that:

**H<sub>1</sub>: There is a statistically significant relationship between employee's performance and job satisfaction in the Libyan banking sector.**

## **7. Data Analysis**

The research adopts Statistical Package for Social Sciences (SPSS) data analysis and test of reliability.

A total sum of 125 questionnaires were given out to the respondents which are the staff of the Libyan banking sector, out of which 120 were returned and 5 of the returned questionnaires were invalid due to incomplete and nonchalant responses which make the 120 as adequate and accurate and used for the analysis. This, therefore, constitute 96% of the total responses and on that basis it okay for running analysis as confirmed by Ruperto et al. (2001) that in a cross-sectional study 30% response rate can be accepted for a study.





Table 1. Factor Analysis of Job Satisfaction

Job Satisfaction	Factor Load	Core value	Variance Exp Rate (%)	Cronbach Alfa	Average	KMO value
4. Employees have faith in the performance appraisal system.	.695	3.38	64.69	.770	2.99	.610
11. The compensation for all employees is directly linked to his/her performance.	.673				3.31	
1. The duties of every job are clearly defined in our bank.	.656				2.46	
5. Employees have more than one potential opportunity for promotion.	.609				2.44	
7. Job security is almost guaranteed in this job.	.562				2.44	
10. If the bank were facing economic problems, employees would be the last to get cut in employment.	.532				2.12	
3. It is very difficult to dismiss an employee in the job	.512				3.77	
2. Employees are provided the	.473					



*Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector*

(pp. 79-102) Ali Bridan

opportunity to suggest improvements in the way things are done.					2.46
8. In our bank, compensation is decided on the basis of competence or ability of the employee.	.479				2.69
9. Employees are encouraged to have open communications with their superiors in the bank	.507				3.21
12. Employees in this bank are allowed to participate in decisions affecting them.	.628				2.49
6. Performance-based incentives and bonuses are available to all employees.	.464				3.74

Within the scope of the research, in the questionnaire where Job Satisfaction were included a scale of 12 items and Employees Performance questions were included a scale of 12 items. Descriptive factor analysis was conducted in order to determine the integrative relationship between Job Satisfaction and Employees Performance in addition to scale factors that were related to relevant factors. Factor analysis provides a grouping of measures, measuring the validity of factor loads, values, and measures in the form of suitable analytical results. Cronbach's Alpha model was used when reliability analysis was performed. A value between zero and one this coefficient is called the Alpha coefficient. Depending on the Cronbach's Alpha,  $1.00 > 0.80$  scale is highly reliable (Küçük, 2016a).



The statistics related to Job Satisfaction factors and explanatory factor analysis that reveal the factor loadings represented by participants who are surveyed are shown in Table 1. A principal components factor analysis was conducted on the 12 items. The Kaiser–Meyer–Olkin measure verified the sampling adequacy for the analysis,  $KMO = .610$ . An initial analysis was run to obtain eigenvalues for each factor in the data.

Two factors had eigenvalue over Kaiser's criterion of one but the scree plot was clear and showed inflections that would justify retaining only one factor that explained 64.686 % of the variance. Table 1 shows the factor loadings after rotation. The items that cluster on this factor suggest that the Job Satisfaction scale can be represented by one factor only (Küçük, 2016a).

According to this test as the value of ( $\alpha$ ) of the correct one indicated that the homogeneity and then credibility, and conversely the closer the value of ( $\alpha$ ) from zero indicated that the lack of homogeneity and this leads to the lack of credibility. The below Table shows reliability analysis for the Job Satisfaction Scale, which had reliability, Cronbach's  $\alpha = 0.770$ . The Cronbach's Alpha, which showed reliability in the test, was found to be 0.770. As a result, the scales seem to be quite reliable. So, the scale is reliable and valid, scientific research and analysis, which indicates homogeneity and increase credibility (Küçük, 2016a: 227-232).

Table 2 shows the statistics for the Employees Performance factors, as well as an explanatory factor analysis that exposes the factor loadings represented by survey participants. This result illustration the goodness of being above 0.60. Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy is within acceptable limits ( $p < 0.000$ ). A principal components factor analysis was conducted on the 12 items. The Kaiser–Meyer–Olkin measure verified the sampling adequacy for the analysis,  $KMO = 0.652$ .







Table 2. Factor Analysis of Employees Performance

Employees Performance	Factor Load	Core value	Variance Exp Rate (%)	Cronbach Alfa	Average	KMO value
24. I feel encouraged to come up with new and better ways of doing things.	.670	3.63 7	65.909	.784	3.31	.652
17. There are formal training programs to teach new employees the skills they need to perform their jobs	.662				2.99	
14. Job performance is an important factor in determining the incentive compensation of employees.	.644				2.46	
18. The job description for each job contains all the main tasks performed by the employees.	.617				2.44	
13. Employees in this job can expect to stay as long as they wish.	.593				2.55	
20. Employees are	.536				2.43	



*Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector*

(pp. 79-102) Ali Bridan

provided with performance-based feedback and counseling.						
23. I could clearly define quality goals in my work.	.491				2.12	
22. My expertise and skills are put to excellent use in my job.	.492				3.21	
21. The Bank does an excellent job of keeping employees informed about matters affecting us.	.500				2.69	
15. Each employee is aware of a clear career path in this bank.	.455				2.46	
16. Each job in our bank has a clear job description	.544				3.77	
19. The purpose of this bank's performance appraisal system is to discipline employees rather than to enhance their performance.	.286				3.75	



A preliminary analysis was performed to obtain the eigenvalues of each factor. One factor had eigenvalue over Kaiser's criterion, and the scree plot was clear and showed inflections that would justify retaining only one factor that explained 65.909% of the variance. Table 3 shows the factor loadings after rotation. The items that cluster on this factor suggest that Employees Performance scale can be represented by one factor only (Küçük, 2016a).

Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy is within acceptable limits ( $p < 0.000$ ). A principal components factor analysis was conducted on the 12 items. The Kaiser-Meyer-Olkin measure verified the sampling adequacy for the analysis,  $KMO = 0.652$ . In this test, the value of ( $\alpha$ ) of the correct one indicated that the homogeneity and then credibility, and conversely the closer the value of ( $\alpha$ ) from zero indicated that the lack of homogeneity and this leads to the lack of credibility. The table below shows the reliability analysis for the Employees Performance scale.

This scale had high reliability, Cronbach's  $\alpha = 0.784$ . The Cronbach's Alpha, which showed reliability in the test, was found to be 0.784. As a result, the scales seem to be quite reliable. So, that your scale is reliable and valid, scientific research and analysis which indicates homogeneity and increase credibility (Küçük, 2016a: 227-232).

The relationship between job satisfaction and employee performance has been investigated by correlation analysis. The main statistical measure of the relationship is the correlation coefficient, where the correlation analysis is primarily concerned with finding out whether a relationship exists and within determining its magnitude and direction (Pagano, 2012) .





Table 3. Correlations Analysis

		Employee Performance	Job Satisfaction
Employee Performance	Pearson Correlation	1	.974**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	120	120
Job Satisfaction	Pearson Correlation	.974**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	120	120

To find out more contributors to this relationship between the variables, the multiple regressions were conducted. The multiple regressions as a statistical technique to predict the variance in a single dependent variable caused by the effect of more than one independent variable (Saunders & Bezzina, 2015; Sekaran & Bougie, 2016).

At the bottom of the „Correlations“ table (Table 3) is displayed “\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed)”. This implies that the Pearson’s correlation coefficient  $r = .974$  with N of 120 is statistically significant at 0.01 level ( $p = 0.000$ ), which of course is also significant at 0.05 level. It has been determined that there is a direct and very strong, statistically significant relationship between employee performance and employee satisfaction in the Libyan banking sector (Küçük, 2016a: 250).

Consequently, the null hypothesis that “there is the relationship between the employees' performance and job satisfaction” is accepted. In other words, there is a significant relationship between employees' performance and job satisfaction in the Libyan banking sector.

The main purpose of this study was to investigate the relationship between employee performance and job satisfaction in the Libyan





banking sector. In the study, the Pearson Correlation Analysis revealed a relationship between employee performance and job satisfaction a statistically significant and positive relationship was found. Pearson's correlation analysis showed that the relationship between employee performance and job satisfaction was investigated by Pearson's correlation analysis using SPSS.

The finding shows that there is a statistically significant positive correlation between employee performance and job satisfaction; this supports the hypothesis of the study: H<sub>1</sub>: There is a statistically significant relationship between employee's performance and job satisfaction in the Libyan banking sector. This results in spotting the light on the importance of understanding employee performance and job satisfaction in the field of the Libyan banking sector, as well as the connection and relationship between them.

## **8. Results**

The study title was the relationship between employee performance and job satisfaction in the Libyan banking sector. This research aims to review the literature on employee performance and job satisfaction in the Libyan banking sector. Furthermore, highlight the relationship between variables and job satisfaction in the framework of alternative strategies based on previous literature. In addition, this research attempts to explore employee performance and its relation to job satisfaction.

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

As a result of our study, it has been determined that the employee performance and employee satisfaction scales are reliable and valid. Thus, it has been determined for the research group that we are working on that the scales can be used in scientific studies.

As a result of the correlation analysis; it has been determined that there is a direct and very strong, statistically significant relationship between employee performance and employee satisfaction in the Libyan banking





sector.

This research concluded some conclusions show the employees' performance and within the banks' sector and its role in job satisfaction. Spotlight on the concepts of job satisfaction and their role in improving the employees' performance. Highlight the potential of the relationship between employees' performance and job satisfaction. In addition, give a detailed explanation of ideas associated to the concept of employees' performance and searching about ways of measuring it.

As a final point, the finding shows a statistically significant positive relationship between employees' performance and job satisfaction In the Libyan banking sector.

### **9. Discussion**

The research focused on investigating the relationship between employee performance and job satisfaction and their role in improving the performance of employees in the republic's banks in Libya. This study reached some conclusions of them, showed a Pearson correlation analysis of the existence of a statistically significant and positive relationship between two variables of the survey "job satisfaction and employee performance".

This result agrees with Crossman and Abou-Zaki (2003); Khan et al. (2012) that employee satisfaction helps the organization reach its goals to achieve competitive advantages. Our findings are also supported by Crossman and Abou-Zaki (2003) , K. Bhatti and Qureshi (2007)and Karatepe, Uludag, Menevis, Hadzimehmedagic, and Baddar (2006). They argue that their previous studies showed a significant correlation between employee performance and job satisfaction.

According to Crossman and Abou-Zaki (2003); Gu and Siu (2009) They prove that employees who are satisfied with their jobs perform better compared to others. This result supports the results of our research.

The study also revealed a strong relationship between employee performance and job satisfaction. Both support this finding (Balouch & Hassan, 2014; Dugguh & Dennis, 2014; Inuwa, 2016).

### **10. Suggestions**

\*The researcher recommends that banks pay attention to employee needs to improve the regulatory environment to help them achieve a competitive advantage.



*Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector*

(pp. 79-102) Ali Bridan



\*This study focuses on the duty of motivating human resources to work hard, efficiently and effectively to achieve the highest degree of employee satisfaction.

\*The research focuses on the need to involve employees in making decisions and formulating the organization's policies.

\*The researcher recommends the need to adopt policies and strategies that create an organizational environment in which employees are satisfied with their jobs, which is reflected in their work performance

\*The researcher recommends that employees should be given the opportunity to suggest improvements in the way things are done.

\*The researcher recommends the need to develop a fair system for evaluating the performance of employees, which would raise the level of job satisfaction for employees





## References

- Bader, H. A., Hashim, I. H., & Zaharim, N. M. (2013). Job satisfaction among bank employees in Eastern Libya. *American International Journal of Social Science*, 2(1), 30-44.
- Bakotić, D. (2016). Relationship between job satisfaction and organisational performance. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 29(1), 118-130.
- Balouch, R., & Hassan, F. (2014). Determinants of job satisfaction and its impact on employee performance and turnover intentions. *International Journal of Learning & Development*, 4(2), 120-140.
- Bhatti, K., & Qureshi, K. (2007). Impact of Employee Participation On Job Satisfaction, Employee Productivity And Employee Performance. *International review of business research papers*, 3(2).
- Bhatti, M., & Sundram, V. P. K. (2015). Business research: Quantitative and qualitative methods: Kuala Lumpur: Pearson Malaysia Sdn Bhd.
- Boamah, S. A., Laschinger, H. K. S., Wong, C., & Clarke, S. (2018). Effect of transformational leadership on job satisfaction and patient safety outcomes. *Nursing outlook*, 66(2), 180-189.
- Crossman, A., & Abou-Zaki, B. (2003). Job satisfaction and employee performance of Lebanese banking staff. *Journal of Managerial Psychology*.
- Dizgah, M. R., Chegini, M. G., & Bisokhan, R. (2012). Relationship between job satisfaction and employee job performance in Guilan public sector. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1735-1741.
- Dobrow Riza, S., Ganzach, Y., & Liu, Y. (2018). Time and job satisfaction: A longitudinal study of the differential roles of age and tenure. *Journal of Management*, 44(7), 2558-2579.
- Dugguh, S. I., & Dennis, A. (2014). Job satisfaction theories: Traceability to employee performance in organizations. *IOSR journal of business and management*, 16(5), 11-18.
- Edwards, B. D., Bell, S. T., Arthur, J., Winfred, & Decuir, A. D. (2008). Relationships between facets of job satisfaction and task and contextual performance. *Applied psychology*, 57(3), 441-465.







- Forza, C. (2002). Survey research in operations management: a process-based perspective. *International journal of operations & production management*, 22(2), 152-194.
- Ghazi, S. R., Shahzada, G., & Khan, M. S. (2013). Resurrecting Herzberg's two factor theory: An implication to the university teachers. *Journal of Educational and Social Research*, 3(2), 445.
- Gu, Z., & Siu, R. C. S. (2009). Drivers of job satisfaction as related to work performance in Macao casino hotels: An investigation based on employee survey. *International journal of contemporary hospitality management*.
- Howard, M. C. (2009). *Emotional intelligence as a predictor of job satisfaction, organizational commitment, and occupational commitment among human service workers*. Capella University.
- Inuwa, M. (2016). Job satisfaction and employee performance: An empirical approach. *The Millennium University Journal*, 1(1), 90-103.
- Jie, C. T., Hasan, N. A. M., & Bidin, R. (2018). Job Satisfaction Among Employees: An Investigation Of Government-Linked Bank Institution In Malaysia. *Jurnal Kemanusiaan*, 16(1).
- Judge, T. A., Parker, S., Colbert, A. E., Heller, D., & Ilies, R. (2001). Job satisfaction: A cross-cultural review. *Handbook of industrial, work and organizational psychology*, 2, 25-52.
- Karatepe, O. M., Uludag, O., Menevis, I., Hadzimehmedagic, L., & Baddar, L. (2006). The effects of selected individual characteristics on frontline employee performance and job satisfaction. *Tourism Management*, 27(4), 547-560.
- Kaynak, R., İ. Sarıoğlu, Y. & Acır, İ. (2011). Dağıtım Kanallarında İlişkinin Kalitesi ve Sürekliliğini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma . Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 16 (3) , 117-130 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduiibfd/issue/20823/222907>
- Khan, A. H., Nawaz, M. M., Aleem, M., & Hamed, W. (2012). *Impact of job satisfaction on employee performance: An empirical study of autonomous*





- Küçük, O. (2016a). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ekin Yayınları, Bursa.*
- Küçük Orhan, (2017) *İşletme Bilgisi ve Yönetimi, 4. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.*
- Küçük, O. (2020). *İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, (O. Küçük, İçinde: 3. Kısım 2. Bölüm, Lojistik İlkeleri, Lojistik Karması ve Lojistik Köy Performans Ölçeği, ss. 157-165.). Sonçağ Yayıncılık, Ankara, 287-304.*
- Küçük, Orhan, (2016b) *Toplam Kalite Yönetimi, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.*
- Küçük, O. (2020a). "İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, (O. Küçük, İçinde: 1. Kısım 5. Bölüm, İşgören Performansının Belirlenmesi ve İşgören Performansı Ölçeği, ss. 44-51.)." *Sonçağ Yayıncılık, Ankara.*
- Küçük, O. (2020b). "İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, (O. Küçük, İçinde: 1. Kısım 6. Bölüm, İşgören Memnuniyeti ve İşgören Memnuniyeti Ölçeği, ss. 52-59.)." *Sonçağ Yayıncılık, Ankara.*
- McCormick, E. J., & Ilgen, D. R. (1980). *Industrial Psychology, USA: New Jersey 07632: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs.*
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (2013). *Employee—organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover: Academic press.*
- Muindi, F. K. (2011). The relationship between participation in decision making and job satisfaction among academic staff in the school of business, university of Nairobi. *Journal of Human Resources Management Research, 2011, 1-34.*
- Naseer, M., ul Haq, A., & Farooq, M. (2018). Antecedent of Employees' Career Satisfaction: An Empirical Investigation of Pharmaceutical





Sector of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 281-299.

Okpara, J. O., & Wynn, P. (2008). The impact of ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria: Implications for management development. *Journal of Management Development*, 27(9), 935-950.

Pagano, R. R. (2012). *Understanding statistics in the behavioral sciences* (Vol. 1): Cengage Learning.

Pushpakumari, M. (2008). *The impact of job satisfaction on job performance: An empirical analysis*. Paper presented at the City Forum.

Rafiei, M., Amini, M., & Foroozandeh, N. (2014). Studying the impact of the organizational commitment on the job performance. *Management science letters*, 4(8), 1841-1848.

Rast, S., & Tourani, A. (2012). Evaluation of employees' job satisfaction and role of gender difference: An empirical study at airline industry in Iran. *International Journal of Business and Social Science*, 3(7).

Robbins, J. (2003). What is a Christian? Notes toward an anthropology of Christianity. *Religion*, 33(3), 191-199.

Robbins, S. P. (2001). *Organisational behaviour: global and Southern African perspectives*: Pearson South Africa.

Ruperto, N., Ravelli, A., Pistorio, A., Malattia, C., Cavuto, S., Gado-West, L., . . . Martini, A. (2001). Cross-cultural adaptation and psychometric evaluation of the Childhood Health Assessment Questionnaire (CHAQ) and the Child Health Questionnaire (CHQ) in 32 countries. Review of the general methodology. *Clinical and experimental rheumatology*, 19(4 Suppl 23), S1-9.

Sabbagha, M. D. S., Martins, N., & Ledimo, O. (2018). *Conceptual Model of Employee Motivation and job Satisfaction for Staff Retention Practices in Foreign Exchange Banking Context*. Paper presented at the ICMLG 2018 6th International Conference on Management Leadership and Governance.

Saner, T., & Eyupoglu, S. Z. (2015). The job satisfaction of bank employees in North Cyprus. *Procedia economics and finance*, 23, 1457-1460.



*Relationship Between Employees' Performance and Job Satisfaction in The Libyan Banking Sector*

(pp. 79-102) Ali Bridan



- Saunders, M. N., & Bezzina, F. (2015). Reflections on conceptions of research methodology among management academics. *European management journal*, 33(5), 297-304.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*: John Wiley & Sons.
- Shrivastava, A., & Purang, P. (2009). Employee Perceptions Of Job Satisfaction: Comparative Study On Indian Banks. *Asian Academy of Management Journal*, 14(2).
- Sokoya, S. K. (2000). Personal predictors of job satisfaction for the public sector manager: implications for management practice and development in a developing economy. *Journal of business in developing nations*, 4(1), 40-53.
- Sonnentag, S., & Frese, M. (2002). Performance concepts and performance theory. *Psychological management of individual performance*, 23(1), 3-25.
- Sowmya, K., & Panchanatham, N. (2011). Factors influencing job satisfaction of banking sector employees in Chennai, India. *Journal of law and conflict Resolution*, 3(5), 76-79.
- Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. *Research in organizational behavior*, 18(1), 1-74.
- Zelenski, J. M., Murphy, S. A., & Jenkins, D. A. (2008). The happy-productive worker thesis revisited. *Journal of Happiness studies*, 9(4), 521-537.



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



**Etik Liderlik Davranışının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkileri  
Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu ve Sinop Otel İşletmeleri Örneği**

İsmail Karakulle, Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi

ismailkarakulle@gmail.com, orcid: 0000-0002-5372-2010

Eray Aydın, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Kastamonu

erayaydin25@gmail.com, orcid: 0000-0002-4303-2606

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 103-132

Makalenin Geliş Tarihi: 05/01/2022

Kabul Tarihi: 23/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gerekliyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.





## **Etik Liderlik Davranışının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu ve Sinop Otel İşletmeleri Örneği**

İsmail Karakulle  
Eray Aydın

### **Özet**

Bu araştırma, otel işletmelerinde yöneticilerin sergilemiş oldukları etik liderlik davranışlarının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkileri üzerine odaklanmaktadır. Araştırmanın amacı, yöneticilerin sergiledikleri etik liderlik davranışlarının çalışanların ÖVD üzerinde etkili olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla Kastamonu ve Sinop illerinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde 40 çalışandan yazılı soru sorma (online anket) tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırmada uygulanan anket 41 sorudan oluşmakta olup 5 soru çalışanların demografik özellikleri ile ilgili, 17 soru etik liderlik ölçeği ve 19 soru ise örgütsel vatandaşlık davranış ölçeğini kapsamaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen hipotezleri test etmek için regresyon analizinden faydalanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, etik liderliğin diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, centilmenlik boyutu üzerinde ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Etik Liderlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Otel İşletmeleri

**Jel Kodu:** D23, C92, M1

### **A Study on The Effects of Ethical Leadership Behavior On Organizational Citizenship Behavior: The Case of Kastamonu and Sinop Hotels**

#### **Abstract**

This research focuses on the effects of the ethical leadership behaviours of the managers in the hotel businesses on the organizational citizenship behaviour of the employees. The aim of the study is to determine whether the ethical leadership behaviors of the managers are effective on the OCB of the employees. For this





purpose, data were collected from 40 employees in hotel businesses operating in Kastamonu and Sinop provinces by asking written questions (online questionnaire). The questionnaire applied in the research consists of 41 questions, 5 questions about the demographic characteristics of the employees, 17 questions about the ethical leadership scale and 19 questions about the organizational citizenship behavior scale. Regression analysis was used to test the hypotheses determined within the scope of the research. According to the results of the research, it was seen that ethical leadership has a positive and significant effect on altruism, conscientiousness, courtesy and civic virtue dimensions, but it does not have a significant effect on the sportsmanship dimension.

**Keywords:** Ethical Leadership, Organizational Citizenship Behaviour, Hotel Management

**Jel Kodu:** D23, C92, M1

## 1.Giriş

Toplumsal yaşam içinde bireyler hem birer tüketici hem de çalışan olarak yaşamlarını devam ettirmektedirler. Özellikle günümüzde gelişen teknoloji, toplumsal etkileşimin artması, bilgiye daha hızlı ulaşma ve taleplerin çeşitlenmesi gibi nedenler bireylerin beklentilerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Farklılaşan bu beklentiler çalışanların iş hayatını da etkilemektedir. Çalışanlar faaliyette buldukları işletmelerde ortaya koydukları emek ve gayretleri ile kendilerine değer verilen, önemsenen, sahip oldukları beceri ve yeteneklerinin gelişim gösterebileceği bir çalışma ortamı beklentisi içindedirler. Bu beklentileri karşılayan işletmeler rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlamada, amaç ve hedeflerini gerçekleştirmede daha etkili şekilde yaşamlarını sürdürebilmektedirler.

İşletmelerin faaliyet alanları farklı olsa bile temel amaçları sahip oldukları kaynakları amaç ve hedefleri doğrultusunda etkin, etkili ve verimli bir şekilde kullanarak devamlılıklarını sürdürmektir. Sahip oldukları kaynaklardan rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü elde etmede etkili olan güç ise beşeri sermayedir. Özellikle hizmet sektöründe faaliyette bulunan işletmeler için çalışanlar oldukça önemli ve değerli bir kaynaktır. Çalışanların, işletmenin amaç ve hedeflerini sağlayabilmesi için belirlenmiş amaçlar ve hedefler doğrultusunda yönetilmesi gerekmektedir. Bununla





beraber çalışanlar açısından da işletmenin önemli bir değer olarak görülmesi oldukça önemlidir. Bunu sağlayabilecek olan işletme yöneticilerin ortaya koymuş oldukları liderlik tarzıdır. Özellikle çalışanların liderin ortaya koymuş olduğu adaletli davranma şekli, işletme içinde bütünlüğü sağlayıcı tutum ve davranışları, çalışanlar arasında sergilemiş olduğu etik davranışlar çalışanlar ile işletme arasında olumlu bağ kurmalarını sağlamaktadır. Liderin ortaya koymuş olduğu etik davranışlar çalışanların örgüte karşı daha fazla bağlanmalarına, yaptıkları işe karşı tatmin duygularının artmasına ve işletmeye daha fazla katkı sağlayacak emek ve çabanın ortaya çıkmasına neden olabilecektir. Bu açıdan işletmenin rekabet üstünlüğü elde etme, gelecek hedeflerini gerçekleştirme ve sürekliliğini sağlamak amacıyla liderin etik liderlik davranışı sergilemesi önemli bir etkidir.

Emek gücünün yoğun olarak kullanıldığı başka bir ifade ile insan gücüne dayalı işletmelerin başında otel işletmeleri yer almaktadır. Otel işletmelerinin büyüklüğü, sunduğu imkânlar, sahip olduğu yatak sayısı gibi özelliklerle beraber çalışanların ortaya koymuş olduğu tutum ve davranışlar otel işletmelerinin kalitesini ve değerini belirlemektedir. Bununla beraber liderin sergileyeceği liderlik tarzı otel işletmelerinde çalışanların daha kaliteli hizmet sunmalarına, daha fazla performans göstermelerine ve işletmedeki görev tanımlarından daha fazla katkı sağlamaya teşvik edecektir. Çalışanların kendi görevlerinin yanında işletmelerinin amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek için daha fazla gayret göstermeleri, kendilerine verilen görevin dışında kendi istekleri ile başka görevleri yerine getirmeleri çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeleri ile mümkündür. Bunu sağlayabilecek olan etkenlerin başında liderin sergilemiş olduğu etik liderlik davranışlarıdır.

Bu çalışma, otel işletmelerinde yöneticinin sergilemiş olduğu etik liderlik davranışının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerindeki etkisini belirlemektir. Çalışma kapsamında yöneticinin sergilemiş olduğu etik liderlik davranışının hangi faktörlerinin çalışanları örgütsel vatandaşlık davranışına yönelttiği ve bu faktörler arasındaki ilişkilerin neler olduğunu belirlemektir. Bu çalışma, liderin sergileyeceği etik liderlik davranışlarından hangilerine daha fazla önem vermesi gerektiğini belirlemek ve işletmeler için önemli olan çalışanlar arasında örgütsel vatandaşlık davranışının yaygınlaştırılması konusunda neler







yapılabileceğine katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

## **2. Kavramsal Çerçeve**

Bu bölümde, etik liderlik ile örgütsel vatandaşlık davranışı hakkında kavramsal açıdan ele alınmaktadır.

### **2.1. Etik Liderlik**

Günümüz iş hayatında liderlerin hem işletmelerdeki güç ve etkilerinin hem de işletmenin paydaşlarına karşı sorumluluklarının değişmesiyle yönetim bilimi farklı ve daha kapsayıcı bir bakış açısı kazanmıştır. Bu süreçte birçok araştırmacı liderin işletme, çalışanlar ve paydaşlar üzerindeki etkisini araştırmıştır. Ortaya konulan bu araştırmalar liderin çalışan odaklı liderlik tarzlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İşletmelerde çalışanları temele alan, çalışanların işletme için ana unsur haline gelmesi, çalışma hayatında etik ilke ve normların benimsenmesine ve pratiğe dönüşmesine yönelik ihtiyacı da ortaya çıkarmıştır. Özellikle teknolojide meydana gelen gelişmeler işletmeler arası rekabetin artmasına neden olmuş, bu durum işletmelerde ahlaki temellere dayalı lidere olan ihtiyacı daha belirgin hale getirmiştir (Alioğulları, 2019, s. 99). İşletmeler çalışan motivasyonunu sağlamak, örgütsel bağlılığı güçlendirmek, kaynakları verimli kullanarak amaç ve hedeflere ulaşabilmek için etik açıdan rol model olacak ve çalışanları güdüleyebilecek liderlere daha fazla ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Bu durum modern liderlik biçimlerinden olan etik liderliğin işletmelerin ihtiyaç duyduğu liderlik tipi haline gelmesini sağlamıştır (Çelik & Ata, 2021, s. 379).

Etik liderlik, bireysel eylemler ve bireyler arası ilişkiler aracılığıyla, destek olma, karar alma ve çift yönlü iletişim aracılığıyla lideri takip edenlere böyle bir tanıtımını yapmak ve kuralcı davranışı göstermektir (Brown, Treviño, & Harrison, 2005, s. 120). Etik liderlik, etik karar verme ile yakından ilgili olarak çalışanın ahlaki bir sorun ortaya çıktığı andan itibaren belirli bir davranışa yönelmesine kadar geçmesi gereken bütün aşamalardan oluşan süreç olarak tanımlanabilir (Morales-Sa'ñchez & Cabello-Medina, 2013, s. 717). Etik lider, çalışanlarına karşı etik davranış sergilemelerinde önderlik eden, birey odaklı düşünceye sahip olup davranış gösteren, çalışanların hak ve menfaatlerine saygılı davranan, ahlaki değerleri benimseyen, dürüst ve güvenilir bireydir (Brown & Mitchell, 2010, s. 583).





Etik lider, çalışan odaklıdır. Çalışanlarına değer verir, onları destekler, ihtiyaç ve beklentilerine saygı duyar, onlara karşı adil ve dürüst davranır, gücünü paylaşır, çalışanların kararlara katılmasını sağlar, fikirlerini dinler ve çalışanlarının sorumluluk almalarını sağlar (Zhu, May, & Avolio, 2004). Etik lider işletme içerisinde verdiği etik kararlar sebebiyle işletmelerinde etik havayı sağlayan kişidir (Acar & Kaya, 2012, s. 96). Etik davranış konusunda rol model olan etik lider, çalışanlarının algılarını etkileyip şekillendirerek çalışanları etik davranmaya yönlendirir. Böylece çalışanlar bireysel çıkarlar yerine, evrensel etik değerler için çalışmayı ve bu doğrultuda gayret harcamaları gerektiğini öğrenmektedirler (Arslantaş & Dursun, 2008). Kısaca etik liderlik, liderlik tarzında çalışmanı merkeze alan, çalışanlar arasında adaleti sağlayan, yönetim tarzında etik ilkelere bağlı olarak hareket eden liderlik modelidir.

Etik liderlik kuramsal açıdan, “sosyal değişim kuramı” ve “sosyal öğrenme teorisi” üzerine kurulmuştur. Sosyal değişim kuramı, sosyal değişimlerde yaşanan birey davranışını ifade etmek için ortaya atılmıştır. Bu kuramın en temel ilkesi karşılıklılık normudur. Karşılıklılık normuna göre, sosyal değişimlerde eğer çalışana karşı olumlu tutum ve davranış ortaya konduğu zaman, bu çalışan için karşılığında belirlenmemiş olumlu davranış sergileme zorunluluğu doğduğu ileri sürülmektedir (Çetin & Şentürk, 2016). Başka bir ifade ile liderinden olumlu bir tutum ve davranış gören çalışanın, buna karşı olumlu bir tepki ya da olumlu davranışa cevap verme mecburiyeti hissetmesi beklenmektedir. Etik liderler çalışanlara adil davrandıkları ve çalışanlar da etik liderlere karşı güvенеbileceklerini bildikleri için, çalışanların yöneticilerine ve işletmeye zarar verebilecek tutum ve davranışlardan kaçınmaya çalışıp, işletmenin faydasına olacak biçimde davranarak etik liderin sergilemiş olduğu davranışa olumlu şekilde karşılık verme ihtimalleri yüksektir (Bahar, 2019, s. 241). Etik liderlerin adil davranış sergilemesi çalışanlar arasında olumlu iş davranışları oluşmasını sağlayacaktır. Bu çerçevede, liderini destekleyici olarak gören çalışan tarafından algılanan destek arttıkça çalışanın örgütsel vatandaşlık davranışı ve performansı da artmaktadır (Cropanzano & Mitchell, 2005).

Bandura'nın (1977) geliştirdiği sosyal öğrenme kuramı etik liderliğin diğer kuramsal temelini oluşturmaktadır. Gözleme ve başkalarının sergiledikleri eylemleri taklitle dayalı, dışardan bir öğrenme sosyal öğrenme





kuramının temelini oluşturmaktadır. Çalışanların her şeyi sadece doğrudan öğrenme yoluyla değil, başkalarının deneyimlerini gözlemleyerek de birçok şeyi öğrenebileceklerini savunmuştur. Sosyal öğrenme kuramı etik liderlik bakımından, liderlerin sergiledikleri etik davranışlarının çalışan davranışlarını etik yönden ve olumlu açıdan etkilediğine dayanmaktadır. Kurama göre, çalışanlar modelleme ile sahip oldukları bilgi ve yetkinliklerini geliştirebilirler. Çalışanlar işletme ortamında rol model aldıkları etik liderlerinin davranışlarını gözlemleyecek, onları örnek almaya çalışacak ve böylece modelleme vasıtasıyla öğrenecektir (Bandura, 1977). Ayrıca ödül ve cezalarında öğrenmeyi kolaylaştırdığı sosyal öğrenme kuramı kapsamında öne sürülmektedir. Etik liderler çalışanların uygun davranışlarını ödüllendirip, uygun olmayan davranışları baskılayarak birer sosyal öğrenme modeli haline gelmektedirler (Bahar, 2019, s. 240).

Harvey (2004), etik liderlik üzerine yapmış olduğu çalışmalarda etik liderlerin birtakım temel özelliklere sahip olduğunu belirtmiştir. Bu özellikler şunlardır (Harvey, 2004, s. 23):

- Etik lider, etik standartları meydana getirerek, herkes tarafından benimsenen ortak değerleri sürekli olarak anımsatıp bunların çalışanlar tarafından anlaşılıp, benimsenmesini takip eder.
- Etik lider, çalışanlarına sorumluluk yükleyerek onların etiğe dayalı duygularının gelişmesini sağlar ve çalışanların temel etik değerlere uygun tutum ve davranış içinde olmalarını bekler.
- Etik lider, doğruluk ve dürüstlüğe bağlı olarak hareket eder ve çalışanlardan da aynı şekilde hareket etmelerini bekler.
- Etik liderin, bütün eylemleri etik kurallar çerçevesi içindedir. Karar verirken etik ilke ve değerleri göz önünde bulundurur.
- Etik lider, oluşturulan politikaların ve yöntemlerin uyumlu bir şekilde uygulanması konusunda özenlidir.
- Etik lider, çalışanlarına güven verip sahip oldukları doğru inanışları davranışa dönüştürmek için çalışanlarına yardımcı olur.
- Etik lider, işletmenin iç ve dış paydaşlarının fikirlerine, duygularına ve düşüncelerine önem verir.





- Etik lider; değer, kural ve prensiplerin zamanla benimsenebileceği düşüncesine uygun olarak, ilgili alanlarda iyileştirmelerde bulunur.
- Etik lider, personel temininde liyakata dayalı olarak işletmenin sahip olduğu vizyon, misyon ve değerleri esas alan işe alım ve terfi sistemini benimser.
- Etik liderlik davranışı, çalışanlarına rehberlik eden, onların motive olmasını sağlayan ve onları dışlamayan bir etik anlayışını esas alır.

Etik liderlik; büyük fedakârlık, sürekli bir bağlılık ve verilmiş sözlerin eksiksiz yerine getirmeyi gerektirdiğinden dolayı kolay bir liderlik türü değildir (Hermond, 2005, s. 4). Etik liderlik işletmede etik açıdan yönetim anlayışı oluşturarak çalışanların hatalı bir tutum ve davranış sergilemelerine karşı koruyucu bir görev üstlenmektedir. Çalışanların bu davranışlardan kaçınmaları için etik lider işletme içindeki davranışlarında, ortaya koydukları eylemlerinde ve aldıkları kararlarda etik kurallara riayet etmeye önem vermelidirler (Başar, Sıgır, & Basım, 2017, s. 270). Bununla beraber etik lider olmak itibar geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Etik lider olmak için sadece etik standartları gözetmek veya etik değerlere sahip olmak yeterli değildir. Aynı zamanda etik standart ve değerleri uygulayan bir yönetici de olmak gereklidir (Trevino, Hartman, & Brown, 2000).

## 2.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Rekabetin artması, tüketici beklentilerinde meydana gelen değişimler, ürün ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesindeki çabalar işletmeler açısından insan kaynağına verilen önemin artmasını sağlamıştır. İşletmeler devamlılıklarını sağlamak, stratejik amaçlarına ve hedeflerine ulaşabilmek adına iş tanımında belirlenmemiş, yapmaları gereken görevlerinin ötesinde tutum ve davranış sergileyen ve işletmeye daha fazla sağlayan çalışanlara olan gereksinimleri artmaktadır (Bolat & Bolat, 2008, s. 76). Bu açıdan çalışanların sadece resmi iş davranışları değil, bununla beraber iş hayatında resmi olmayan iş davranışlarını da geliştirmeleri, işletmelerin varlıklarını sürdürmek ve işletme fonksiyonlarını daha ileri düzeylerde gerçekleştirmek için önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir (Akbaş, 2011, s. 75). Bu durum işletmeler açısından örgütsel vatandaşlık davranışının önemini ortaya koymaktadır.





Örgütsel vatandaşlık davranışı terimi ilk olarak Smith, Organ ve Near'ın (1983) makalesinde kullanılmıştır. ÖVD kavramının gelişimi iki döneme ayrılmaktadır. 1930'lu yıllardan başlayan ve 1980'li yıllara kadar olan birinci kısım kavramsallaşma süreci, 1980 sonrasında başlayan ve günümüze kadar süren, üzerine yoğun çalışmalar yapıldığı ve ÖVD'nin bağımsız bir kavram olduğu dönem ise ikinci kısımdır (Karaaslan, Ergun Özler, & Kulaklıoğlu, 2009, s. 137). Ayrıca Barnard (1938) tarafından geliştirilen "işbirliğine isteklilik" ve Katz & Kahn (1966) tarafından belirlenen "fazladan rol davranışları" ÖVD'nin kavramsallaşma sürecine önemli katkı sağlamışlardır (Aydemir & Korkmaz, 2015, s. 144).

Örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanların iş tanımlarında belirtilen ve yazılı ödül sistemini göz önüne almadıkları, işletme faaliyetlerinin etkili ve verimli bir biçimde ilerlemesine yardımcı olmak amacıyla ve gönüllü olarak ortaya koydukları davranışlardır (Organ, 1988). İşletmenin verimli ve etkili olarak çalışma sürecinde çalışanların belirlenmiş görevlerinin dışında istekli olarak ortaya koydukları davranışlardır (Williams & Anderson, 1991, s. 601). Çalışanlar tarafından sergilenen davranışlar işletmenin ödül ve ceza sisteminde olmayan veya açıkça iş tanımında belirtilmemiş, işletmenin işleyişini kolaylaştıran, doğal olarak gelişen ve işletme faydasına sergilenen davranışlardır. Kısaca örgütsel vatandaşlık davranışı iş tanımlarında çalışanlara zorunlu tutulmayan, sergilenmediğinde herhangi bir yaptırımı olmayan veya sergilendiği zaman karşılığında ödül beklenmeyen, çalışanın kişisel tercihine bağlı olarak davranışların ortaya konmasıdır (Podsakoff, MacKenzie, Paine, & Bachrach, 2000, s. 513). Çalışanların ÖVD sergilemelerinin birtakım nedenleri vardır. Bunlar (Gürbüz, 2006, s. 54):

- Çalışanlar işletmedeki faaliyetlerden memnuniyet duyduklarında ve yöneticilerinin kendilerine adaletli ve eşit davrandıklarını algıladıkları zaman örgütsel vatandaşlık davranışında bulunurlar.
- Psikolojik sözleşme gereği çalışanlar işletme içinde olumlu ilişki kurarlar ve işletmenin faydasına eylem sergilerler. Bu eylemler örgütsel sadakat ve örgütsel bağlılık, üstlerine sadakat ve diğer çalışanlarla birliktelik gibi tutum ve davranış olabilecektir. Dolayısıyla eğer çalışanların katılım seviyeleri yüksek ve psikolojik





sözleşmeyi olumlu şekilde algıarlarsa yüksek seviyede örgütsel vatandaşlık göstermeleri beklenebilir.

- Çalışanlar ÖVD sergilediklerinde sosyal tasdik alarak kendilerini kabul ettireceklerine inanırlarsa ÖVD sergileyebilirler.
- Çalışanlar işletmenin faydası için sergileyecekleri olumlu ve gönüllü davranışların gelecekte karşılıksız kalmayacağını, kariyerleri boyunca kendilerine yükselme ve çeşitli ödül getireceği yönünde inanca sahiplerse ÖVD sergileyebilirler.
- Çalışanların sahip olduğu karakteristik özellikleri, sahip olduğu inançları, değerleri ve kültürleri doğrultusunda ÖVD sergileyebilirler.
- Çalışanlar örgütsel vatandaşlık davranışını eğer görev tanımlarının içerisinde görüyorlarsa örgütsel vatandaşlık davranışında bulunabileceklerdir.

İşletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve kurumsal başarıyı elde etmeleri adına ÖVD; gelişen piyasa şartları, rekabet ortamı, inovasyon ve esneklik gibi takip edilmesi gereken durumlara cevap vermede etkisi önemlidir (Dyne, Graham, & Dienesch, 1994, s. 765). Çalışanlar tarafından ÖVD sergilendiğinde işletme kaynakları etkin ve verimli şekilde kullanılmakta, çalışanların kendilerini kişisel olarak güvende hissetmelerine, işletme genelinde çalışanlar arasında bütünlüğün ve iletişimin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Böylece ÖVD çalışanların iş tatminlerini ve devamlılıklarını sağlamasına imkân vermektedir (Motowidlo, 2000, s. 123). Chalal ve Mehta (2010:29), işletmelerin ÖVD algısı yüksek çalışanlardan oluşması işe devamsızlıkların düşük buna karşılık çalışanların örgütsel bağlılık, iş tatmini ve işletmeye karşı sadakatlerinin yüksek olduğunu böylece işletme etkinliğinde ve performansında artış sağlandığını belirtmişlerdir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda birbirinden farklı boyutlar bulunmaktadır. Fakat bu boyutlandırmalardan en fazla benimsenen ve genel olarak bilinen Organ'ın yaptığı sınıflandırmadır (Organ, 1988, s. 7). Bu boyutlar; Diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket, centilmenlik ve sivil erdemdir. Diğerkâmlık boyutu, literatürde özgeçilicilik olarak da bilinmektedir. Diğerkâmlık, İşletme içerisinde çalışanların gönüllü olarak diğer çalışanlara yardım etmesi, iş ile ilgili olarak





ortaya çıkabilecek olan sorunları bertaraf etmek amacıyla ortaya koyulan gönüllü davranışları ifade etmektedir (Basım & Şeşen, 2006, s. 87; Organ, 1997, s. 94). Bu boyut çalışanların işletmedeki diğer çalışanları için ortaya koydukları tutum ve davranışları herhangi bir zorlama olmadan tamamen çalışanların kişisel kararları çerçevesindeki davranışları olarak ifade edilmektedir. Bu boyut çerçevesinde çalışanların diğer çalışanlara yönelik yardımları sıra dışı durumlar olsa bile gerçekleşmektedir. Bundan dolayı işletme içi sorunların bertaraf edilmesinde diğerkamlik önemli bir boyut olarak görülmektedir (Podsakoff, vd., 2000, s. 522; Organ, 1990, s. 55). Çalışanların yaptıkları işleri en iyi biçimde yerine getirmesi sonucunda ortaya koydukları performans ve görevsel katılım arasında önemli bir bağın meydana gelmesi, bir yardım etme biçimi olan diğerkamlığı meydana getirir (Turnipseed & Murkison, 2000). Diğerkamlik, işletmedeki kıt kaynakların dağılımını serbest bir biçimde sağladığından dolayı çalışanlar arasında meydana gelebilecek olan çatışmayı azaltır, daha ılıman bir örgüt ikliminin olmasını sağlar, güven ortamının çalışanlar arasında oluşturur, daha iyi bir planlama yapılabilmesi için lidere olanak sağlar ve sonuçta verimli bir işletme oluşmasına yardımcı olur (Podsakoff & MacKenzie, 1997).

Örgütsel vatandaşlık davranışının bir diğer boyutu olan nezaket boyutu, çalışanların işletme içerisinde problem olabilecek durumları önceden tespit ederek, çözüm önerisinde bulunma, yardımcı olma, problemin meydana gelmeden müdahale etme gibi bazı önleyici davranışlardır (Podsakoff, vd., 2000, s. 518). Nezaket boyutu daha çok gelecek odaklıdır. Herhangi bir sorunun oluşmasını engellemek veya oluşumunu hafifletmek maksadıyla alınan tedbirler nezaket boyutu kapsamındadır (Erdoğan, 2018, s. 67). Nezaket boyutu, çalışanların işletme içerisinde diğer çalışanların haklarına saygı duyması, verdikleri kararlar sonucunda diğer çalışanlara zarar verme ihtimallerini engellemesi, gerekli olduğunda onları uyarması gibi işletme için zararlı olabilecek durumları engellemek için yapılan davranışlardır (Deluga, 1994, s. 316). Literatürde ileri görev bilinci veya bilinçlilik olarak da ifade edilen vicdanlılık boyutu, çalışanların azami rol beklentilerinin ötesinde kalan gönüllü olarak ortaya koydukları davranışlardır (Farh, Zhong, & Organ, 2004, s. 242). Vicdanlılık boyutu çerçevesinde, işletmenin verimliliğinin veya etkinliğinin daha fazla arttırılmasına yönelik olarak kaynakların bilinçli olarak kullanılması ve daha fazla çalışma gerçekleştirerek biçimsel zorunlulukların üzerinde emek





harcanması yer almaktadır (Tokgöz & Aytemiz Seymen, 2013, s. 64). Örneğin, çalışanların devam eden işlerini bitirmek için mesaiye kalmaları ama bunun karşılığında bir ücret almamaları, hasta olan çalışanın dinlenmek yerine tercihen çalışması, işletme kaynaklarını daha tedbirli ve dikkatli kullanması vicdanlılık boyutu kapsamında ortaya konulan davranışlardır (Podsakoff, MacKenzie, & Bommer, 1996).

Centilmenlik boyutu, çalışanların işle ilgili meydana gelen problemleri büyütmemeleri ve problemleri daha karmaşık duruma getirmelerine sebep olacak olumsuz eylemlerden sakınmaları ile işletmede ortaya çıkabilecek çatışmalara sebep oluşturmayan eylemleri içermektedir (Organ, 1990, s. 96). Centilmenlik, çalışanların işletmedeki diğer çalışanlardan rahatsızlık hissettikleri konularda şikayet etmemeleri, işler kötüye gitse bile olumlu davranışlar ortaya koymalarını içermektedir (Boerner, Dütschke, & Wied, 2008, s. 509). Çalışanlar küçük sorunlarla karşılaştıklarından başkalarını suçlamaz, işletmeyi ve işi protesto etmez kısaca küçük sorunları alttan alırlar. Çalışanlar yapacakları işlerin gerçekleştirilmesinde ve örgütsel enerjinin devamlılığına ve korunmasına ciddi gayret gösterirler. Buna bağlı olarak da işletme yönetimini gereksiz şekilde oyalamamış olurlar (Tambe & Shanker, 2014, s. 69). Çalışanların centilmence davranış göstermeleri halinde yöneticiler işletme içerisinde birlik ve bütünlüğü sağlama konusunda daha az gayret ve emek harcaacaklardır. Bir bakımdan centilmenlik, çalışanların verimli ve huzurlu biçimde beraber çalışabilmeleridir (Arıkoğlu, 2019, s. 44). Centilmenlik boyutu, çalışanların olumlu bakış açısıyla ve herhangi bir gerginliğe sebep olmadan problemlerle mücadele etmesini sağladığı ve işletme içerisinde oluşabilecek problemlere karşı dayanma güçlerini arttırmasından dolayı işletmenin etkin ve verimli olmasına neden olmaktadır (Boerner, vd, 2008, s. 509). Sivil Erdem boyutu ise, çalışanların işletmeyi ilgilendiren konularda sorumluluk almalarına ve işletmenin politik hayatına bir fiil katılmalarına yönelik gönüllü davranışlar göstermeleridir (Fassina, Jones, & Uggerslev, 2008, s. 807; Yıldız, 2014, s. 202). Çalışanların işletmenin gelişimine katkı sağlayan toplantılara katılmaları, işletmenin amaçlarına ve hedeflerine kapsamında alınan kararlara destek olmaları, işletmenin rekabet üstünlüğünü elde etmesiyle ilgili çaba sarf etmeleri sivil erdem boyutunun kapsamına girmektedir (Sharma & Jain, 2014, s. 58). Ayrıca Kidder (2002) sivil erdem boyutunun; çalışanların işletme politikalarını benimsemelerini, işletmeyle







veya diğer çalışanlarla ilgili konular hakkında fikir beyan etmelerini ve çarpıcı görüşler ortaya atmalarını kapsadığını ifade etmektedir.

### **3. Çalışmanın Amacı**

Çalışmanın amacı yöneticilerin sergilemiş oldukları etik liderlik davranışlarının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkilerinin olup olmadığının belirlenmesidir. Bu amaçla ortaya konan hipotezler sonucunda yöneticiler tarafından sergilenen etik liderlik davranışlarından hangilerinin örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları üzerinde etkili olduğu belirlemek temel amacı oluşturmaktadır.

### **4. Metodoloji**

Bu bölümde çalışmanın evren ve örnekleme, kullanılan veri toplama araçlarına, analiz yöntemine ve çalışma kapsamında kullanılan ölçeklere yer verilmektedir.

#### **4.1. Evren ve Örneklem**

Çalışmanın evrenini Kastamonu ve Sinop illerinde faaliyet gösteren otel işletmeleri oluşturmaktadır. Kastamonu ve Sinop ilinde genellikle aile ve butik otel işletmelerinin varlığının fazla olması, yönetici ve çalışan arasındaki etkileşimini daha da arttırmaktadır. Yöneticinin sergilediği etik liderlik davranışının çalışanlar üzerindeki etkisi daha yoğun olmaktadır. Bu nedenle araştırmanın evren ve örnekleme Kastamonu ve Sinop illerindeki otel işletmeleri olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında evrenin bütününe ulaşılması hedeflenmiştir. Pandemi koşullarında faaliyetine devam otel işletmelerin tamamına online anket formu gönderilmiştir. Evrenin tamamı 73 çalışandan oluşmaktadır. Gönderilen anketlerden toplamda 40 çalışandan geri dönüş sağlanmıştır. Geri dönüş oranı %54'tür.

#### **4.2. Veri Toplama Yöntemi**

Çalışma kapsamında veri toplamak amacıyla anket tekniği kullanılmış olup, bu çerçevede on-line anketten faydalanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünü çalışanların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla oluşturulan sorulardan meydana gelmektedir. Anketin ikinci bölümünde, yöneticilerin sergilemiş oldukları etik liderlik davranışlarının çalışanlar tarafından nasıl algılandığını belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anketin son bölümünde ise,





çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı düzeylerini belirlemeye yönelik ifadelere yer verilmiştir.

### **4.3. Kullanılan Ölçekler**

Belirlenen hipotezlerin test etmek amacıyla daha önceden farklı çalışmalarda kullanılan ölçekler incelenmiş olup, çalışma modeline uygun olan ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda kullanılan ölçekler şunlardır:

#### **\*Etik Liderlik Ölçeği**

İşletmelerde yöneticilerin sergilemiş oldukları etik liderlik davranışlarının çalışanlar tarafından nasıl algıladıklarını belirlemek amacıyla De Hoogh ve Den Hartog (2008) tarafından geliştirilen ve Alkan (2015) tarafından Türkçe'ye çevrilen ölçek kullanılmıştır. Etik liderlik ölçeği üç boyutludur. Bu boyutlar etik ve adalet boyutu, görevlerin/rollerin açıklığa kavuşturulması boyutu ve güç paylaşım boyutudur. Ölçek beşli likert tipi olarak "1= Kesinlikle Katılmıyorum - "5= Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde değişen cevapları içermektedir. Ölçek 17 maddeden oluşmaktadır.

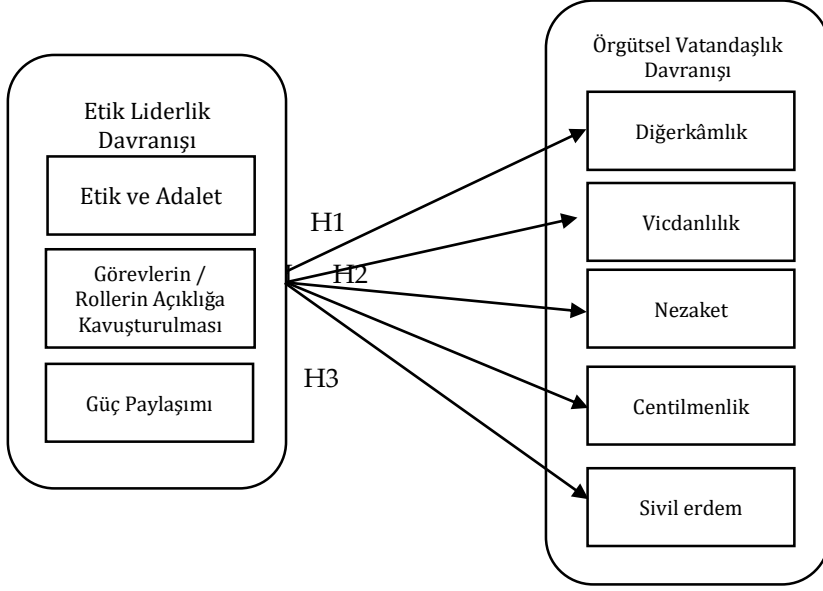
#### **\*Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği**

Çalışma kapsamında katılımcıların ÖVD algılarını belirleyebilmek amacıyla Basım ve Şeşen (2006) tarafından geliştirilmiş ölçekten faydalanılmıştır. Ölçek (Williams & Shiaw, 1999) ve (Vey & Campbell, 2004) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılarak hazırlanmıştır. Ölçek beş boyuttan ve 19 maddeden oluşmaktadır. 5 madde diğerkâmlık, 3 madde nezaket, 3 madde vicdanlılık, 4 madde centilmenlik ve 4 madde ise sivil erdem davranışının derecesini belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Ölçek beşli likert tipi olarak "1= Kesinlikle Katılmıyorum - "5= Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde değişen cevapları içermektedir.

### **5. Araştırmanın Modeli**

Araştırmanın modeli etik liderlik davranışının örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları olan değişkenlere etkisinin belirlenmesi temel amacı çerçevesinde Şekil 1'de yer almaktadır.





**Şekil 1.** Araştırma Modeli

## 6. Hipotezler

Araştırmanın kavramsal modeli çerçevesinde oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır.

H<sub>1</sub>: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı (H<sub>1a</sub>: diğerkâmlık, H<sub>1b</sub>: vicdanlılık, H<sub>1c</sub>: nezaket, H<sub>1d</sub>: centilmenlik, H<sub>1e</sub>: sivil erdem) üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>2</sub>: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı (H<sub>2a</sub>: diğerkâmlık, H<sub>2b</sub>: vicdanlılık, H<sub>2c</sub>: nezaket, H<sub>2d</sub>: centilmenlik, H<sub>2e</sub>: sivil erdem) üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.





H<sub>3</sub>: Etik liderliğin Güç Paylaşımı Boyutu boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı (H<sub>3a</sub>: diğerkâmlık, H<sub>3b</sub>: vicdanlılık, H<sub>3c</sub>: nezaket, H<sub>3d</sub>: centilmenlik, H<sub>3e</sub>: sivil erdem) üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

## 7. Analiz

Araştırmanın bu bölümünde öncelikli olarak araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine, ardından sırasıyla güvenilirlik analizlerine, Korelasyon analizi ve son olarak hipotez testlerine değinilmektedir.

### 7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan örneklemin cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim durumlarına ilişkin olarak dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	N	Oran(%)
Cinsiyet	Kadın	18	45,0
	Erkek	22	55,0
Medeni durum	Bekar	25	62,5
	Evli	15	37,5
Yaş	18-24	14	35,0
	25-34	11	27,5
	35-44	10	25,0
	45-54	5	12,5
Eğitim durumu	İlköğretim	4	10,0
	Lise	14	35,0
	Önlisans	11	27,5
	Lisans	11	27,5





Tablo 1'e göre araştırma örnekleminin cinsiyet bakımından dağılımları incelendiğinde %45'inin (18 kişi) kadın, %55'inin (22) erkek olduğu, medeni durum dağılımlarına bakımından %62,5'inin (25) bekar ve %37,5'inin (15) evli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %35'inin (14) 18-24 yaş aralığında, %25,7'inin (11) 25-34 yaş aralığında ve %37,5'inin (15) 35 ve üstü yaşa sahip oldukları görülmektedir. Son olarak eğitim durumlarına bakıldığında %55'inin (22) yükseköğrenime sahip oldukları görülmektedir.

## 7.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) katsayısından faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analiz sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Güvenirlilik Değerleri

Ölçek / Boyut	Madde Sayısı	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alfa)
Etik Liderlik	17	0,914
Örgütsel Vatandaşlık	19	0,876
Tüm Ölçek	36	0,932

40 katılımcıya uygulanan 36 maddelik anketin ölçme yönteminin güvenilirliğinin tespit edilmesi için gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa test istatistiğinin 0,932 olduğu görülmektedir. Buna göre ölçme yönteminin güvenilirliği %93,2 olarak hesaplanmıştır. Alt boyutlar açısından bakıldığında da güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir (Küçük, 2016) (Etik Liderlik: %91,4; Örgütsel Vatandaşlık: %87,6).

## 7.3. Korelasyon Analizi

Araştırma ile ilgili Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.





**Tablo 3.** Korelasyon Tablosu

		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Etik ve Adalet	1							
2	Görev/Roller Açıklığı Kavuşturulması	,652**	1						
3	Güç Paylaşımı	,702**	,861*	1					
4	Diğerkâmlık	,417**	,638**	,516**	1				
5	Vicdanlılık	,462**	,479**	,465**	,578**	1			
6	Nezaket	,532**	,544**	,493**	,776**	,658**	1		
7	Centilmenlik	-,465**	-,504**	-,512**	-,494**	-,660**	-,714**	1	
8	Sivil Erdem	,558**	,556**	,522**	,741**	,631**	,792**	-,742**	1

\* $p < 0,05$   $H_0: \rho_k = 0$  (Korelasyon Katsayısı Anlamsızdır)

Tablo 3'te yer alan Pearson korelasyon katsayısı incelendiğinde; Etik ve adalet boyutu ile diğerkâmlık boyutu arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli ( $\rho=0,417$ ), vicdanlılık boyutu ile pozitif yönlü ve orta şiddetli ( $\rho=0,462$ ), nezaket boyutu ile orta şiddetli ve pozitif ( $\rho=0,532$ ), centilmenlik boyutu ile orta şiddetli ve negatif ( $\rho=-0,465$ ), sivil erdem ile de orta şiddetli





ve pozitif ilişkili ( $\rho=0,558$ ) olduğu görülmektedir. Görev ve rollerin açıklığa kavuşturulması ile diğerkâmlık boyutu arasında pozitif yönlü ve güçlü ( $\rho=0,638$ ) bir ilişki varken centilmenlik boyutuyla negatif yönlü ve orta şiddetli ( $\rho=-0,504$ ) bir ilişkidir bahsedilebilir. Son olarak güç paylaşımı boyutuyla diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem ile pozitif yönlü ve orta şiddetli bir ilişki mevcutken yine centilmenlik boyutuyla negatif yönlü ve orta şiddetli bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Küçük, 2016: 250).

#### 7.4. Regresyon Analizleri

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezleri test edebilmek amacıyla regresyon analizinden yararlanılmıştır. Bu çerçevede etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisini araştıran regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4:** Etik ve Adalet Boyutu için Örgütsel Vatandaşlık Boyutları ile Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Katsayı		Belirlilik Katsayısı	Model Anlamlılığı	
		$\beta$	p	R <sup>2</sup>	F	p
Etik ve Adalet	Diğerkâmlık	0,417	0,007*	0,153	8,018	0,007*
	Vicdanlılık	0,462	0,003*	0,193	10,299	0,003*
	Nezaket	0,532	0,000*	0,264	14,972	0,000*
	Centilmenlik	-0,465	0,002*	0,196	10,496	0,002*
	Sivil Erdem	0,558	0,000*	0,294	17,208	0,000*

\* $p<0,05$ ;  $H_0:\beta_i=0$  (Katsayı anlamsızdır); Model anlamlılığı için hipotez sınaması; "H<sub>0</sub>: Oluşturulan Model Anlamsızdır".





Tablo 4 incelendiğinde etik ve adalet boyutu bağımsız değişken kabul edilerek oluşturulan regresyon analizlerine göre tüm modellerin anlamlı ( $p < 0,05$ ) olduğu görülmektedir. Eğim katsayıları incelendiğinde etik ve adaletin diğerkâmlık boyutu üzerine etkisi pozitif ( $\beta$ : 0,417), vicdanlılık boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,462), nezaket boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,532), centilmenlik boyutu üzerine negatif ( $\beta$ : -0,465) ve sivil erdem boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,558) ve anlamlı etki gösterdiği görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Dolayısıyla H1a, H1b, H1c ve H1e hipotezleri kabul edilmekte fakat H1d hipotezi reddedilmektedir.

Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisini araştıran regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5:** Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması Boyutu için Örgütsel Vatandaşlık Boyutları ile Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Katsayı		Belirlilik Katsayısı	Model Anlamlılığı	
		$\beta$	p	R <sup>2</sup>	F	p
Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması	Diğerkâmlık	0,638	0,000	0,391	26,090	0,000
	Vicdanlılık	0,479	0,002	0,209	11,316	0,002
	Nezaket	0,544	0,000	0,277	15,976	0,000
	Centilmenlik	-0,504	0,001	0,235	12,970	0,001
	Sivil Erdem	0,556	0,000	0,291	17,009	0,000

\* $p < 0,05$ ;  $H_0: \beta_i = 0$  (Katsayı anlamsızdır); Model anlamlılığı için hipotez sınaması; "H0: Oluşturulan Model Anlamsızdır".







Tablo 5 incelendiğinde Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutu bağımsız değişken kabul edilerek oluşturulan regresyon analizlerine göre tüm modellerin anlamlı ( $p < 0,05$ ) olduğu görülmektedir. Eğitim katsayıları incelendiğinde Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutu diğerkâmlık boyutu üzerine etkisi pozitif ( $\beta$ : 0,638), vicdanlılık boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,479), nezaket boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,544), centilmenlik boyutu üzerine negatif ( $\beta$ : -0,504) ve sivil erdem boyutu üzerine pozitif ( $\beta$ : 0,556) ve anlamlı etki gösterdiği görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Dolayısıyla H2a, H2b, H2c ve H2e hipotezleri kabul edilmekte fakat H2d hipotezi reddedilmektedir.

Etik liderliğin Güç Paylaşımı Boyutu boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisini araştıran regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6:** Güç Paylaşımı Boyutu için Örgütsel Vatandaşlık Boyutları ile Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Katsayı		Belirlilik Katsayısı	Model Anlamlılığı	
		$\beta$	p	R <sup>2</sup>	F	p
Güç Paylaşımı	Diğerkâmlık	0,516	0,001	0,247	13,780	0,001
	Vicdanlılık	0,465	0,003	0,195	10,467	0,003
	Nezaket	0,493	0,001	0,223	12,220	0,001
	Centilmenlik	-0,512	0,001	0,243	13,495	0,001
	Sivil Erdem	0,522	0,001	0,253	14,224	0,001

\* $p < 0,05$ ;  $H_0: \beta_i = 0$  (Katsayı anlamsızdır); Model anlamlılığı için hipotez sınaması; "H0: Oluşturulan Model Anlamsızdır"





Tablo 6 incelendiğinde güç paylaşımı boyutu bağımsız değişken kabul edilerek oluşturulan regresyon analizlerine göre tüm modellerin anlamlı ( $p < 0,05$ ) olduğu görülmektedir. Eğitim katsayıları incelendiğinde güç paylaşımı boyutu diğerkâmlık boyutu üzerine etkisi pozitif ( $\beta: 0,516$ ), vicdanlılık boyutu üzerine pozitif ( $\beta: 0,465$ ), nezaket boyutu üzerine pozitif ( $\beta: 0,493$ ), centilmenlik boyutu üzerine negatif ( $\beta: -0,512$ ) ve sivil erdem boyutu üzerine pozitif ( $\beta: 0,522$ ) ve anlamlı etki gösterdiği görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Dolayısıyla H3a, H3b, H3c ve H3e hipotezleri kabul edilmekte fakat H3d hipotezi reddedilmektedir.

**Tablo 7.** Araştırma Hipotezlerinin Red / Kabul Durumu

Hipotezler	Red /Kabul
H1a: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının diğerkâmlık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H1b: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının vicdanlılık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H1c: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının nezaket boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H1d: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının centilmenlik boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Red
H1e: Etik liderliğin etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H2a: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının diğerkâmlık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H2b: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa	Kabul



Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının vicdanlılık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	
H2c: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının nezaket boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H2d: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının centilmenlik boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Red
H2e: Etik liderliğin Görevlerin / Rollerin Açıklığa Kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H3a: Etik liderliğin Güç Paylaşımı boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının diğerkâmlık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H3b: Etik liderliğin Güç Paylaşımı boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının vicdanlılık boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H3c: Etik liderliğin Güç Paylaşımı boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının nezaket boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H3d: Etik liderliğin Güç Paylaşımı boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının centilmenlik boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Red
H3e: Etik liderliğin Güç Paylaşımı boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır	Kabul



## 8. Sonuç

Bu araştırmanın amacı otel işletmelerinde yöneticilerin sergilemiş oldukları etik liderlik davranışlarının çalışanların ÖVD üzerine etkisini belirlemektir. Bu kapsamda araştırma sonuçlarına göre, etik liderlik ve örgütsel vatandaşlık değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre; etik ve adalet, güç paylaşım ve görevlerin / rollerin açıklığa kavuşturulması boyutları ile diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem boyutları arasında orta şiddetli ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık centilmenlik boyutu ile etik liderlik davranışı tüm alt boyutları arasında orta şiddetli ve negatif yönlü bir ilişki belirlenmiştir.

Yapılan analiz sonucunda çalışanlar tarafından algılanan etik ve adalet boyutunun örgütsel vatandaşlığın diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem boyutları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu, fakat centilmenlik boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu bulgu literatürdeki çalışmalarla benzer bir sonuçtur (Podsakoff vd. 2000; Brown & Treviño, 2006; Lu, 2014). Alkan ve Arıkboğa (2017) ile Büyükyılmaz ve Ay'ın (2017) yaptıkları çalışmalarda etik liderlik davranışının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisinin pozitif ve anlamlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu doğrultuda yöneticilerin etik ve adalet davranışı sergilemeleri çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermelerine katkı sunacağı söylenebilir.

İkinci olarak etik liderliğin görevlerin/rollerin açıklığa kavuşturulması boyutunun örgütsel vatandaşlığın diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem boyutları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu, fakat centilmenlik boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Aynı şekilde etik liderliğin güç paylaşım boyutu ile örgütsel vatandaşlığın diğerkâmlık, vicdanlılık, nezaket ve sivil erdem boyutları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu, fakat centilmenlik boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Etik liderliğin örgütsel vatandaşlığın centilmenlik boyutunun üzerinde herhangi bir anlamlı etkisinin olmadığı görülmektedir.





## 9. Tartışma

Araştırma genel olarak değerlendirildiğinde, elde edilen bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Günümüz rekabet koşulları içerisinde işletmeler sahip oldukları kaynaklar ile belirledikleri amaç ve hedefleri gerçekleştirmek, rekabet üstünlüğü elde etmek amacıyla faaliyetlerini sürdürmektedirler. İşletmelerin sahip olduğu değerli kaynakları arasında yer alan insan kaynağı bu amacın gerçekleştirilmesinde önemli katkı sağlamaktadır. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeleri yöneticilerin ortaya koydukları tutum ve davranışlara bağlıdır. Çalışanlara karşı adaletli davranan, çalışanlarının fikirlerine önem veren, etik davranış sergileyen yöneticiler çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerine neden olacaktır.

## 10. Öneriler

Gerçekleştirilen araştırmanın sınırlılığı açısından bakıldığında öncelikle, araştırma Kastamonu ve Sinop ilindeki otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda farklı il ve bölgelerde yapılacak benzer çalışmalar ile farklı sonuçlar elde edilebilecektir. Araştırma yöneticilerin sergiledikleri etik liderlik davranışının çalışanlar tarafından nasıl algılandığını ve bunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak yapılmıştır. Etik liderlik algısı ile farklı tutum ve davranış arasındaki ilişkilerin analizini gerçekleştirmenin yararlı olacağı düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda bu kısıtlar göz önüne alındığında, farklı sektör ve örneklem grupları ile farklı model ve değişkenler ile çalışmaların yapılması önerilmektedir.





## Kaynakça

- Acar, G., & Kaya, M. (2012). Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarına İlişkin Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Görüşleri. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 14(1), 95-102.
- Akbaş, T. T. (2011). Algılanan Kişi-Örgüt Uyumunun Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisi : Görgül Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 53-82.
- Alioğulları, Z. D. (2019). *Liderin Politik Becerisi, Lider-Üye Etkileşimi, Etik Liderlik Ve Bazı İş Sonuçları Arasındaki İlişkiler*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alkan, D. P., & Arıkoğuş, F. Ş. (2017). Etik Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Etkisi ve Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 24(2), 349 - 369.
- Arıkoğuş, E. (2019). *Çalışanların İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Açısından Değerlendirilmesi: Finans Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
- Arslantaş, C. C., & Dursun, M. (2008). The Impact of Ethical Leadership Behavior on Trust in Manager and Psychological Empowerment: The Mediating Role of Interactional Justice. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 8(1), 111-128.
- Aydemir, S., & Korkmaz, O. (2015). Örgütsel Sessizlik Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 140-165.
- Bahar, B. (2019). Sosyal Öğrenme Kuramı ve Sosyal Değişim Kuramı Perspektifinden Etik Liderlik. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 237-242.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-hall.
- Barnard, C. (1938). *The Functions of The Executive*. Boston: Harvard University Press.
- Basım, H. N., & Şeşen, H. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(4), 83-101.
- Başar, U., Sığı, Ü., & Basım, N. (2017). Etik Liderlik Algısının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Politika Algısının Düzenleyici Rolü. 5. *Örgütsel Davranış Kongresi* (s. 263-272). Antalya: Marmara Üniversitesi.





- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: NY: Wiley.
- Boerner, S., Dütschke, E., & Wied, S. (2008). Charismatic leadership and organizational citizenship behaviour: examining the role of stressors and strain. *Human Resource Development International*, 11(5), 507-521.
- Bolat, O. İ., & Bolat, T. (2008). Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), 75-94.
- Brown, M. E., & Mitchell, M. (2010). Ethical and Unethical Leadership: Exploring New Avenues for Future Research. *Business Ethics Quarterly*, 20(4), 583-616.
- Brown, M. E., & Treviño, L. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior And Human*, 97(2), 117-134.
- Chahal, H., & Mehta, S. (2010). Antecedents and Consequences of Organizational Citizenship Behaviour (OCB): A Conceptual Framework in Reference to Health Care Sector. *Journal of Services Research*, 10(2), 25-44.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Çelik, A., & Ata, N. (2021). Etik Liderliğin Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısına Etkisi: Konya Örneği. *11th ECLSS Conferences on Language and Social Sciences*, (s. 377-387). Kosovo.
- Çetin, A., & Şentürk, M. (2016). Bilgi Paylaşma Davranışının Planlı Davranış Teorisi ve Sosyal Değişim Teorisi Bağlamında İncelenmesi: Dermatologlar Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 16(2), 241-256.
- Dalgın, T. (2015). *Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Örgütsel Adalet Algısının Düzenleyici Rolü: Muğla Konaklama Sektörü Örneği*. Yayımlanmamış doktora tezi Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- De Hoogh, A. H., & Den Hartog, D. N. (2008). Ethical and despotic leadership, relationships with leader's social responsibility, top management team effectiveness and subordinates' optimism: A multi-method study. *The Leadership Quarterly*, 19(3), 297-311.





- Deluga, R. J. (1994). Supervision Trust Building, Leader Member Exchange and Organizational Citizenship Behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 67(4), 315-326.
- Dyne, L. N., Graham, J., & Dienesch, R. (1994). Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation. *The Academy of Management Journal*, 37(4), 765-802.
- E.Brown, M., & Treviño, L. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Erdoğan, P. (2018). *Pozitif psikolojik sermayenin örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel sinizm ve tükenmişlik üzerine etkisi: sağlık sektöründe bir uygulama*. Yayımlanmamış doktora tezi Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Farh, J.-L., Zhong, C.-B., & Organ, D. (2004). Organizational citizenship behavior in the people's republic of China. *Organization Science*, 15(2), 241-253.
- Fassina, N. E., Jones, D., & Uggerslev, K. (2008). Meta-Analytic Tests of Relationships Between Organizational Justice and Citizenship Behavior: Testing Agent-System and Shared-Variance Models. *Journal of Organizational Behavior*, 29(6), 805-828.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağımlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 48-75.
- Harvey, E. (2004). Liderlik ve Etik. *Executive Excellence*, 8(87), 23.
- Hermond, D. (2005). Ethical Leadership Is Not Optional: How LPPs can Help. *International Journal Of Scholarly Academic Intellectual Diversity-Electronic*, 8(1), 1-5.
- Karaaslan, A., Ergun Özler, D., & Kulaklıoğlu, A. (2009). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(2), 135-160.
- Katz, D., & Kahn, R. (1966). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley.
- Kidder, D. L. (2002). The Influence of Gender on the Performance of Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Management*, 28(5), 629-648.
- Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ekin Yayinevi, Bursa.







- Lu, X. (2014). Ethical leadership and organizational citizenship behavior: The mediating roles of cognitive and affective trust. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 42(3), 379-390.
- Morales-Sa'nchez, R., & Cabello-Medina, C. (2013). The Role of Four Universal Moral Competencies in Ethical Decision-Making. *Journal of Business Ethics*, 116(4), 717-734.
- Motowidlo, S. J. (2000). Some Basic Issues Related to Contextual Performance and Organizational Citizenship Behavior in Human Resource Management. *Human Resource Management Review*, 10(1), 115-126.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington MA: Lexington Books.
- Organ, D. W. (1990). The Motivational Basis of Organizational Citizenship Behaviour. *Research in Organizational Behavior*, 43-72.
- Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. *Human Performance*, 10(2), 85-97.
- Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. (1997). The impact of organizational citizenship behavior on organizational performance: A review and suggestions for future research. *Human Performance*, 10(2), 133-151.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S., Paine, J., & Bachrach, D. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- 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(2), 259-298.
- Sharma, V., & Jain, S. (2014). A Scale for Measuring Organizational Citizenship Behavior in Manufacturing Sector. *Pacific Business Review International*, 6(8), 57-62.
- Smith, C. A., Organ, D., & Near, J. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Tambe, S., & Shanker, M. (2014). A Study of Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Its Dimensions: A Literature Review. *International Research Journal of Business and Management*, 1, 67-73.



- Tokgöz, E., & Aytemiz Seymen, O. (2013). Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma. *Öneri Dergisi*, 10(39), 61 - 76.
- Trevino, L. K., Hartman, L., & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *California Management Review*, 42(4), 128-142.
- Turnipseed, D. L., & Murkison, G. (2000). Good Soldiers and Their Syndrome: Organizational Citizenship Behavior and the Work Environment. *North American Journal of Psychology*, 2(2), 281-302.
- Vey, M. A., & Campbell, J. (2004). In-Role or Extra-Role Organizational Citizenship Behavior: Which Are We Measuring? *Human Performance*, 17(1), 119-135.
- Williams, L. J., & Anderson, S. (1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3), 601-617.
- Williams, S., & Shiaw, W. (1999). Mood and Organizational Citizenship Behavior: The Effects of Positive Affect on Employee Organizational Citizenship Behavior Intentions. *The Journal of Psychology*, 133(6), 656-668.
- Yıldız, S. (2014). Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisinde İş Tatmininin Aracı Rolü. *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 199-210.
- Zhu, W., May, D., & Avolio, B. (2004). The Impact of Ethical Leadership Behavior on Employee Outcomes: The Roles of Psychological Empowerment and Authenticity. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 16-26.

TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



### **The Relationship Between Entrepreneurship Level and Entrepreneurship Tendency**

Abdulwahab Sahiri Laqaa

Faculty member, Faculty of Accounting, Al-jabal Al-gharbi University, Libya

Abdelwahab912@gmail.com

orcid: 0000-0003-4816-1033

Year: 2022 Winter

Number: 10

Volume: 1

pp: 133-148

Makalenin Geliş Tarihi: 15/01/2019

Kabul Tarihi: 25/01/2022

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş, telif devir belgesi ve intihal içermediğine ilişkin rapor ve gerekliyse Etik Kurulu Raporu sisteme yüklenmiştir. / This article was reviewed by at least two referees, a copyright transfer document and a report indicating that it does not contain plagiarism and, if necessary, the Ethics Committee Report were uploaded to the system.





## **The Relationship Between Entrepreneurship Level and Entrepreneurship Tendency**

Abdulwahab Sahiri Laqaa

### **Abstract**

The aim of the study is to examine the relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurial tendency among Libyan students studying in Turkey. Küçük (2016a and 2020) scales were used for this study. A survey was conducted with the Libyan students who received postgraduate education in the Turkish State, using the face-to-face survey method. These students were determined by the judgmental sampling method, which is one of the non-random sampling methods. A questionnaire form was given to 90 students, and 67 usable questionnaires were taken into consideration. The obtained data were analyzed. The reliability and validity of the scales were determined by factor analysis, and it was determined that they would be used in the analysis. Then, the relationship between the two variables was determined by correlation analysis. Thus, it has been determined that there is a direct relationship between entrepreneurship tendency and entrepreneurship level.

**Key words:** Entrepreneurship, Entrepreneurship Level and Entrepreneurship Tendency

**Jel Code:** M11

### **Girişimcilik Düzeyi ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki**

#### **Öz**

Çalışmanın amacı, Türkiye'de eğitim gören Libya'lı öğrenciler arasında girişimcilik düzeyi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu çalışma için Küçük (2016a ve 2020) ölçekleri kullanılmıştır. Türkiye Devletinde lisansüstü eğitim gören Libya'lı öğrencilerle yüzyüze anket yöntemiyle bir araştırma yapılmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemiyle bu öğrenciler belirlenmiştir. 90 öğrenciye anket formu verilmiş, bunların içinden 67 kullanılabilir anket değerlendirilmeye alınmıştır. Elde edilen veriler analiz edilmiştir.





Faktör analiziyle ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlikleri tespit edilmiş, analizde kullanılacakları belirlenmiştir. Daha sonra korelasyon analiziyle iki değişken arasındaki ilişki belirlenmiştir. Böylece Girişimcilik eğilimi ile girişimcilik düzeyi arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Girişimcilik, Girişimcilik Düzeyi ve Girişimcilik Eğilimi

**Jel Kodu:** M11

## 1. Introduction

The term "entrepreneurship" is the creation of a new economic project or the development of existing projects, often referring to the term that carries innovative and unusual ideas characterized by the entrepreneur's ability to invent new ideas, and his ability to turn these ideas into successful projects, to take advantage of available resources and capital To obtain financial profits from his project.

If an existing project is developed, the entrepreneur can add a new element to the existing service or product, so that it appears in a new way and attracts new segments of consumers. Facebook, the car rental company Uber and Apple are among the world's leading models of entrepreneurship. %42.4 of entrepreneurs said they launched their projects because there are no other functional alternatives. According to the report, women make up 44% of entrepreneurs at the start of the project, compared to 35% of entrepreneurs who have already been established.

"Entrepreneurship" is defined as the creation of a new economic project or the development of existing projects, often referred to as a term that carries innovative and unusual idea (Küçük, 2018) (Samir,2014).

## 2. Theoretical Framework

Today, governments and economic circles are becoming more interested in the role of entrepreneurship and innovation in economy and development with global technological and technological development.

Some consider the concepts of entrepreneurship and their role in the economy as one of the economic terms used in the economy, companies and companies. When someone comes with a unique set of unique and unique ideas, this is the entrepreneurial spirit, as well as providing innovative ideas that help these creative ideas create and create projects. This also falls within





the concept of entrepreneurship. When someone introduces a new proposal that meets the goals and interests that serve the community, it also falls under the concept of entrepreneurship.

When someone risks developing and updating projects to keep pace with their developments, all with the aim of obtaining a higher rate of profit, this is also known as entrepreneurship. Entrepreneurship can also be defined as a distinct activity that we do when we create a lot of work that is characterized by it as well as offering some risk while doing business, taking into account that during the profit you will face a lot of risk, but these risks are assessed in the development of Business.

Entrepreneurship is not limited to a specific job, but we can use entrepreneurship in many companies. We do not exaggerate when we say we can use it in all business. For example, we can use it in health, social work, and business. Technology, industrial work, business and other businesses that definitely need creativity and innovation to create new customers and earn more profits, both in their work seeks to be a pioneer in their field, and to be distinct, that is the concept of entrepreneurship must be there are a lot of projects now widely known, starting from the beginning with a small idea, for example, the famous social networking site (Facebook), the founder of that site was created through a room where he lived in the university, see now where he came from FB (Rajoub, *al.*2018).

Entrepreneurial tendency is a concept developed by the author Küçük (2016a) in order to understand whether the entrepreneur is in the idea of new investment, and thus how he actually evaluates the conditions of competition, his view of the market, and the economy.

It is a concept used to meet the intention of the entrepreneur to expand his business, expand into new markets, develop new products and make new investments (Küçük, 2020: 80).

Entrepreneurship level is a concept developed to describe how much an entrepreneur carries the responsibilities of her job, to what extent she makes her own decisions, and to what extent she carries out her/his basic functions (Küçük, 2020: 80).

Entrepreneurship has become a major economic place in the world today, and as a result, the importance of entrepreneurship for economic projects has become the main source of economic support. Foreign countries





have supported entrepreneurs to see the great potential of entrepreneurial entrepreneurship. Economic development in general.

In general, the world's population is suffering from a decline in health services, especially in Africa, Latin America and a part of Asia, which affects the human development that human beings must enjoy in the infinite technical.

### **3. Aims of the study**

The study aims to study the relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurship tendency.

### **4. Scope and methodology**

A survey was conducted with the Libyan students who received postgraduate education in the Turkish State, using the face-to-face survey method. These students were determined by the judgmental sampling method, which is one of the non-random sampling methods. A questionnaire form was given to 90 students, and 67 usable questionnaires were taken into consideration. The obtained data were analyzed. The reliability and validity of the scales were determined by factor analysis, and it was determined that they would be used in the analysis. Then, the relationship between the two variables was determined by correlation analysis. Thus, it has been determined that there is a direct relationship between entrepreneurship tendency and entrepreneurship level.

Küçük (2016a and 2020) scales were used for this study. Entrepreneurship level and tendency scales has 10 factor. The scales has been prepare likert form I totally disagree 1 and I totally agree 5.

### **5. Research model**

The search model here is the process of obtaining value through a series of activities related to each other. Enter the left side of the procession, and put the extra value on the right. This value is in the form of a product, service or information that meets customer expectations and requirements. Everything done in business is practically practical (Küçük & Polat, 2013).

The study model is shown in Figure 1.



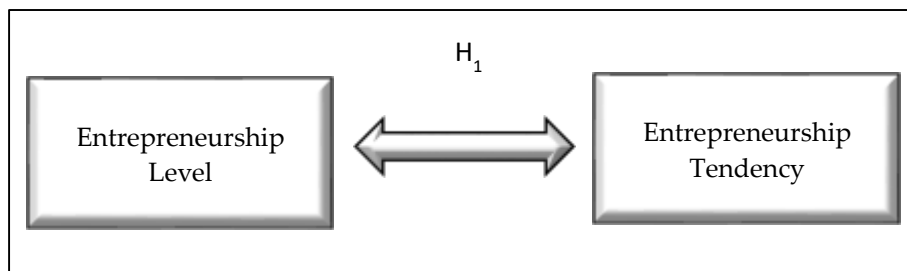


Figure 1. Model of Study

## 6. Hypothesis

Küçük (2016) dealt with the relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurial tendency in his study and found that there was a direct relationship between the two variables.

In the study of Küçük and Küçük (2018), entrepreneurship tendency and entrepreneurship level variables were discussed together with entrepreneurial health and entrepreneurial social environment support. In this study, it was revealed that there is a positive relationship between the level of entrepreneurship, entrepreneurial tendency and social environment support.

Kartal (2018) and Yiğit (2020) examined entrepreneurship tendency together with personality traits, innovativeness and social environment variables in their thesis studies.

Kara, Küçük, and Yaşarsoy (2020) examined the relationship between entrepreneurship level, entrepreneurial tendency and entrepreneurial health and determined a positive relationship.

In line with the literature, the research hypothesis was determined as follows:

H<sub>1</sub>: There is a relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurship tendency

## 7. Data analysis

Table 1 illustrates the analysis of factor Analysis of Level of







## Entrepreneurship

According to the results of the study, since the level of importance of most of the scales listed in the table is 1.85 and 3.88, it has been estimated that the expressions in the procedure are mostly accepted by the participants.

As shown in Table 1, the value of Kaiser-MeyerOlkin (KMO) was found to be (0.582). Since this value is greater than 0.4 or even 0.5, sampling is sufficient and significant factors can be obtained from the search data. The fact that all expressions have a factor factor greater than 0.5 and an intrinsic value greater than 1 indicates that the expressions are suitable for use in the analysis. The Alpha Cronbach coefficient (0.624) since this value is greater than 0.6, the scale is highly dependent. Thus, this table can be used in scientific research.

According to these results, it was decided that the scale of the entrepreneurship level variable is reliable and valid, the sample size is sufficient and it can be used in scientific research and data analysis (Küçük, 2016b: 227-232).





Table 1. Factor Analysis of Level of Entrepreneurship

Entrepreneurship Level	Factor Load	Core Value	Variance Explanation Rate(%)	Cronbach Alpha	Average	KMO Value
1. I do my own business	0.576	3.21	24.371	0.624	3.74	0.582
2. I run the business/company	0.837	2.98			3.23	
3. I run at least one of the marketing, production and finance functions	0.667				2.87	
4. I assume the risks associated with the job.	0.499		19.610		1.95	
5. I am responsible for the work.	0.554	2.71	25.660		3.17	
6. If necessary, I can make another investment.	0.772				2,88	
7. I can make business decisions without consulting anyone.	0.668				3.15	
8. I am financially independent of others.	0.559	2,356	24.568		2.76	
9. I don't have to ask people for their opinions.	0.811				3.31	
10. I outsource if necessary (Debt)	0,586				3,14	





Table 2 illustrates the analysis of factor Analysis of Entrepreneurship direction.

**Table 2. Factor Analysis of Entrepreneurship Tendency**

Entrepreneurship Tendency factors	Factor Load	Core Value	Variance Explanation	Cronbach Alpha	Average	KMO Value
1. I will make new investments.	0.610	3.16	20.144	0.691	3.76	0.551
2. I want to expand/institution alize my business.	0.777				3.87	
4. I want to develop a new product/brand.	0.801				3.82	
6. I am planning joint investments.	0.907	2.98	24.612		4.03	Sin. 0.00
7. I participate in domestic or international fairs.	0.673				3.68	
8. I follow international developments.	0.756				3.78	
9. I want to take advantage of opportunities.	0.680	2.65	27.913		2.87	
10. I don't want to settle for the current situation	0.618				3.85	
11. I think that entrepreneurs who continuously develop their business will be successful.	0,865					





According to the results of the study, since the level of importance of most of the scales listed in the table is 2.85 and 3.88, it has been estimated that the expressions in the procedure are mostly accepted by the participants.

As shown in Table 1, the Kaiser-MeyerOlkin (KMO) value was found to be (0.551). Since this value is greater than 0.4 or even 0.5, sampling is sufficient and significant factors can be obtained from the search data. The fact that all expressions have a factor factor greater than 0.5 and an intrinsic value greater than 1 indicates that the expressions are suitable for use in the analysis. The coefficient of alpha kronbach (0.69). Since this value is greater than 0.6, the scale is highly dependent and the variance interpretation rate is 71%. Thus, it was decided that the table could be used in scientific research.

To the results of the Alpha Cronbach test was conducted to measure the reliability of research conducted to determine the level of entrepreneurship The level of entrepreneurship, (0.69). These values give entrepreneurs new investments in healt and This value is derived from.

According to these results, it was decided that the scale of the entrepreneurship level variable is reliable and valid, the sample size is sufficient and it can be used in scientific research and data analysis (Küçük, 2016b: 227-232).

The desire of businessmen to see new business in the field of health, the planning of businessmen to increase their share in the health market, the businessmen plan to implement joint investments with foreigners businessmen that the participation of doctors in their health investments in the field of health, the participation of of opportunities in the health field, the desire of businessmen in local or external health exhibitions, The health sector and desire of businessmen to take advantage.

Table 4 shows the relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurship trends.





Table 4. Correlation Analysis between the level of entrepreneurship and entrepreneurship trends.

	Entrepreneurship Trends	level of entrepreneurship
Level of entrepreneurship	0.71 0.00	1 0.00
Entrepreneurship Trends	1 0.00	0.71 0.00

According to link analysis there is a strong relationship between the level of entrepreneurial and entrepreneurial leadership trends. Where (0.71) (Küçük, 2016b: 250) and E. Mapen (0.6), (0.8).

Based on this result, this means a strong correlation relationship proves the alternative hypothesis "There is a relationship between the level of entrepreneurship and entrepreneurial trends is acceptable.

## 8. Results

For entrepreneurship level variable; As shown in Table 1, the value of Kaiser-MeyerOlkin (KMO) was found to be (0.582). Since this value is greater than 0.4 or even 0.5, sampling is sufficient and significant factors can be obtained from the search data. The fact that all expressions have a factor factor greater than 0.5 and an intrinsic value greater than 1 indicates that the expressions are suitable for use in the analysis. The Alpha Cronbach coefficient (0.624) since this value is greater than 0.6, the scale is highly dependent. Thus, this table can be used in scientific research.

For entrepreneurship tendency variable; the Kaiser-MeyerOlkin (KMO) value was found to be (0.551). Since this value is greater than 0.4 or even 0.5, sampling is sufficient and significant factors can be obtained from the search data. The fact that all expressions have a factor factor greater than 0.5 and an intrinsic value greater than 1 indicates that the expressions are suitable for use in the analysis. The coefficient of alpha kronbach (0.69). Since this value is greater than 0.6, the scale is highly dependent and the variance interpretation rate is 71%. Thus, it was decided that the table could





be used in scientific research.

To the results of the Alpha Cronbach test was conducted to measure the reliability of research conducted to determine the level of entrepreneurship The level of entrepreneurship, (0.69). These values give entrepreneurs new investments in health and This value is derived from.

According to these results, it was decided that the scale of the entrepreneurship level variable is reliable and valid, the sample size is sufficient and it can be used in scientific research and data analysis (Küçük, 2016b: 227-232).

## **9. Discussion**

The paper examined the relationship between the level of entrepreneurship and health as relevant in comparing the relationship between the level of entrepreneurship and each of the directions of entrepreneurship in the field of health and the position of the family of businessmen from investing in the field of health alone..

In comparing the applications of the strategies discussed, two distinct concentrations were observed. One focuses on a separate practical approach using the softened programmers (Petersen, 2003). The other focuses on creating an organizational culture that guides staff efforts. In this regard, Six Sigma and the Center for Tactical Operations are largely focused on the process,

In selecting the implementation of the level of entrepreneurship and its relation to health (entrepreneurial trends and supporting the family of workers in the field of health), the situational leadership model has been modified and can be used to clarify whether the cultural approach or center approach may be more appropriate in different situations (Francisco & Boac, 2003).

The approach looks at how to "empower" the level of entrepreneurship in health. This means strategies for leadership level may work better in the health field. It is suggested that health institutions where expertise is centralized and where more targeted leadership is used, will find more practical strategies that are easier to implement, while organizations where expertise and leadership are more supportive will find more appropriate cultural strategies (Küçük, 2012).





The review of the level of contribution of entrepreneurship in health is a strategy that requires a minimum in the community, meaning that the greater the level of entrepreneurship in health, the more positive it is.

Research shows that while the largest companies in the medical device sector measure the contribution of businessmen in the health sector because it enables them to make sound decisions regarding the manufacture and development of medical devices.

Küçük (2016) çalışmasında girişimcilik düzeyi ile girişimcilik eğilimi ilişkisini ele almış ve iki değişken arasında doğru yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Küçük ve Küçük (2018) çalışmasında girişimcilik eğilimi ve girişimcilik düzeyi değişkenlerini girişimci sağlığı ve girişimci sosyal çevre desteği ile birlikte ele almıştır. Bu çalışmada da girişimcilik düzeyi ile girişimcilik eğilimi ve sosyal çevre desteği arasında pozitif bir ilişkinin varlığı ortaya konmuştur.

Kartal (2018) ve Yiğit (2020) tez çalışmalarında girişimcilik eğilimini kişilik özellikleri, yenilikçilik ve sosyal çevre değişkenleri ile birlikte incelemiştir.

Kara, Küçük ve Yaşarsoy (2020) girişimcilik düzeyi, girişimcilik eğilimi ve girişimci sağlığı ilişkisini incelemişler ve doğru yönlü bir ilişki belirlemişlerdir.

## **10. Suggestions**

In the light of these previous results, the following recommendations can be made for both businessmen and those interested in entrepreneurship, economy management and governments due to this issue, which is of great importance for everyone.

These suggestions are:

- \* Girişimcilik değerlendirilebilir iyi edilebilir.
- \* Girişimcilerin kendi başına yapma düzeyi, sorumluluk alma ve ticari alışverişi gerçekleştirebilme düzeyi iyi incelenebilir.
- \* Girişimcilik küçüklüğünün iyileştirilebilmesi için çalışmalar yürütülmelidir.





\* Girişimci adaylarının iř başında ilerleyebilmeleri için bilgi olarak desteklenmeleri nemlidir.

\* Girişimci adaylarının cesaretlendirilmesi için adımlar atılmalıdır.

\* Scientists can make variables such as entrepreneurship tendency and entrepreneurship level on different sample groups, evaluate them comparatively in terms of different countries or regions, or conduct studies that deal with different variables.







## References

- Artuğ, Murat Yiğithan (2020). Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi ve Sosyal Çevre Desteği İlişkisi: Kastamonu Araştırması, Kastamonu Üni. SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bassam Samir, (2014). Evaluation of the level of knowledge of students of the colleges of tourism and hotels in Egyptian universities about entrepreneurship and their direction towards them, studies and research, Journal of Electronic Science.
- Benshina, Khled (2018). The Relationship Between Unlimited Improvement And Business Performance, The Journal of Academic Social Science Studies.
- Holienka, M., Holienková, J. and Gál, P. (2015). Entrepreneurial Characteristics of Students in Different Fields of Study: A View From Entrepreneurship Education Perspective, Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 63(6), 1879-1889.
- Kara, E., O. Küçük, E. Yaşarsoy (2020) "Girişimcilik Düzeyi ve Eğilimi ile Sağlık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu Örneği" International European Journal of Managerial Research Dergisi (EUJMR) ISSN: 2602 – 4179 / Dönem / Cilt: 4 / Sayı: 7, ss. 189-213.
- Kartal, Özge (2018). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi ve Yenilikçilik İle İlişkisi: Bir Alan Araştırması, Kastamonu Üni. SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Küçük, O. (2016b). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Küçük, O., (2016a). "Girişimci Sağlığı İle Girişimcilik Düzeyi ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: TR90' da Bir Küçük Sanayi Sitesi Uygulaması", *Uluslar arası Katılımlı 16. Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, 12-14 Ekim, ss. 819-823.
- Küçük O. (2020). (Editör ve Yazar) İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, Sonçağ Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, O. (2018). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi: Seçkin, Yayıncılık Ankara.





Küçük O. and Nurten Küçük (2018) "Girişimci Sağlığı, Girişimcilik Düzeyi, Girişimcilik Eğilimi ve Girişimci Sosyal Çevre Destek Düzeyi İlişkisi: Tr90'da Bir Küçük Sanayi Sitesi Uygulaması", 4. Kafkasya Ortaasya dış Ticaret Lojistik Kongresi, 7-8 Eylül 2018, Aydın, ss. 1312-1321.

Petersen, P. E. The World Oral Health Report (2003). Continuous Improvement of Oral Health In The 21st Century–The Approach of The WHO Global Oral Health Programı, Community Dentistry and Oral Epidemiology.

Rajoub, Aseel, Anwar, Nasiruddin, (2018). The reality of the application of institutional entrepreneurship in the Islamic banking sector in Hebron governorate, Journal of Science, Polytechnic University of Palestine.

Sinha, T. N. (1996). Human factors in entrepreneurship effectiveness, The Journal of Entrepreneurship, 5(1), 23-39.

Szerb, L. (2003). The changing role of entrepreneur and entrepreneurship in network organisations, Knowledge Transfer, Small and Medium-Sized Enterprises, and Regional Development in Hungary, Small Business Economics, 81-85.

