

SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ



Yıl: 2023 Cilt: 26 Sayı: 1

SAHİBİ

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Adına
Yüksekokul Müdürü Prof. Dr. Ali ŞAHİN

SORUMLU EDİTÖRLER / RESPONSIBLE EDITORS

Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK- Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Abdurrahman GÜMRAH- Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. E. Erdal YÖRÜK – Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. E. Fazıl ÇÖLLÜ – Selçuk Üniversitesi

EDİTÖR YARDIMCILARI / EDITOR ASISTANTS

Dr. Öğr. Üyesi Betül GARDA – Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe CABİ – Selçuk Üniversitesi

YAYIN KURULU SEKRETERİ / EDITORIAL STAFF

Öğr. Gör. Ammar Yasir BİLİM- Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. Mehmet BÜYÜKÇİÇEK – Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. F. İbrahim KURŞUNMADEN – Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. Metin ALLAHVERDİ – Selçuk Üniversitesi

ALAN EDİTÖRLERİ / AREA EDITORS

Prof. Dr. M. Atilla ARICIOĞLU - Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ümmühan ARSLAN - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Feride HAYIRSEVER BAŞTÜRK - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Savaş ÇEVİK - Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN - Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil GÜNGÖR - Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet İNCE - Tarsus Üniversitesi
Prof. Dr. Ganite KURT - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Saime ÖNCE - Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Başaran ÖZTÜRK - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer ZERENLER - Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN - Selçuk Üniversitesi

İLETİŞİM

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Alâeddin Keykûbat Yerleşkesi Selçuklu, 42079-KONYA
Telefon: +90 332 241 00 58 - Belgeç / Faks: +90 332 241 00 60

BİLİM DANIŞMA KURULU / SCIENCE ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. Abdulkadir BULUŞ (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya Üniversitesi)
Prof. Dr. Ali ALAGÖZ (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Ali DERAN (Tarsus Üniversitesi)
Prof. Dr. Ali ERBAŞI (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Atilla ARICIOĞLU (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Aylin POROY ARSOY (Uludağ Üniversitesi)
Prof. Dr. Aziz Arman KARAGÜL (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Azzem ÖZKAN (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Baki YILMAZ (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Batuhan GÜVEMLİ (Trakya Üniversitesi)
Prof. Dr. Birol MERCAN (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Durmuş ACAR (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. Ercan BAYAZITLI (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Figen ZAİF (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Ganite KURT (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI (Ankara Hacı Bayram Üniversitesi)
Prof. Dr. Gülfidan BARIŞ (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Gürbüz GÖKÇEN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Güven SAYILGAN (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Habib AKDOĞAN (Hitit Üniversitesi)
Prof. Dr. Haldun SOYDAL (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Halim KAZAN (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Hasan K. GÜLEŞ (Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi)
Prof. Dr. Hüseyin AKAY (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Prof. Dr. Hüseyin DALGAR (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. İsmail BEKÇİ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Kadir GÜRDAL (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Kamil GÜNGÖR (Aydın Kocatepe Üniversitesi)
Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet BAŞ (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Metin AKSOY (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN (Ankara Hacı Bayram Üniversitesi)
Prof. Dr. Metin SABAN (Bartın Üniversitesi)
Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Mutlu Başaran ÖZTÜRK (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Okan TAŞAR (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Osman BAYRI (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Önder KUTLU (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Raif PARLAKKAYA (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Ruziye COP (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Prof. Dr. Saime ÖNCE (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Savaş ÇEVİK (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Seçkin GÖNEN (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Selahattin KARABINAR (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Selda BAŞARAN ALAGÖZ (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Serap S. YANIK (Ankara Hacı Bayram Üniversitesi)
Prof. Dr. Süleyman UYAR (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
Prof. Dr. Süleyman YÜKÇÜ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Şaban UZAY (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ (Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi)
Prof. Dr. Tuğba UÇMA UYSAL (Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Prof. Dr. Tuğrul KANDEMİR (Aydın Kocatepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Tunç KÖSE (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Turgut ÇÜRÜK (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Ümmühan ASLAN (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)
Prof. Dr. Vural ÇAĞLAYAN (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Yasemin KÖSE (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi)
Prof. Dr. Yıldız ÖZERHAN (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK (Ankara Hacı Bayram Üniversitesi)
Doç. Dr. Fevzi Serkan ÖZDEMİR (Türkiye Büyük Millet Meclisi)

İÇİNDEKİLER

Dr. Öğr. Üyesi Işık ÇİÇEK	Organizational Identification with the Effect of Organizational Socialization: The Validity of Social Identity Theory / Örgütsel Sosyalleşme Etkisinde Örgütsel Özdeşleşme: Sosyal Kimlik Teorisinin Geçerliliği	Araştırma Makalesi	1-19
Dr. Öğr. Üyesi Sevilay KONYA Doç. Dr. Esra KABAKLARLI	Göçün Ekonomik Büyümeye Etkileri: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi / Effects of Migration on Economic Growth: Panel Data Analysis On Selected Countries	Araştırma Makalesi	20-34
Öğr. Gör. Berivan KIZILIRMAK	Kargo Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Üçüncü Parti Platformda İncelenmesi / Examination Of Cargo Services On A Third-Party Platform In Terms Of Customer Satisfaction	Araştırma Makalesi	35-47
Doç. Dr. Mustafa KILLI	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Lisans Bölümlerinde Muhasebe ve Finans Dersleri Üzerine Bir Araştırma / A Research On Accounting And Finance Courses in International Trade And Logistics Undergraduate Departments	Araştırma Makalesi	48-61
Bogaç Orkun ESENGİN Doç. Dr. Gülcan ŞANTAŞ	Sağlık Çalışanlarında Pozitif Psikolojik Sermaye, İş Performansı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma / A Research on the Relationship between Positive Psychological Capital, Job Performance and Organizational Commitment in Health Employees	Araştırma Makalesi	62-82
Dr. Öğr. Üyesi Fatih AKBAŞ	Katılım Bankalarının Kârlılığı Üzerinde Sürdürülebilirlik Performanslarının Etkisi: Panel Veri ile Türkiye Üzerine Bir Uygulama / The Effect of Sustainability Performance on the Profitability of Participation Banks: An Application on Turkey with Panel Data	Araştırma Makalesi	83-94
Fatmanur BİNİCİ UYGUN Prof. Dr. Ahmet KALENDER	Z Kuşağının Online Satın Alma Davranışında Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığı ve FoMO: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma / Social Media Usage Habits in Online Purchasing Behavior of Generation Z and FoMO: A Study on University Students	Araştırma Makalesi	95-110
Efekan Taha ÖZEL Dr. Öğr. Üyesi Abdullah YILMAZ	İş Motivasyonunun Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Kamu Çalışanları Örneği / The Effect of Job Motivation on Cyberloafing Behavior: The Case of Public Employees	Araştırma Makalesi	111-128
Prof. Dr. Gökhan ACAR Doç. Dr. Onur AKÇAKAYA	Strategic Thinking and Merit Understanding of Public Employees During The Covid-19 Pandemic / Covid 19 Salgını Sürecinde Kamu Çalışanlarının Stratejik Düşünce ve Liyakat Anlayışları	Araştırma Makalesi	129-138
Dr. Nurgül BAŞARAN Prof. Dr. Abdulkadir DEVELİ	Toplumsal Bir Güç Olarak Sosyal Sermayenin Etkisi: Mamak ve Çankaya İlçelerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz / The Impact of Social Capital as A Social Power: A Comparative Analysis in Mamak and Çankaya Districts	Araştırma Makalesi	139-154
Prof. Dr. Hüseyin ÇETİN Mevlûde Burcu FEDAİ	Kurumsal Yönetim Üzerine Yapılmış Çalışmaların Web Of Science Veri Tabanına Dayalı Bibliyometrik Analizi / Bibliometric Analysis of the Studies on Corporate Governance Based on the Web Of Science Database	Araştırma Makalesi	155-165
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa YALÇIN Dr. Öğr. Üyesi Erdem GEÇİT	Maskotların Şehir Marka İmajına Etkisi: Bursa Örneği / The Effect of Mascots on the City Brand Image: The Case of Bursa	Araştırma Makalesi	166-179
Dr. Selim DAĞLIOĞLU Uğur Emre BEKTAŞ	Comparative Analysis of Practices of Child Benefits in EU Member States / AB Üyesi Ülkelerdeki Çocuk Yardımı Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi	Araştırma Makalesi	180-195
Omed Mohammed MAMAND Prof. Dr. Ali ALAGÖZ	Impacts of Meaning and Measurement of Risk-on-Risk Disclosure: An Empirical Study / Risk Tanımı ve Ölçümünün Risk Açıklamaları Üzerindeki Etkileri: Ampirik Bir Araştırma	Araştırma Makalesi	196-209
Zekiye DALBOY Arş. Gör. Dr. Akın ABUL Prof. Dr. Aykut BEDÜK	Y Kuşağının Girişimcilik Eğilimlerinin Kişilik Özellikleri Bakımından İncelenmesi: Selçuk Üniversitesi İİBF İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma / An Investigation Of The Entrepreneurial Trends Of Generation Y In Terms Of Personality: A Research On Selçuk University Feas Business Students	Araştırma Makalesi	210-227
Öğr. Gör. Abdullah YILDIZ Prof. Dr. Mustafa AY	Muhasebeci Stereotipleri Ölçeğinin Türk Dil ve Kültürüne Uyarlanması: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması / Adaptation of Accountant Stereotypes Scale to Turkish Language and Culture: Validity and Reliability Study	Araştırma Makalesi	228-240
Prof. Dr. Mustafa Halid KARAARSLAN Dr. Öğr. Üyesi Nilan SOYLU	Risk Factors in Start-Ups: An Evaluation / Yeni Kurulan Girişimlerin Risk Faktörleri: Bir Değerlendirme	Araştırma Makalesi	241-258

Organizational Identification with the Effect of Organizational Socialization: The Validity of Social Identity Theory

Örgütsel Sosyalleşme Etkisinde Örgütsel Özdeşleşme: Sosyal Kimlik Teorisinin Geçerliliği

Işık ÇİÇEK *

ABSTRACT

There is increasing interest in how to enhance the level of organizational identification as an attitude that organizations desire for their employees to develop in today's new generation enterprises. The search for new antecedents to increase the level of identification has proceeded for a long time in several organizational settings. An antecedent of the identification can be the organizational socialization process that employees experience through the organization's direction. The validity of the theory for hypothesized relations gains importance as the conditions change in this context. It is expected that the socialization level of the employees increases the level of organizational identification in the institutions in the light of social identity theory. The main research question is to test the validity of social identity theory on the relationship. According to the findings of the quantitative-research with 448 participants, high level of explanatory effect of organizational socialization process on organizational identification was not found in accordance with the proposals of social identity theory. The findings of the study reveal the necessity of exploring new antecedent factors for organizational identification.

KEYWORDS

Organizational Socialization, Identification, Social Identity Theory

ÖZ

Günümüz yeni nesil işletmelerde, çalışanların geliştirmelerini arzu ettikleri bir tutum olarak örgütsel özdeşleşme düzeylerini ne şekilde arttıracaklarına olan ilgi artmakta, özdeşleşmeyi artıracak yeni öncül faktörlerin neler olabileceğine yönelik arayışlar devam etmektedir. Çalışanın kurumun yönlendirmesiyle deneyimleyeceği örgütsel sosyalleşme sürecinin özdeşleşme için bir öncül değişken olabilecektir. Bu bağlamda, önerilen öncül değişkenler için hangi teorik temelin önermelerinin geçerli olacağı koşullar değiştikçe önem kazanmaktadır. Çalışanların yer aldıkları kurumlarda sosyalleşme düzeylerinin sosyal kimlik teorisi bağlamında örgütsel özdeşleşme düzeylerini arttıracığı beklenir. Bu araştırmanın temel sorunsalı, örgütsel sosyalleşmenin örgütsel özdeşleşme için bir öncül değişken olmasında sosyal kimlik teorisi önermelerinin geçerliliğini test etmektir. 441 katılımcılı nicel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, sosyal kimlik teorisi önermelerine göre kurum tarafından yönlendirilecek bir örgütsel sosyalleşme sürecinin örgütsel özdeşleşme için yüksek düzeyde açıklayıcılığı ortaya çıkmamıştır. Araştırmanın bulguları, örgütsel özdeşleşme için yeni öncül faktörlerin teşhisinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Örgütsel Sosyalleşme, Örgütsel Özdeşleşme, Sosyal Kimlik Teorisi

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 26.05.2022		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 25.11.2022
Atıf	Çiçek, I. (2023). Organizational Identification with the Effect of Organizational Socialization: The Validity of Social Identity Theory. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 1-19.	

* Asst. Prof. Dr., Necmettin Erbakan University, Department of Aviation Management, cicekis@yahoo. com, ORCID: 0000-0003-0870-3811

INTRODUCTION

As a result of globalization and the breakdown of established paradigms, today's organizations have started to differentiate. Organizations try to adapt to today's dynamics to survive. Around the competition, enterprises need to focus on individual and group levels from the inter-organizational and organizational levels to survive and remain sustainable. At the individual level, businesses need to address behavioral issues related organizations such as low level of organizational commitment, involvement, engagement, and identification for employees. These kinds of individual-related organizational issues can cause high-levels of turnover rates in the institutions (Özdemir and Ergün, 2015). According to Noe, Hollenbeck, Gerhart, and Wright (2003), turnover expenditures range from 50-200 % of a worker's salary while the organization hires, trains, orients, and raises the employee. On the contrary, successful organizational socialization is positively related to employee's career increments, job performance, job satisfaction, job involvement (Allen and Mayer, 1990).

In addition to team-oriented structures of the new generation organizations, employees act by following the aims and visions of the organizations within the framework of collective organizational culture and socialization. When the employees can easily access information as a result of transparency, they will enter the process of organizational identification and individual-organization harmony will be ensured. Workers' affirmative attitudes in the organizations strength their engagement to institutions and motivation degree (Dirks and Ferrin, 2001), which in turn give rise to improved achievement of psychological contracts (Robinson, 1996; Çiçek and Çalışkan, 2018). Given the advantages outcomes, the effective organizational socialization process can be directed to the high level of the individual, group, and organizational variables, one of which can be identification with organizations. The employees learn the needed knowledge, skills, abilities, attitudes, and behaviors for complying with the work definitions and duties, organizational culture and climate, and workplace behavior patterns via socialization process (Chao, O'Leary-Kelly, Wolf, Klein, and Gardner, 1994; Wachtfogel, 2009; Özdemir and Ergun, 2015). On the contrary, ineffective socialization tactics that managers use in the organization can cause a rise of training costs. Incompetent socialization process precisely affects workers' following job attitudes and performance in the organizations (Çiçek, 2017). Therefore, the organizational socialization process should be managed efficiently depending on situational factors in an institution. The employers and managers should give importance to organizational socialization because the employees become integrated members of the institution through identification with organization after getting hired. Accordingly, the elements of organizational socialization have become an important research area in management studies.

The main assumption of the research is the positive consequence of organizational socialization process on organizational identification with the basis of a metaphoric approach to identify the rings of a chain. Organizational identification will serve as a basis for employees to play a supporting role in the period when they are successful or unsuccessful. The desired level of organizational identification will be developed through the exact experience of organizational socialization process. Only a few prior research has questioned the link between organizational socialization practices and organizational identification (Aliyev and Işık, 2014; Ge, Su, and Zhou, 2010; Hayashi, 2013; Ahmadian, Soori, Ghaderi, Hejrat, and Mawlaie, 2016). The proposals for the relationship could not be valid depending on new organizational conditions such as highly competitive environment, integrated process system, and changed organizational structure. The research question for the study: "Is a rational approach that organizational socialization process which institutions utilize as a tactic consciously to increase level of identification?" The relationship should be investigated in today's changing work environment and the new studies are needed to reveal the relationship between the organizational socialization and the organizational identification. The aim of the research is to test the validity of the social identity theory proposing the relation between organizational identification and organizational socialization process in today's organizations.

1. THEORETICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESES

1.1. Social Identity Theory

While the conceptual framework of the research was formed, the theories were supportive. In this respect, the main theory supporting our theoretical model is determined as the social identity theory. It helps us understand this phenomenon by explaining the concepts one by one and supporting relations.

Social identity theory reveals that individuals tend to classify their identities and other team members in differentiation in diverse social classifications like organizational membership, religion, gender, education level, and age group (Tajfel and Turner, 1985). Depending on this theory, individuals can be classified into

different classifications and may occur in different clusters. In other words, the categories are defined by the prototypical features isolated from the members (Turner, 1985 cited in Ashforth and Mael, 1989, p.20).

The concept of social identity, which is at the center of the social identity theory, explains that someone involves in the social classification or group (Hogg and Abrams, 1988). Members who form a common social identity and identify with individuals of the same category are defined as social groups. In explaining social groups, self and self-concepts should be defined. In a social comparison process, self-resident individuals are categorized and labeled within the group; persons different from self are classified as external groups.

Studies on social identity have evolved through certain stages. In the initial research, social identity included affective, assessor and other psychological correlations of intragroup categorization (Turner, Hogg, Oakes, Reicher, and Wetherell 1987, p. 20). Afterwards, the researchers detached the self-categorizing factor from the self-esteem (evaluator) and adherence (psychological) element to empirically examine the relationships between them (Stets and Burke, 2000, p. 224).

Researchers have carried the social perceptions to intergroup perspective and introduced the concept of social identity (Wetherell, 1996, p. 23). To understand the groups, it is necessary to understand the relationships between these groups (besides the different contributions of the group life to the cognitive processes of the individual). Studies were focused in what changes were taking place in their personal identities, motives, trials, and perceptions when individuals were members of a particular group. In agreement with the Social Identity Theory, people perform as members of certain social classes and not as individuals in most cases. Thus, it helps people to identify the place of themselves and others within a particular social structure. People derive their self-definition by awareness of their membership in important social classes (Demirtaş, 2003).

A person can identify her or his identity with that or working group or organization through the organizational socialization process. The organizational associates identify with their institution depending on the allure of the recognized organizational identity and the steadiness between individual self-description and institutional identity (Dutton, Dukerich, and Harquail, 1994; Hsieh, Weng, and Lin, 2018). The socialization process directly influences how the members evaluate their values with the congruence of organizational context (Hsieh, et al, 2018). Therefore; the consequent attitudes and behaviors occurring over time will shape via the organizational socialization process with the proposals of social identity theory.

1.2. Organizational Socialization

Socialization is a phenomenon that human being obtains knowledge and experience about social responsibilities and rolls by observing and learning society norms in their social environment. An individual could diagnose group values norms transfer them into his/her cognitive/emotional system and behaviors. In this condition, the societal system is arranged consistency. In other words, socialization process is a learning phase by an individual (Feldman, 1980; Memduhoğlu, 2008). Socialization is an internationalization of common understanding, perception, values, beliefs, and behaviors in the group for business context (Weiner, 1982). As long as this process causes the workers to recognize organizational preferences and behave with respect to these targets, organizational members approve similar priorities with the institution. According to ASA (Attraction-Selection-Attrition) Theory, individuals are attracted to the institution for hiring, selected by the organization, and those who could not synchronize their aims and values with the organizational priorities leave the organization (Schnedier, 1987). The socialization period has a remarkable importance after the workers are recruited for the organizations in the light of ASA Theory proposals (Chatman, 1991).

The literature of organizational socialization mainly focus on two different research topics 1- socialization process and 2- socialization content (Chao et al., 1994; Çiçek, 2017).

Some socialization researchers developed various dimensions of organizational socialization in the literature. For instance, Feldman (1989) described four areas for the learning process: task-related duties, job aspects, the group phases, and organizational features. Fisher (1986) defined three similar step by attaching two more areas: (1) introductory learning, whereby new hiring employees recognize that learning is expected and what and from whom they wish to learn is identified; (2) learning of the association; (3) learning to perform in a workgroup; (4) how to execute the work; and (5) individualized learning and altering, whereby new worker recognize more about (Çiçek, 2017)

Several tactics for organizational socialization process are mentioned in the literature (Van Maanen and Schein, 1979). They are 1- collective versus individual, which express whether individuals are in the control of a joint series of involvements; 2- formal versus informal, that utilized to characterize the degree to which individuals are beyond the others along the socialization period; 3- sequential versus random, encloses the degree to which phases for posits a role are conceived and attributable; 4- fixed versus variable, exhibits the

degree to which a purposeful time for the phases included in so as to offer a role is provided; 5- serial versus disjunctive, described as whether or not, an idol is provided to help new employee along the changeover; 6- investiture versus divestiture, which indicates to the degree of an institution's appraisal of acquiescence or imaginations and entrepreneurship (Watchfogel, 2009; Çiçek, 2017).

New employees alter their attitudes, values, and beliefs by means of organizational socialization. This period has unceasing dynamics. The results of socialization are a congruence of a worker with the organization, new job, co-worker, and organizational arrangement. The cooperation between employees and supervisors is a remarkable factor in socialization process. The early phase in socialization process closely influences the workers. Knowing about task definitions and duty requirements, connecting with employees, knowing the individuals having power in the institutions, understanding a mutual organizational language, acknowledging organizational aims and values, being aware of organization history result in completing the socialization process.

1.2.1. Sub-dimensions of Organizational Socialization.

According to the studies in the literature, there are different kinds of dimensions of organizational socialization. Among the classifications, Chao et al. (1994) developed a scale to measure organizational socialization with six dimensions. These are; performance proficiency, people, politics, language, organizational goals and values, and history (Haueter, Macan, and Winter, 2003).

Types of products/services in the sector, special properties of the products/services, organizational structure, operations in the institutions, internal politics of institutions, management style, and compensation/salary practices affect the experience of socialization process for the employees. How departments or subsidiaries contribute to the organizational aims and how individual job contributions influence to the mission and vision have direct effects on socialization process. Besides, being aware of organizational and departmental history, contributions to accomplish of organizational aims through group aims and objectives, acknowledge about competencies and expertise of group members, members' contribution to supervisors' expectation, management type, executing task with respect to group standards, rule and procedures, consistent behaviors with organizational values are the influential elements for organizational socialization process. Responsibilities about duties and any project, executing tasks, determining priority, tools, resources at performing task, feedback to supervisor are some significant factors of task socialization (Haueter et al., 2003). History dimension of socialization indicates the degree to which individuals have obtained the traditions, habits, fables, and ceremonies of their institution. Language dimension of socialization means the employee's knowledge of the occupation's professional vocabulary as well as information of the any slang or jargon that are specific to the organization. Politics reflects the employee's accomplishments in obtaining knowledge with respect to formal and informal work affiliations and power relations within the institution. Individuals are interested in building favorable and pleasant work connections with organizational associates. Organizational goals and values encapsulate the comprehension of the standards, principles, group norms, and qualities inside the association. Performance proficiency alludes to degree to which the employee has mastered the duties associated with activities (Lee, Oh, and Burnett, 2016).

1.3. Organizational Identification

An object or individual assimilating or integrating all the characteristics of a set is one of the word meanings of identification (National Turkish Language Institute, 2018). Definitions of organizational identification; "Cognitive tie between one's self and organization description" (Dutton, et al., 1994). An individual belief in the organization's definition of a person's individuality" (Pratt 2000). Organizational identification is the remarkable element revealing the association between the individual and the organization (Turunç, 2011). Organizational identification is a psychological channel between the organization and employee (Reade, 2001).

The individual's self and organization are highly similar compared (Bartels, 2006). This approach includes an expansive variety of psychological states of individuals (Edwards, 2005). Organizational identification is self-identifying degree with the close characteristics that the individual defines the organization (Dutton, et al., 1994). Organizational identification means a process in which employees identify with the institution they act with (Rotanti, 1975, p. 892). Employees who identify with their institution share the achievement and inefficacy of their companies or corporations (Mael and Ashforth, 1992).

1.3.1. Sub-dimensions of Organizational Identification.

Organizational identification includes cognitive, emotional and behavioral dimensions (Cheney and Tompkins, 1987). The more the individual uses it when it defines itself, the strong identification and cognitive, emotional and behavioral siege within the organization is increasing (Ashforth, 2001). Organizational identity assures which the workers approach each other with emotions, opinions, and behaviors and get a whole with the institutions. These emotions, opinions, and attitudes enhance commitment of the workers to their work (Çakınberk, Derin, Demirel, 2011, p.94). The identification process is the consequence of gaining a distinctive value-oriented identity for the individuals networking with other organizational members (Larson and Pepper, 2003).

1.4. The Research Hypotheses and Model

The reasons of the relation of organizational socialization with organizational identification are explained and the research model is displayed in this section.

The desire for the new employee's adaptation to organizational culture in the organizational socialization process is managed by the organization. That is to say, the institution reflects the distinctive, permanent and central features of the organizational identity to the identity of newcomers through the organization. Newcomers face to face the various uncertainties in their organization. When the newcomers build and purify organizational identity via organizational socialization, they are actuated to diminish ambivalences by altering their identities (Katz, 1980).

Organizational identity is tightly related to organization member's identification. When individuals define themselves utilizing organizational identity, then organizational identification happens. At this time, employees have a tendency to weave themselves with organization, and identification requires shared common characteristics (Mael and Tetrick, 1992). Vigorous identification with the organization helps the employees balance their feel of self as organizational colleagues. When employees powerfully identify with their institutions, their sense of continuity depends on the organization's continuity.

Chao et al. (1994), Katz (1980), Schneider and Reichers (1983) dispute that the stages of "pre-entry" and "adaptation" affect self-identity formation substantially in the socialization process. Brim and Wheeler (1966) stated that the content of socialization incorporates perceiving the organization's structure and the role of instructions, the chain of command and behaviors related to the different hierarchical levels and ranks in the structure. In other words, it is supposed that while the employees understand the institution's standing structure and try to adapt his or her identity to the organization, the individuals' identities also modify toward organizational identity now that organizational socialization is the process that arranges the social cumulative personality (Eli and Shuval, 1982). Identification is the consequence of identity development (Pratt, 1998). Therefore; the causality between organizational socialization and organizational identity is accepted since socialization is the reason of identity-formation.

According to Ashforth and Mael (1989), new employers need to learn the organizational strategy and policies, standing structure, operations, and behavioral norms so as to interpret the association and the taking role within it. New employees build self-definition composed of social identity through organizational socialization process (Hayashi, 2013). Organizational identification is grounded on the social identity" theory in which the employees respect the organization values, norms, behavioral patterns, and anticipations of the institution and personalize these organizational features. Through socialization and identification, the workers absorb the remarkable properties of the organizations as their valuable components (Guglielmi et al., 2014).

The findings of some studies demonstrated that organizational identity is influenced by organizational socialization (Kato, 2010; Ge et al., 2010). According to the results compiled from the researches in the literature; socialization has proven to be often the precursor of identification in organizations. In other words, an individual who socializes with a high level of organization is most likely to identify with the organization at a high level. Creating a positive climate and culture in the organization can be an initial activity for the formation of positive behaviors in employees with respect to organizational socialization and organizational identification (Aliyev and Işık, 2014). It can be proposed that there is an affirmative link between identification with organization and socialization dimensions

H1: Organizational socialization is positive antecedent of identification for an employee.

Organizational socialization tactics help the newcomers to think about the current positions and development of the ways of directing their roles (Ahmadian et al, 2006). Therefore, organizational socialization tactics can be utilized to identify the employees at the desired level for the institutions. Ashforth and Saks (1996) researched the effects of socialization tactics on the adaptation of newcomers to the organization in a long term in a longitudinal study. The researchers reported the findings that institutionalized socialization

tactics have a positive relationship with organizational identification. In this respect, the dimensions of performance proficiency, people, politics, language, organizational goal and values, and history can be positive antecedents of organizational identity.

Organizational history, language, politics, people, performance proficiency and values/goals are the original and core feature of the institution that are involved in organizational identity (Albert and Whetten, 1985). The socialization process could boost the employees to discern and accept these characteristics of the organization, which supply the base of organizational identification (Hatch and Schultz, 2002). Employees who are competent at certain socialization contents such as people, politics, organizational aims and values, history, language and performance requirements have higher role clarity now that they would be more knowledgeable about appropriate roles and behaviors (Louis et al., 1983). Therefore, this competent knowledge about organization causes the individuals more identified with the institution. Identification which is one mode of psychological attachment occurs when the workers approve the abiding characteristics of the association as describing their features (Ge et al, 2010). Workers' socialization improve organizational identification for individuals by awareness of organization history, people in the institution, common language, organizational politics, performance necessities, and values/goals when the recognized organizational identity is engaging to the employees.

Considering the dimension of performance proficiency, the level of task interdependency in organizations is at a high level depending on organizational settings. This reciprocal requires being aware of performance standards for both the working unit and the whole organization. When the employee know the other people's performance level in the same unit, the level of trust to the organizational unit and identification with members of the same and other units increase (Reade, 2001; Decreton, Nell, and Stea, 2019). Organizational socialization process provides opportunities for formal and informal knowledge exchanges (Schulz, 2003). By means of socialization process, superiors have more occasions to share their desires and apprehensions with new employees (Foss, Lyngise, and Zahra, 2013) and to lead to forceful arrangement among the organizational departments (Nohria and Ghoshal, 1994). In the consequence of mutual perceiving of what other departments are doing, expectations about performance proficiency can be clearly understood. Thus, the employee knowing the performance proficiency for himself identifies with organizations. When the employee understands the duties that need to be executed and how to execute them (Feldman, 1981), a high level of role clarity occurs for that employee through the socialization dimension of performance proficiency.

H1a: The performance proficiency dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee.

Considering people dimension, the individuals evaluate the external environment and divide it into in-group and out-group depending on the proposals of social identity theory. Being together with the people having similar values, characteristics, and personality features for the newcomers facilitate the identification process. If there is no similarity among organizational members, stereotypes and conflicts occur. The cooperation depending on similar values among individual plays a significant role in the socialization process. Organizational socialization as a mechanism smoothing shared mission and mutual understanding in the organization influence the individual's identification with the organization, positively (Decreton et.al, 2019).

Establishing a common corporate culture as a socialization tool could affect the people dimension of socialization (Decreton et.al, 2019). Trust for people and communication via organizational socialization lead to better knowledge sharing, which increases the level of identification with the association. The people dimension of socialization is assumed to influence the role precision since the creation of outstanding work relationships is essential for learning about the employees' new role and expectation (Fisher, 1986). When employees get integrated into the working group socially, they build an identity with the working group and powerfully identify with the organization through socialization (Reichers, 1987). Helpfulness between new employees and other individuals in the organization has an extensive role in the people dimension of the socialization process (Louis, 1980; Reichers, 1987). The helpfulness of peers and supervisors contribute to developing an identity for a newcomer by means of recommendation, guidance, social aid (Louis, Posner, and Powell, 1983; Bauer, Morrison, and Callister, 1998), and awareness of their experience (Louis, 1980; Klein, Fan, and Preacher, 2006). The receiving of realistic information helps the development of outstanding work relationships with organizational members through the people dimension of socialization content.

H1b: The people dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee.

Considering the politics dimension of socialization, being aware of scope and richness of knowledge about organization politics improve the identification with the organization for an employee (Decreton et. al, 2019). The employees can utilize personal contacts to access knowledge for strategic and operational concerns (Gaur,

Delios, and Singh, 2007). Besides, the politics dimension of socialization is associated with the role clarity because this dimension entails an understanding of both informal and formal job connections regarding the structures (Schein, 1968). The politics dimension of socialization implies the understanding of how to work in the organization (Gandz and Murray, 1980). A consequence of socialization, mutual understanding makes the individuals knowledgeable about politics when to be involved in order to identify with the organization.

Findings of prior studies have strengthened the ideas about the relations of the people, performance, and politics dimensions with identification (Kammeyer-Mueller and Wanberg, 2003).

H1c: The politics dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee.

Better interaction among organizational members occurs through the language dimension of socialization. The employees and managers can see the organizational climate as the language dimension of socialization. Because organizational identity is a shared perception among the organization's fellows about relatively steady features of the institution, one of which is organizational language. It constitutes a common type of reasoning among the employees (Whetten and Mackey, 2002). Therefore, being aware of mutual language in the organization can be linked to the consequence of socialization. Tüzün and Çağlar (2008) displayed communication as a meaningful antecedent of identification. Learning organizational language cognitively prepares newcomers for the adjustment caused by a new situation (Louis, 1980).

H1d: The language dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee.

Individual socialization mechanisms related to organizational goals and value help and encourage individuals to understand the all departments' functioning and activities grounded in the whole organizational system. Managers can transfer strong and lasting relationships to employees depending on organizational goal and values across units through this type of organizational socialization (Decreton et.al, 2019). From beginning orientation training, organizational socialization system are initially submitted as a way to harmonize new workers with the organization by explaining them the goals, values, and beliefs of the institutions. Lipponen, Helkama, Olkkonen, and Juslin (2005) showed the relation between value sharing through organizational socialization and identification in their study. Therefore, the organizational goals and values dimension of socialization can be antecedents of organizational identification.

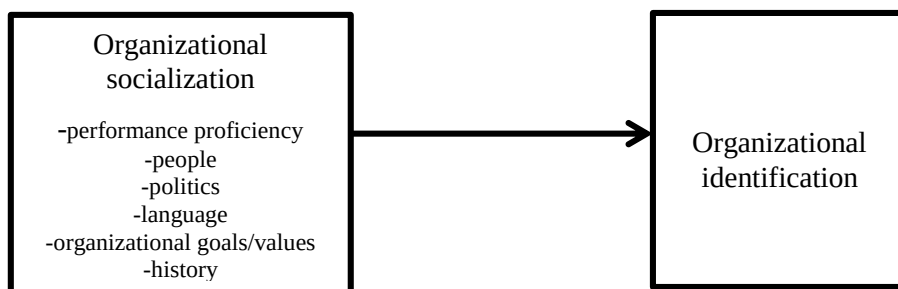
Transferring work experience in the organization via the socialization process increases understanding organizational history for the employees. Klein and Weaver (2000) reported that the history and goals/values dimensions of socialization are firmly related to affective organizational commitment. Ge et al. (2010) showed that organizational history, language, values and goals socialization are positively related to organizational identification. Similarly, it can be expected that these two dimensions of organizational socialization are positively affiliated with organizational identification since being knowledgeable on the organization's history and goals/values helps the individual identify with the organization. The historical context of the socialization is likely to be provided with disseminating organizational culture.

H1e: The organizational goals and values dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee

H1f: History dimension of organizational socialization is a positive antecedent of identification for an employee.

In summary, identification happens through the socialization process. Some studies have reported that some dimensions of socialization have positive effects on organizational identification (Ge et. al, 2010). Ge et al (2010) reported that some dimensions of socialization are not related to identification. Further studies need to interrogate the effects of dimensions of organizational socialization on the identification with the organization for employees. Research model is shown at Figure 1.

Figure 1. Research Model



2. RESEARCH

2.1. Sampling and Method

The research was executed in both production and service sector that consist of lots of work fields because there is no any sector-specific variable in the research model. Therefore, the individuals from all types of sector can be considered. Participants are selected through the convenience method in Turkey. Even if the scale is answered anonymously, many firms avoid sharing information and do not allow data collection. For this reason, convenience sampling technique was utilized as a data collection method in the study. According to Turkish Statistical Institute, the number of waged-employees is 13885464 in September, 2021 (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ucretli-Calisan-Istatistikleri-Eylul-2021-37506>)

According to formula, sample size (n): (Yamane 2001: 116-117; Yazıcıoğlu, 2010)

$$n = (N \cdot z^2 \cdot p \cdot q) / (N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q)$$

n= sample size,

N= population,

z = Standardized normal distribution value

d= measurement sensitivity

p.q= the percent of individuals having the features in the study

n is calculated as 385, 21. Sampling is selected from the white-collar employees. In this perspective, lower level of sample size than 385 could be sufficient for the research. Sampling size is 544 from 19 companies. 447 employees provide full information for the study. Response rate for the research is 82 %. Job areas in which employees work are high-tech industry, tourism, banking and finance, automotive, health, airline passenger, airline cargo, logistics, and higher education in private sector.

The survey technique is employed for obtaining responses. The participants were allowed one-week to take the questionnaire. All of answers were anonymous.

6-degree Likert scale is utilized for determining employees' responses. The response range changes from definitely disagree to fully agree. Data is analyzed via SPSS.22 statistical software and suggested relationships are tested via correlation test, multiple linear regression test, and hierarchical regression analysis. The normality test for data is investigated via coefficient of skewness- kurtosis. The reliability and validity of measurement are diagnosed through internal consistency of cronbach alpha and factor analysis with Varimax rotated, respectively.

The research was carried out with the ethical approval of the Ethical Committee for Social Science and Humanities, Necmettin Erbakan University, dated April, 08, 2022 and numbered 2022/162.

2.2. Measurement

Firstly, demographic information is demanded from the participants. Demography includes age, gender, organization tenure, total job tenure, job tenure for existing task, and tenure for supervisor-subordinate affiliation. These demographic variables are also considered as control variables.

Organizational socialization: 34 out of 36 item-scale is used in the study in the Turkish language. The original scale is developed by Chao et.al (1994) in English. The Turkish version of the scale is adapted by Özçelik (2008). This Turkish version of the scale is utilized for this research. The scale consists of 6 dimensions, originally: history, language, politics, aims and values of the organization, people in the organization, employees' performance adequacy. Some items of the scale "I do not understand corporate politics exactly (r)" and "Aims of the organization that I work for are also my aims". 13 items are reverse coded on the scale. Chao et. al (1994) reported accepted reliability for all sub-dimensions: 0,80 for performance proficiency, 0,81 for language, 0,80 for people; 0,81 for organizational goals and values; 0,81 for politics, and 0,85 for history. Özçelik (2008) reported reliability values 0,570; 0,602; 0,659; 0,806; 0,650; 0,618 for the same sub-dimensions, respectively.

Organizational identification: 6-item identification scale developed by Mael and Ashforth (1992) are used except for one item which is not preferred owing to very close content with other items. Some items of the scale "When someone criticizes (Name of organization), it feels like a personal insult", and "I am very interested in what others think about my institution". Mael (1981) calculated the reliability as 0,81 , Ashforth (1990) as 0,83. The researchers noted the reliability range from 0,83 to 0,89 through 5 point Likert scale at lots of research. The Turkish version of the scale is adapted by Kalemci-Tüzün (2008). The authors reported a one-factor dimension and 0,78 reliability for the 6-item scale. This Turkish scale is utilized for the research.

2.3. Findings

2.3.1. Demographic Information and Descriptive Statistics

51,9 % of participants is at the age of interval 20-30 years and 59,4 % is male. Organizational tenure is interval 1-5 years for 49,4 % of the whole as majority.. Job tenure in the current duty is 1-5 year for 49,8 % as a majority. The descriptive statistics of measures are shown at Table 1.

Table 1. Descriptive Statistics of Variables

Variable	Mean	Standard deviation	Skewness	Kurtosis
Organiz.socializa.	4,92	0,519	-0,461	-0,139
Organiz. identification	5,07	0,709	-0,498	-0,577

Skewness and kurtosis coefficient values for measures ($0 < x < 1$) are adequate for normal distribution (Şencan, 2005).

2.3.2. Reliability and Validity of Scales

The items that have eigenvalue higher than 1 and loaded by the value of 0,45 or higher on the one factor are considered. The item loaded on more than one dimension with the difference score of 0,1 or lower are extracted from the analysis. In other words, one iteration is carried out after the factor analysis consequence. Cronbach alpha internal consistency is calculated (above 0,65) for reliability test. The threshold is sufficient for reliability (Cortina, 1993; Miles, Davies, and Walker, 2000). Results of factor analysis and reliability tests are shown in Table 2, 3, and 4.

Table 2. Validity and reliability of organizational socialization scale

Factor	Items	Factor Loads	Eigenvalue	Explained variance (%)	Sub-dimension reliability
1	5	0,663	4,813	10,999	0,695
	22.	0,789			
	23.	0,547			
	26.	0,665			
2	7.	0,589	1,582	10,635	0,696
	19.	0,824			
	20.	0,798			
3	10.	0,597	1,504	10,424	0,603
	11.	0,570			
	17.	0,700			
	27.	0,622			
4	1.	0,806	1,396	9,689	0,645
	2.	0,582			
	3.	0,602			
	16.	0,455			
5	31.	0,612	1,259	9,268	0,590
	33.	0,782			
	34.	0,619			
6	6.	0,870	1,218	7,848	0,649
	12.	0,806			
Total				58,863	0,798
Kaiser-Meyer-Olkin			0,778		
Bartlett's Test of Sphericity			1882,905		
df			190		
Sig.			0,00		

Several iterations are made step by step. Finally, 6 factors are grouped, Original factor structure does not occur in this sampling. The factors are titled relying on including items' meanings. 1-performance proficiency and politics 2- organizational aims 3-people 4- history-values 5-personal prestige 6- language.

3 and above number of items are considered to reflect minimum coverage of the theoretical content of latent construct (Hair et al., 2010, p.676).

1st, 2nd, and 4th factors are used for analysis to investigate relations. 6th factor is not considered due to the non-acceptable number of items in it. 3rd and 5th factors do not have above threshold reliability ($\alpha < 0,65$). Therefore, these factors are not used for analysis even though the total scale reliability value is 0,798 ($\alpha > 0,65$) (Cortina, 1993).

Although factor loads of 0.40 and above are considered sufficient for grouping in one dimension, the value of factor load may change in determining the items grouped in a factor depending on the number of samples. According to Tabachnick and Fidell (2013), the factor load of an item on a factor should be at least 0.32. A factor load of 0.30 is considered sufficient for 350 samples (Hair, 2005). The requirement that the number of items grouped under a factor should be at least 3, increasing the level of variance explained by the items for the scale, and avoiding the common method bias that would arise if all variables were measured with the evaluation of the same participant for an observation were the factors considered in determining the factor structure for this scale.

Anti-image correlation matrix and Anti-image covariance matrix for the identification scale are shown at Table 3.

Table 3. Anti-image matrices for the identification scale

		İtem 1	İtem 2	İtem 3	İtem 4	İtem 5	İtem 6
Anti-image Covariance	İtem 1	,624	-,268	-,041	-,005	-,124	-,137
	İtem 2	-,268	,637	-,038	-,062	,040	-,131
	İtem 3	-,041	-,038	,507	-,315	-,082	-,039
	İtem 4	-,005	-,062	-,315	,522	-,021	-,042
	İtem 5	-,124	,040	-,082	-,021	,864	-,105
	İtem 6	-,137	-,131	-,039	-,042	-,105	,748
Anti-image Correlation	İtem 1	,745 ^a	-,425	-,072	-,008	-,169	-,200
	İtem 2	-,425	,752 ^a	-,068	-,108	,054	-,190
	İtem 3	-,072	-,068	,677 ^a	-,612	-,124	-,063
	İtem 4	-,008	-,108	-,612	,671 ^a	-,031	-,068
	İtem 5	-,169	,054	-,124	-,031	,825 ^a	-,131
	İtem 6	-,200	-,190	-,063	-,068	-,131	,850 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

According to Table 3, since all diagonal values are above 0.5, it is appropriate to include all items in the factor analysis.

According to scree plot, it represents a factor between two points. As a result of factor analysis, when the contribution of each additional factor to the explanation of the total variance falls below 5%, the maximum number of factors is reached (Yaşloğlu, 2017). Considering all the factors explained in determining the factor structure, the variance explained by the factors in question was considered sufficient, and it was concluded that a lower eigenvalue threshold of 0.9 (as shown at Figure 2) would be necessary to reach the factor structure with the highest explanatory power.

Figure 2. Scree plot of the identification scale

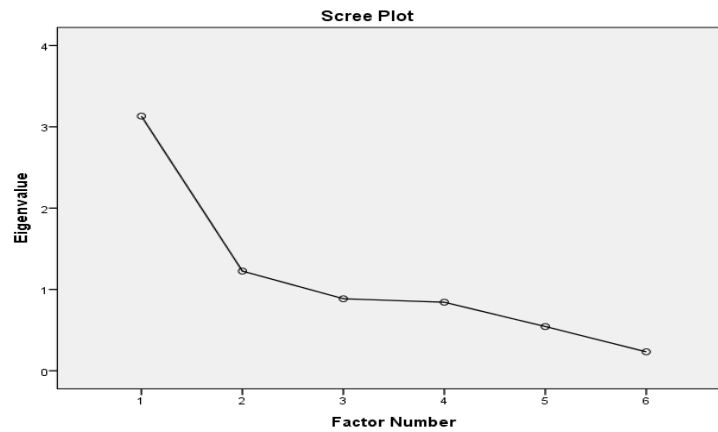


Table 4. Validity and Reliability of Organizational Identification Scale

Factor	Items	Factor loads	Eigenvalue	Explained variance (%)	Reliability of sub-dimension
1	1.	0,803	2,664	40,276	0,697
	5	0,387			
	6.	0,843			
2	2	0,911	0,874	23,233	0,724
	3	0,571			
	4.	0,463			
Total				63,5	0,739
Kaiser-Meyer-Olkin			0,733		
Bartlett's Test of Sphericity			619,538		
df			15		
Sig.			0,000		

Original factor structure does not emerge in this sampling. The factors are titled relying on included items' meanings. 1-affective 2-collective. Total scale reliability and sub-dimensions reliability values are acceptable ($\alpha > 0,65$)

2.3.3. Significant Effects

Table 5. Correlation Values between Variables

	age	gender	tenure	Job tenure	Job tenure current duty	Tenure supervisor-subordinate relation	Performance proficiency-politics	Org. aims	History -values	Affective	Collective
age	1										
gender	-,097*	1									
tenure	,539**	-,078	1								
Job tenure	,753**	-,080	,653**	1							
Job tenure current duty	,547**	,008	,849**	,641**	1						
Tenure for supervisor-subordinate relation	,484**	-,041	,738**	,535**	,738**	1					
Performance proficiency-politics	,233**	-,018	,301**	,324**	,246**	,249**	1				
Org. aims	,156**	-,003	,217**	,223**	,208**	,191**	,452**	1			
History -values	,217**	-,068	,305**	,300**	,247**	,220**	,470**	,531**	1		
Affective	,008	,042	,054	,022	,017	,028	,067	,111*	,219**	1	
Collective	,011	-,081	,028	,007	-,001	,003	,112*	,210**	,195**	,541**	1

** Correlation is significant 0.01 level

* Correlation is significant at 0.05 level

Correlation values are shown at Table 5. None of the demographic variables as control variables have significant relationships with dependent variables. There is a positive relationship between age and types of tenure as expected because the tenure level increases as the individuals get older. All tenure types that are demographic variables have high-level significant positive relations with each other because tenure, job tenure in current duty and tenure for supervisor-subordinate relation means similar time longevity for the same individuals. The most significant relation is between the affective dimension of identification and the history-value dimension of socialization as dependent and independent variable (0,219). Among dependent variables, the relation has 0,541 correlation value. Among independent variables, the relation between org. aims and history-values is the highest value (0,531). According to correlation analysis findings, there is a significant relation between independent variables and dependent variables.

Table 6. Effects of Organizational Socialization Dimensions on Identification Dimensions

Organizational identification (affective)				Organizational identification (collective)		
Predictors	Beta	T value	p	Beta	T value	p
Performance proficiency-politics	0,034	0,582	0,562	-0,008	-0,135	0,893
Org. aims	0,054	0,943	0,436	0,157*	2,707	0,005
History -values	0,112*	1,962	0,049	0,126*	2,223	0,027
R ²	0,05			0,09		
p	0,21			0,00		
F	3,289			7,196		

Depending on regression analysis, only history-values dimension of organizational socialization has significant effect on affective dimension of identification. The socialization dimensions explain 5 % of the variance in identification in a positive way. The organizational aim dimension and history-values dimension of organizational socialization have significant effects on the collective dimension of identification. These socialization dimensions explain 9 % of the variance in collective identification in a positive way. The organizational aims dimension has a relatively higher effect on the collective identification. History-values dimension has the effects on both types of identification.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Results

According to results, the organizational socialization levels of participants are higher than middle and are similar to the reported levels of the other researches carried out in Turkey and other countries (Hauter, 2003; Ge et al, 2010; Klein et al., 2006; Aliyev and Işık, 2014; Nartgün and Demirer, 2016; Kırmızıgül, 2018). The reported levels of organizational socialization are higher than those of some researchers conducted in Turkey (Balcı, Baltacı, Fidan, Cereci, and Acar, 2012; Saruhan, 2017). The identification levels of participants are measured as higher than those of some other researchers in Turkey (Saruhan, 2017; Nartgün and Demirer, 2016). It can be expressed that the levels of identification have increased although individuals' socialization levels as measured at different dimensions remain at a similar level.

The results of the study are differentiated from the results of other studies. According to findings, the significant effect of organizational socialization on identification reflects a pretty low degree. The least impact of the organizational socialization occurred on the history-value dimension. The highest effect occurs in the dimension of organizational aims. The highest value for the identification dimension is about collective judgment. The workers in selected institutions consider being aware of organizational aims and values and organization history as the most valuable factor for developing identification. Task interdependency at work-settings and the increasing importance of team working in organizations confirm this finding in nowadays' competitive environment.

Among socialization dimensions, there is a positive medium level relation between organizational aims and performance proficiency-politics and between history-values and performance proficiency-politics. This infers that professionals' work competencies indicate institution-specific features in the workplace. This circumstance draws attention to thinking that the selected companies for the research may have specialized

considering the job field in the sector. Individuals' performance competency is harmonized with organizational aspects starting from entry-level.

According to findings, some dimensions of organizational socialization have significant effects on identification dimensions. Considering sub-hypotheses, H1a, H1b, H1c, and H1d is rejected. H1e and H1f is partially accepted because both dimensions of dependent variable are not affected by all socialization dimensions. Therefore, main hypothesis H1 is partly accepted

The main assumption of the research is the effect of organizational socialization on organizational identification with the basis of a metaphoric approach to identify the rings of a chain. In this context, the validity of social identity theory is questionable. The validity of social identity theory to explain the effect of organizational socialization on identification is not occurred for all socialization dimensions.

The research findings revealed that the history and value dimensions of organizational socialization have effects on the affect dimension of organizational identification. Similarly, Klein et al. (2006) reported the meaningful relationship of value and history dimensions of socialization with affective commitment. The level of relationship between the organizational socialization and organizational identification in this research is lower than the levels reported at some research that aims investigating the relationship between different socialization dimensions and identification (Aliyev and Işık, 2014; Nartgün and Demirer, 2016; Kırmızıgül, 2018; Saruhan, 2017) and similar with one study in Turkey (Balcı et al., 2012). Aliyev and Işık (2014) reported a significant relationship between identification and socialization dimensions that are different from those in the research. Researchers assert that high-level identification requires socialization at high level. Socialization dimensions of work training, understanding organization, coworkers support, and future expectations influence identification level. But, similar findings with our research emerged in Balcı et al. (2012)' study. Understanding relations in the organization as a socialization dimension could explain identification at a low level in that study carried out in the educational sector. Boivie, Lange, McDonald, and Westphal (2011) showed that managers' identification does not have significant relation with socialization level in bureaucratic organizations.

According to findings, the effect of performance proficiency-politics on the identification dimension does not emerge. Even though this dimension has a meaningful relationship with the collective dimension of identification in terms of correlation results, this type of socialization cannot explain variance in identification. Any sector/work field-specific variable included in the research model. Therefore; the findings are not interpreted via sector dynamics. Because identification means culturalization with institutions for the employees, organizational aims, values, history, and language have played a more important role than job features. In other words, internalization of organizational properties gains importance much more than employee's jobs executed in that institution.

The research finding revealed that organizational socialization is not a remarkable antecedent of organizational identification. Organizational socialization does not have an expected noteworthy effect on the emergence of organizational identification in the light of proposals of Social Identity Theory. Concordantly, De Connick (2001) has founded the meaningful effect of only one sub-dimension of socialization (training) with identification. Ashforth and Sluss (2008) claimed that identification behavior can be detected at hard-mechanic bureaucratic organization structures in which there is a low-level degree of socialization. Balcı et al. (2012) disclosed the meaningful relationship between the organizational socialization and identification for only the dimensions of organizational understanding and future expectation at the low levels. The researchers reported the effect of the future expectation dimension on the identification is in a negative direction. Therefore, organizational socialization for individuals' identification with the organization has not been very significant anymore with respect to proposals of Social Identity Theory. It can be said that the validity of the theory is controversial to propose the relation between organizational socialization and identification.

Many studies evinced that organizational identity can be influenced by the elements such as the leader's behavior (Wieseke, Ahearne, and Lam, 2009; Tangirala, Green, and Ramanujam, 2007), organizational justice (Olkkonen and Lipponen, 2006; Albert, Ashforth, and Dutton 2000), trust (Edwards and Cable, 2009), and organizational ethics (DeConinck, 2011). According to Van Maanen and Schein (1979), new employees reacted differently to the role because the socialization techniques employed by institutions form the new employees' input information (Benzinger, 2016). Therefore, the orientation training that includes standard content may not produce the expected effects on the development of identification.

Sun and Wang (2001) highlighted identification is an espousal of being a part of the organization and organizational socialization may not be critical for employees' identification. The power of organization leader and congruence among co-workers can affect identification in spite of organizational socialization. Yi and Jen (2006) claimed that as socialization is cultivated process, individual tactics applied by employees to fit with

this process have the effect of identification. According to the authors, individuals' proactive actions are more efficient than institutional strategies directed toward this aim. Edwards and Pecceri (2010) proposed that socialization is not always required for emerging identification, whereas communication and organizational support have affected this variable much heavily. Tüzün and Çağlar (2009) revealed in their study that there is no direct effect of organizational identity on organizational identification that can be related to socialization. The attractiveness of perceived organizational identity, trust (Tüzün and Çağlar, 2009), and organizational culture in which individuals have high level of authority for seeking information can be recognized to develop identification with an organization instead of organizational socialization tactics directed by the organization.

In addition to the invalidity of the Social Identity Theory, a criticism about the scale can be made as the reason for low level of proposed relationship. Hautoer et al. (2003) criticized the organizational socialization scale developed by Chao et al (1994) that is utilized in this research. The researches claimed that scale included inconsistent different levels within specific dimensions for analysis (job, workgroup, and organization). Any coverage role is not considered. The lack of differentiation between task socialization and job performance emerges. Only one reason which grounds for little effect levels between socialization and identification may be the characteristic of the scale for the researches that utilized the scale developed by Chao et al. (1994). The researchers categorized scale items as an organization, people, and task to overcome the mentioned issues. The dimensions of organizational goals/values, language, politics, and history are defined as organizational socialization dimensions. The people dimension is regarded as group socialization. The dimension of performance proficiency is described as task socialization. Similarly, the meaningful dimensions on the identification are history, values, and organizational aims our research. That is to say, recognizing the organization is regarded as more important than the socialization of working group and job knowledge for participants.

Managerial Implications, Limitations, and Further Studies

The increasing importance of team working raises the importance of team dynamics to obtain desired positive outputs in a competitive environment. Nowadays, the organizations recruit the employees fit with an organizational climate dominated by team-working. In this context, the variables that are being linked to team-working can influence the identification by organizational managers. Utilizing socialization tactics by organizations can affect other variables positively, as well. According to the results of previous studies, the socialization dimensions demonstrated the positive correlations with job satisfaction and organizational commitment, expectedly. Associations with performance, however, were not as expected (Hautoer et al., 2003). Bodoh (2012) investigated relations among content of socialization, organizational citizenship behavior, and commitment to organization in a public institution. As reported by Bodoh (2012), socialization content was a significant predictor of organizational citizenship behavior (Özdemir and Ergun, 2015).

Orientation training executed by human resource management can be seen the first step to socialize for the newly hired employees (Noe, 1999). Orientation training is the designed process of job adaptation to enable the new employees to understand the organization and be productive in a short time after recruiting (Phillips, 1987). Orientation training is a process that should be designed systematically and consists of two main parts. 1- general orientation 2- department/unit orientation. The expected outputs of orientation training are providing employees with communication information and developing positive attitudes. Being aware of job and organization is a motivational need referring to the third phase named as love/belonging in Maslow Need Hierarchy. (Topaloğlu and Koç, 2002). Orientation training is need for employees when not only new employees are recruited, but also a new application related to work or organization is carried out after recruiting (Tiyek, 2014). The orientation training used by most of organizations is generally applied for all the new employees without considering the job title, type of department or hierarchical level at the standard content and the time. The content and the time sometimes differentiate depending on job types and the department (Özçelik, 2010). Newcomers are aware of working conditions, lunchtime, the procedure of obtaining organizational identity cards, organizational norms, values, aims and expected behavioral patterns for employees after orientation training (Dessler and Phillips, 2008). Besides, providing the employees with knowledge about the new work environment, creating a favorable impression on newcomers, developing interpersonal acceptance are other aims of orientation training (Tiyek, 2014). Content of orientation program is an overview of the organization, salary and other compensation, social welfare, job health and safety, physical facilities, politics and procedures, personnel and industrial unions (Byars and Rue, 2000). The time for formal orientation training changes from a few hours to a few days. Orientation training rarely prolongs the time of a few weeks. In general, middle size enterprises do not apply the orientation program for the newcomers. If orientation training is applied in this type of enterprise, the duration of the program is one or

two days at most (Diane, 1991). According to Arthur Andersen Human Capital research (2000), the ratio of less than 1 day-orientation is 45,5 % for both white color employees and blue color employees among organizations. The ratio of 1-3 day-orientation is 18,9 % for the white color employees and 17,6 % for the blue color employees. The ratio of 3-5 day-orientation is only 16 %. Because, one-day time covers acquaintance with organizational members, exploration around workplace, and one or two hour- training, it can be expressed that orientation training is not applied properly and is away from the purpose. As soon as the orientation training is completed, on-the-job training begins in companies. Socialization executed by the individuals' their own effort does not offer essential knowledge for them. Human resources management in organizations has priority on training new-hiring workers so as to facilitate employee's integration to the association (Lee, 2013) with exact essential knowledge and awareness to smooth socialization. Proper training of organizational socialization for the individuals could bring about an increment for the workers' emotional attachment and identification in an association (Kato, 2010). If from past to future of the association are recognized, central, durable, and exclusive characteristics shape the identity of the institution (Puusa and Tulvanen, 2006). These types of characteristics are learned via orientation training that is a tool of the socialization process. As the types and contents of the newcomers' input information are different, the application of socialization tactics having the standardized scope and level is infective to develop identification. Distinctive organizational socialization techniques depending on the individuals' seeking information are employed to direct appropriate behaviors to the individuals so that they can be competent associates of the organization (Ahmadian et al., 2016). In this way, identification occurs. Both human resources professionals and functional unit managers are responsible for managing the process.

Besides to orientation, rotation programs can be utilized as one of the socialization mechanisms (Decreton et.al, 2019). It is expected that employees receiving more accurate information via the socialization process on the dimensions of goals/values, politics, and performance proficiency, people, history, and language can identify with the organization.

As for the limitations, the method of convenient sampling is utilized for the research instead of random sampling methods. The degree of accuracy in the studies in which random sampling techniques are utilized can increase. Because the normative (likert) scale is used, the social desirability effect may occur for measuring the values of the variables. Due to the types of scales, the reliabilities of the scales may increase artificially (Meglino and Ravlin, 1998; Maden, 2010).

Because of contradictory proposals of social identity theory, future research aiming to diagnose the relationship between socialization and identification is required with different sector-specific and organizational structure variables. Besides, fit components (person-organization fit, person-supervisor fit, person-group fit, person-coworkers fit) and time can be addressed as further studies. Socialization tactics can be combined with other variables such as trust to organization, supervisor, and coworkers to investigated relative effects on the identification. The types of organizational culture can also be investigated to reveal combine effects with socialization. The importance of team working has paid academicians' and professionals' attention to new variables to related group dynamics for developing identification, especially group level identifications.

REFERENCES

- Ahmadian, Jamile, Fariba Kableh Soori, Nasim Ghaderi., Serveh Hejrat, and Soran Mowlaie, (2016) "Comparing Organizational Socialization Techniques and Organizational Identification in Governmental and Private KnowledgeBased Organizations", *J. Ecophysiol. Occup. Hlth* 16 (3&4), 118–129.
- Albert, Stuart. and David Whetten, (1985) "Organizational Identity", *Research in Organizational Behavior* 7, 263-95
- Albert, Stuart., Blake. E. Ashforth and Jane. E. Dutton, (2000) "Organizational Identity and Identification, Charting New Waters and Building New Bridges", *Academy of Management Review* 25, 13-17
- Aliyev, Yussuf. and Musab Işık, (2014) "Örgütsel Sosyalleşme ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki: Bir Araştırma [An examination of the Relationship between organizational socialization and organizational identification]", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, 131-149
- Allen, Natalie. J., and John. P. Meyer, (1990) "The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization", *Journal of Occupational Psychology* 63(1), 1–18
- Arthur Andersen, 2001'e Doğru İnsan Kaynakları Arastırması [Human Resource Management Research towards 2001], çev. Faruk Türkoğlu, (2000) Sabah Yayıncılık, İstanbul
- Ashforth, Blake .E., (2001) *Role Transitions in Organizational Life: An Identity Based Perspective*, Erlbaum, .Mahwah, NJ
- Ashforth, Blake .E. and Fred Mael, (1989) "Social Identity Theory and the Organizations", *Academy Of Management Review*, 14, 20-39.
- Ashforth, Blake E. and Alan .M. Sak, (1996) "Socialization Tactics: Longitudinal Effects On Newcomer Adjustment", *The Academy Of Management Journal* 39 (1), 149-178.
- Ashforth, Blake. E., and David M. Sluss, (2008) "How relational and organizational identification converge: Processes and conditions", *Organization Science* 19, 807-823.
- Balcı, Ali, Ali Baltacı, Tuncer Fidan, Caner Cereci and Uğur Acar, (2012) "Örgütsel sosyalleşmenin, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlıkla ilişkisi: İlköğretim okulu yöneticileri üzerinde bir araştırma [The relationship of organizational socialization with organizational identification and organizational citizenship behavior]", *Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 47-74.
- Bartels, Jos, (2006) "Organizational Identification and Communication: Employees' Evaluation of Internal Communication and Its Effects on Identification at Different Organizational Levels", Unpublished Doctoral Thesis, University Of Twente, Enschede, The Netherlands
- Bauer, Talya Niehaus, Elizabeth Wolfe Morrison, and, Ronda Roberts Callister, (1998) "Organizational socialization: A review and directions for future research", *Research in Personnel and Human Resource Management* 16, 149–214.
- Benzing, Diana, (2016) "Organizational Socialization Tactics and Newcomer Information Seeking in the Contingent Workforce", *Personnel Review*, 45, 1-43
- Bodoh, Madeline. N., (2012) "Mastery of Socialization Content and Citizenship Behavior Associated with Organization and Newcomer Commitment: A Correlational Analysis", Unpublished Doctoral Dissertation, Northcentral University Graduate Faculty of the School of Business and Technology Management. USA.
- Boivie, Seven., Donald Lange., Michael McDonald., and James. D. Westphal, (2011) "Me or we: The Effects of CEO Organizational Identification on Agency Costs", *Academy of Management Journal*, 54, 551-576.
- Brim, Orville G. and Stanton Wheeler, (1966) *Socialization after childhood: Two essays*, Wiley, New York
- Byars, Lloyd. and Leslie W. Rue, (2000) *Human Resources Management*. 6th ed., Mc Graw-Hill, Boston, Irwin
- Chao, Georgia.T., Anne .M., O'Leary-Kelly, Samantha Wolf., Howard. J. Klein, and Philip Gardner, (1994). "Organizational Socialization: Its Content and Consequences", *Journal of Applied Psychology*, 79, 730–43.
- Chatman, Jennifer.A, (1991) "Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms", *Administrative Science Quarterly*, 36 (3), 459–484.
- Cheney, George. and Philip .K. Tompkin (1987) "Coming to Terms with Organizational Identification and Commitment", *Central States Speech Journal*, 38(1), 1-15.
- Cortina, Jose .M, (1993) "What is coefficient alpha? An examination of theory and applications", *Journal of Applied Psychology*, 78, 98–104
- Çakınberk, Arzu, Neslihan Derin., and, Erkan Demirel, (2011) "Shaping of Organizational Identification by Organizational Commitment: Example of Private Education Institutions in Malatya and Tunceli", *Research Journal of Business*, 3 (1), 89-121.
- Çiçek, Işık, (2017) "A way of organizational trust: Organizational socialization", 1th International Congress on Management, Economics, and Business., Zonguldak: Bülent Ecevit University, s. 400-413.
- Çiçek, Işık. and Gülnur Çalışkan, (2018) "Identification different concept from commitment: the effect of tenure", 17th International Business Congress İzmir: İzmir Katip Çelebi University, s. 1492-1498.
- De Coninck, Jomes. B., (2011) "The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople", *Journal of Business Research*, 64, 617-624
- Decreton, Benoit., Phillp C. Nell., and Diego Stea, (2019) "Headquarters involvement, socialization, entrepreneurial behaviors in MNC subsidiaries", *Longe Range Planning*, 52, 1-18

- Demirtaş, H. Andaç, (2003) “Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar [Theory of Social Identity, Principles Concepts and Approaches]”, *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Dessler, Gary and Jean Phillips, (2008) *Managing Now*, Houghton Mifflin Company, Boston
- Diane, Aerthur, (1991) *Recruiting, Interviewing, Selecting and Orienting New Employees*. Amacom, New York
- Dirks, Kurt. and Donald Ferrin, (2001) “The role of trust in organizational settings”, *Organization Science* 12, 450–467.
- Dutton, Jane., Janet Dukerich,. and Celia V. Harquail, (1994) “Organizational Images and Membership”, *Commitment. Administrative Science Quarterly*, 39 (2), 239-263.
- Edwards, Jeffrey and Daniel Cable, (2009) “The Value of Value Congruence”, *Journal of Applied Psychology*, 94, 654-77
- Edwards, Martin. R., (2005) “Organizational Identification: A Conceptual and Operational Review”, *International Journal Of Management Reviews*, 7 (4), 210.
- Edwards, Martin. R. and Peccei Ricardo, (2010) “Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model”, *Journal of Personnel Psychology*, 9 (1), 17-26
- Eli, Ilana., and Judith. T. Shuva, (1982) “Professional socialization in dentistry: A longitudinal analysis of attitude changes among dental students towards the dental profession”, *Social Science & Medicine*, 16(9), 951–955.
- Feldman, Daniel. C., (1980) “A Socialization process that help new recruits succeed”, *Perspectives on Behaviour in Organization*, (ed.) J. R. Hackman, E. E. Lawler, L. W. Porter, Mc Graw-Hill Book Company, s. 170-178
- Feldman, Daniel. C., (1981) “The multiple socialization of organization members”, *Academy of Management Review*, 6, 309-319.
- Feldman, Kenneth A., (1989) “The association between student ratings of specific instructional dimensions and student achievement: Refining and extending the synthesis of data from multisection validity studies”, *Research in Higher Education*, 30, 583–645
- Foss, Nicolai, Jacop Lyngsie, and Shaker Zahr, (2013) “The Role of External Knowledge Sources and Organizational Design in the Process of Opportunity Exploitation”, *Strategic Management Journal*, 34 (12). 1453-1471.
- Gandz, Jeffrey. and Victor. V. Murray, (1980) “The experience of workplace politics”, *Academy of Management Journal*, 23 (2), 237–251.
- Gaur, Ajau. S., Andrew Delios, Kulwant Singh, (2007) “Institutional environments, staffing strategies, and subsidiary performance”, *Journal of Management*, 33 (4), 611–636.
- Ge, Jienhua., Xumei Su., and Yan Zhou, (2010) “Organizational Socialization, organizational identification, and organizational citizenship behavior. An empirical research of Chinese high tech manufacturing enterprises”, *Nankai Business Review International*, 1(2), 166-179.
- Guglielmi, D., Panari, C , Simbula, S. and Mazzetti, G., (2014) “Is it Possible to Motivate Teachers? The Role of Organizational Identification”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 1842 – 1847
- Hair, Joseph H., (2005) *Multivariate data analysis: a global perspective*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, USA
- Hair, Joseph .F., William C. Black, Barry .J Babin & Rolph .E. Anderson, (2010) *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River New Jersey.
- Haueter, Jill. A., Therese. H. Macan,. And Joel Winter, (2003) “Measurement of newcomer socialization: Construct validation of a multidimensional scale” *Journal of Vocational Behavior*, 63, 20–39.
- Hatch, Mary.J. and Majken. Schultz, (2002) “The dynamics of organizational identity”, *Human Relations*, 8, 989-1018
- Haueter, Jill. A., Therese. H. Macan, and Joel Winter, (2003) “Measurement of newcomer socialization: Construct validation of a multidimensional scale”, *Journal of Vocational Behavior*, 63(1), 20–39
- Hayashi, Shohei, (2013) “Organizational Socialization and Collective Self-Esteem as Drivers of Organizational Identification”, *International Business Research*, 6 (12), 156-167
- Hsieh, Ying-Che., Jingjing Weng., and Ting Lin, (2018) “How social enterprises manage their organizational identification: a theoretical framework of identity management approach through attraction, selection, and socialization”, *The International Journal of Human Resource Management*, 29(20), 2880-2904
- Hogg, Michael. A. and Dominic Abrams, (1988) *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*, Taylor & Frances, Routledge.
- Kammeyer-Mueller, John. D. and Connie R. Wanberg, (2003) “Unwrapping the organizational entry process: Disentangling multiple antecedents and their pathways to adjustment”, *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 779–794
- Kato, Nami, (2010) “Psychological Acculturation, Organizational Socialization and Organizational Commitment: The Case of Japanese Brazilian Working in Japan” Unpublished doctoral dissertation, California State University
- Katz, Ralph, (1980) “Time and work: toward an integrative perspective”, *Research in organizational behavior*, (eds.) B. M. Staw and L. L. Cummings, JAI Press, Greenwich, CT, (2), s. 81–127
- Kırmızıgül, Bayram, (2018) “The effect of organizational socialism on organizational identification: a research in banking sector” *Turkish Studies*, 13 (30), 225-241.
- Klein, Howard. J. and Natasha A. Weaver, (2000) “The effectiveness of an organizational-level orientation training program in the socialization of new hires”, *Personnel Psychology*, 53(1), 47–66.
- Klein, Howard. J., Jinyan Fan, and Kristopher Preacher, (2006) “The effects of early socialization experiences on content mastery and outcomes: A mediational approach”, *Journal of Vocational Behavior*, 68, 96-115.

- Larson, Gregory .S. and Gerald L. Pepper, (2003) "Strategies for Managing Multiple Organizational Identifications", *Management Communication Quarterly*, 16(4), 528-557.
- Lee Hung-Wen, (2013) "Locus of Control, Socialization, and Organizational Identification", *Management Decision*, 51, 1047 - 1055
- Lee, Jongwook, Sanghee Oh., and Gary Burnett, (2016) "Organizational Socialization of Academic Librarians in United States", *The Journal of Academic Librarianship*, 42, 382-389
- Lipponen, Jukka., Klaus Helkama., Maria-Elena Olkkonen., Milla Juslin, (2005) "Predicting the Different Profiles of Organizational Identification: a Case of Shipyard Subcontractors", *Journal of Occupational And Organizational Psychology*, 78, 97-112.
- Louis, Meryl. R., (1980) "Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings", *Administrative Science Quarterly*, 25, 226-251
- Louis, Meryl. R., Barry. Z.. Posner, and Gary. N. Powell, (1983) "The availability and helpfulness of socialization practices", *Personnel Psychology*, 36, 857-881
- Maden, Ceyda, (2010). "Person-environment fit, social exchange relationships, and employee outcomes in organizations", Unpublished Doctoral Thesis. Boğaziçi University Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Mael, Fred. and Blake Ashforth, (1992) "Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification", *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Mael, Fred .A. and Lois .E. Tetrick, (1992) "Identifying organizational identification", *Educational and Psychological Measurement*, 4, 813-24.
- Mael, Fred, and Blake E. Ashforth, (1995) "Loyal Day One: Biodata, Organizational Identification And Turnover Among Newcomers", *Personnel Psychology*, 48(2), 309-333.
- Meglino, Bruce. M. and Elizabeth C. Ravlin, (1998) "Individual values in organizations: concepts, controversies, and research", *Journal of Management*, 24, 351-389.
- Memduhoğlu, Hasan Basri, (2008) "Örgütsel sosyalleşme ve Türk eğitim sisteminde örgütsel sosyalleşme süreci. [Organizational Socialization and the Process of Organizational Socialization in The Turkish Educational System]", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 137-153.
- Miles, J. N. V., Davies, M. N. O., and Walker, S., (2000)" Coefficient alpha: A useful indicator of reliability? ", *Personality and Individual Differences*, 28(2), 229-237
- Nartgün, Şenay Sezgin and, Sibel Demirel, (2016) "Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme ve Özdeşleşme Düzeyleri ile Birlikte Çalışma Yeterlikleri Arasındaki İlişki [The relationship between levels of teachers' organizational socialization and identification with teachers' collective efficacy]", *Abant İzzet Baysal Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 237-269
- Noe, Raymond. A., (1999). *Employee Training and Development*. McGraw Hill. Boston.
- Noe, Raymond., John Hollenbeck., Barry Gerhart., and Patrick Wright, (2003). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*. 4th ed., McGraw Hill, Boston.
- Nohria, Nitin. and Sumantra Ghoshal, (1994) "Differentiated Fit and Shared Values: Alternatives for Managing Headquarters-Subsidiary Relations", *Strategic Management Journal*, 15 (6), 491-502
- Olkkonen, Maria-Ellanen., and Jukka Lipponen., (2006) "Relationships between organizational justice, identification with organization and work unit, and group-related outcomes", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(2), 202-215.
- Özçelik, Firuzhan, (2008) "The effect of organizational socialization on organizational commitment: A research", Unpublished Master Thesis, Marmara University Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Özçelik, Oya, (2010) "Eğitim ve Geliştirme [Training and Development]", *Human Resource Management*, (ed.) Cavide Uyargil, 5th edition, Beta Yayıncılık, İstanbul, s. 161-208.
- Özdemir, Yasin. and Sinem Ergun, (2015) "The relationship between organizational socialization and organizational citizenship behavior: the mediating role of person environment fit", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 432 – 443.
- Phillips, Jack. J., (1987) *Recruiting, Training, and Retraining New Employees*. Jossey Bass, California.
- Pratt, Michael. G., (1998) *To be or not to be: Central Question in Organizational Identification* D.A. Whetten and P.C. Godfrey *Identity in Organizations: Building Theory Through Conversation*. Sage Publications. Thousand Oaks, CA
- Pratt, Michael. G., (2000) "The Good, the Bad, and the Ambivalent: Managing Identification among Amway", *Distributors. Administrative Science Quarterly*, 45(3), 456-493
- Puusa Anu and Ulla Tulvanen, (2006) "Organizational Identity and Trust", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*. 1, 24
- Reade, Carol, (2001) "Dual Identification in Multinational Corporations: Local Managers and Their Psychological Attachment to The Subsidiary versus the Global Organization", *International Journal of Human Resource Management*, 12 (3), 405-424.
- Reichers, Arnon. E., (1987) "An interactionist perspective on newcomer socialization rates", *Academy of Management Review*, 12, 278-287
- Robinson Sandra.L., (1996) "Trust and breach of the psychological contract", *Administrative Science Quarterly*, 41, 574-599

- Saruhan, Sümeyra, (2017) “The Effect of Organizational socialization on the organizational identification”, Unpublished Master Thesis, Kırıkkale University Institute of Social Sciences, Kırıkkale.
- Schein, Edgar. H., (1968) “Organizational socialization and the profession of management”, *Industrial Management Review* (MIT), 9, 1-15.
- Schneider, Benjamin and Reichers, Armon E. , (1983) “ On the Etiology of Climates”. *Personnel Psychology*, 36, 19-39.
- Schneider, Benjamin, (1987) “The people make the place”, *Personnel Psychology*, 40, 437-453
- Schultz, Martin, (2003) “Pathways of Relevance: Exploring Inflows of Knowledge into Subunits of Multinational Corporations”, *Organization Science*, 14(4), 440-459
- Stets, Jan. E. and Peter J. Burke, (2000) “Identity Theory and Social Identity Theory”. *Social Psychology Quarterly* 63(3), 224-237.
- Sun, J. M. and Wang, H., (2011) *Organizational identification in China*, Annual Meeting of Academy of Management, CA
- Şencan, Hüner, (2005) *Reliability and Validity in Social and Behavioral Measurement*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Tabachnick, Barbara. G & Linda S. Fidell, (2013) *Using multivariate statistics*, 6th ed., Allyn and Bacon, Boston,
- Tajfel, Henri. and John C. Turner, (1985) “The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour”. *Psychology of Intergroup Relations* , (eds.) S. Worchel and W.G. Austin, 2nd Edition, Nelson Hall, Chicago, s. 7-24.
- Tangirala, Subrahmaniam., Stephen Green, and Rangaraj Ramanujam, (2007) “In the shadow of the boss's boss: Effects of supervisors' upward exchange relationships on employees”, *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 309-20
- Tiyek, Ramazan, (2014) “Evaluation of Orientation Training Programme: A Research”, *Journal of Çankırı Karatekin University Social Sciences Institute*, 5(1), 333-353
- Topaloğlu, Melih and Hakan Koç, (2002) *Ofis Yönetimi: Kavramlar ve İlkeler* [Office Managemet: Concepts and Principles], Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Turkish Statistical Institute Official Web site: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ucretli-Calisan-Istatistikleri-Eylul-2021-37506>
- Turner, John. C., (1985) “Social categorization and the self-concept: A social-cognitive theory of group behavior”, *Advances in group processes: Theory and research*, (eds) E. J. Lawler Vol. 2, CT: JAI Press, Greenwich s. 77-122.
- Turner, John. C., Michael A. Hogg, Penelope J. Oakes, Stephen D. Reicher, and Margaret S. Wetherell, (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*, Blackwell, . Oxford & New York
- Turunç, Ömer, (2011) “The effect of organizational justice on organizational identification and turnover intention: The mediation role of identification”, *The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13 (1), 143-166
- Tüzün, İpek. and İrfan Çağlar, (2008) “The concept of organizational identification and the relationships of organizational communication”, *Journal of Yasar University*, 3(9), 1011-1027
- Tüzün İpek and Çağlar İrfan, (2009) “Investigating the Antecedents of Organizational Identification”, *Journal of Dogus University*, 10(2), 284-293.
- Van Maanen, John and. Edgar H. Schein, (1979) “Toward of Theory of Organizational Socialization”, *Research in Organizational Behavior*, 1, 209-264.
- Wachtfogel, Marc, (2009) “Organizational Socialization, Person–Environment Fit and Commitment of Recent College Graduates”, Unpublished Doctoral Dissertation. New York University Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development.
- Wetherell, Margaret, (1996) “Group conflict and the social psychology of racism” *Identities, groups and social issues* , (ed.) M. Wetherell,. Sage Publications, Inc, Open University Press, ss. 175–238
- Whetten, David. A. and Alison Mackey, (2002) “A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation”, *Business & Society*, 41(4), 393-414
- Wieseke, Jan., Michael Ahearne, Son Lam, and Rolf van Dick, (2009) “The Role of Leaders in Internal Marketing”, *Journal of Marketing*, 73(2), 123-145
- Yamane, Taro , *Temel Örneklem Yöntemleri*. çev. Alptekin Esin (2001), Literatür Yay, İstanbul
- Yaşlıoğlu, Murat, (2017) “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”, *Istanbul University Journal of the School of Business*, 46 (Special Iss), 74-85.
- Yazıcıoğlu, İrfan, (2014) “Örgütlerde İş Tatmini ve İşgören Performansı İlişkisi: Türkiye ve Kazakistan Karşılaştırması”. *Bilig*, 55, 243-264.
- Yi, Xiang and Jin Feng Uen, (2006) “Relationship between organizational socialization and organization identification of professionals: Moderating effects of Personal Work Experience and Growth Need Strength”, *The Journal of American Academy of Business*, 10 (1), 362–371.

Göçün Ekonomik Büyümeye Etkileri: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi

Effects of Migration on Economic Growth: Panel Data Analysis On Selected Countries

Sevilay KONYA *
Esra KABAKLARLI **

ÖZ

Göç, son yıllarda sık sık tartışılan konulardan biridir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı seçilmiş ülkelerde göçün ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada göç ve ekonomik büyüme ile ilgili ampirik literatür incelenerek farklı ülkeler üzerinden örnekler verilmektedir. Göçün seçilmiş ülkelerin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, 2006–2017 dönemine ait verilerle tahmin edilmektedir. Ülke seçiminde 2011 yılından itibaren en fazla Suriyeli mülteci alan ülkeler kriteri dikkate alınmıştır. Bu kapsamda analizde Türkiye, Lübnan, Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya, Amerika ve Kanada'ya ait veriler kullanılmıştır. Çalışmamızın sonucunda ülkeye gelen mültecilerin ekonomik büyüme katkısının pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı olduğu belirlenmiştir. Ülkeye gelen mülteci sayısında %1 oranında artış ekonomik büyüme oranında %0.01'lik artışa sebep olmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Ekonomik Büyüme, Göç, Panel Veri Analizi

ABSTRACT

Migration is one of the topics that has been discussed frequently in recent years. Therefore, the aim of this study is to reveal the effect of migration on economic growth in selected countries. In the study, empirical literature on migration and economic growth is examined and examples are given from different countries. The effects of migration on economic growth of selected countries are estimated with data for the period 2006–2017. In country selection, the criteria of countries receiving the highest number of Syrian refugees since 2011 have been taken into account. In this context, data from Turkey, Lebanon, Jordan, Germany, Iraq, Egypt, Sweden, Austria, America and Canada were used in the analysis. As a result of our study, it was determined that the contribution of refugees to the country's economic growth was positive and statistically significant. An increase of 1% in the number of refugees coming to the country causes an increase of 0.01% in the economic growth rate.

KEYWORDS

Economic Growth, Migration, Panel Data Analysis

<i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 14.12.2021		<i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 27.02.2023
<i>Atıf</i>	Konya, S. ve Kabaklarlı, E. (2023). Göçün Ekonomik Büyümeye Etkileri: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 20-34.	

* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Taşkent Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, sevilaykonya@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0483-4139

** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, etalasli@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7205-8584

GİRİŞ

Göç, kişi ya da grupların yerleşmek amacı nedeniyle bir yerden başka bir yere hareketi olarak adlandırılmaktadır. Göç, geçici olabileceği gibi sürekli de olabilmektedir. Bu olgu ulusal sınırlar içinde olabileceği gibi uluslararası sınırlar dışında da olabilir. Başka bir ifade ile de göç, sosyal, siyasal ve ekonomik sebepler nedeniyle bireylerin yer değiştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Gençler, 2002: 28). Bir başka tanıma göre ise göç, sürekli yerleşenler, sürekli profesyonel çalışanlar, sürekli sözleşmeli işçiler, sığınmacılar, yasadışı veya gizli çalışanlar, mülteciler olarak altı kategoride toplanmaktadır (Aksoy, 2012: 294).

Göç, ekonomik büyümeye yön vermektedir. Beşeri sermaye ve bilgi birikiminin sınır ötesi hareketliliği hem göç alan hem de göç veren ülkelerde sosyal ve ekonomik anlamda etki oluşturmaktadır. Etkinin düzeyi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Böyle bir durumda ülkenin işgücü arzı önemlilik arz etmektedir. Göç alan ülke nitelikli işgücünü çekiyorsa ekonomik büyümeye olumlu anlamda katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda göçmenler ev sahibi ülkeye beşeri sermaye açısından katkı sağlamaktadır. Göç veren ülke açısından ise ülkelerin ekonomik anlamda kazancı döviz gelirleri açısından olmaktadır. Göçün işgücü açısından niteliğine göre büyüme üzerinde pozitif etkisinin olup olmadığı eğitim, demografik faktörler, doğurganlık oranları gibi etmenlere göre belirlenmektedir (Göv ve Dürrü, 2017: 492).

Bu teorik bilgiler açısından işgücünün büyüme üzerindeki olumlu etkisinin olduğunu savunan pek çok teori bulunmuş ve emek verimliliğine yönelik çeşitli değerlendirmelerde bulunulmuştur. Göçmenlerin göç ettikleri ülkelere muhtemel etkileri açısından pek çok yaklaşım bulunmakta iken, kendi ülkelerinin ekonomilerine ilişkin etkilerine yönelik az sayıda yaklaşım söz konusudur (Sevinç vd., 2014: 398). Neoklasik yaklaşıma göre, işgücü geliri düşük bölgelerden geliri yüksek bölgelere kayarak kişi başına gelirin net iç göç veren bölgelerde zamanla artmasına ve net iç göç alan bölgelerde zamanla azalmasına neden olmaktadır (Kırdar ve Saraçoğlu, 2012: 2).

Göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler ekonomistler ve politika yapıcılar tarafından sıkça tartışılan konulardan biri olsa da ilişkinin yönü net olarak açıklanamamıştır. Bu etkinin net olarak açıklanamamasının nedeni göç veren ve göç alan ülke ya da bölgelerde etkinin farklı şekilde çıkmasından kaynaklanabilir. Bu çalışma ile literatürdeki eksikliğin giderilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle çalışmamızın amacı, ekonomik büyüme ve göç arasındaki ilişkiyi Türkiye'nin ilk sırada yer aldığı, en fazla Suriyeli göçmene ev sahipliği yapan ülkeler üzerinde araştırmaktır. Bu ülkeler Türkiye, Lübnan, Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya Amerika ve Kanada olarak sıralanabilir. Panel veri analizi uygulanan çalışma, 2006-2017 dönemini kapsamaktadır.

1. SEÇİLMİŞ ÜLKELERDE GÖÇ İSTATİSTİKLERİ

Göç olgusu son yıllarda tartışılan konuların başında gelmektedir. Suriyeli göçmenler Suriye'de patlak veren iç savaş sonrasında 29 Nisan 2011 yılı itibarıyla farklı ülkelerin sınırlarına girmeye başlamıştır. Pek çok Suriyeli göçmen farklı ülkelerde ikamet izniyle yaşamaktadır. Tablo 1'de Türkiye, Lübnan, Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya, Amerika ve Kanada'ya ait net göç istatistikleri gösterilmektedir.

Tablo 1. Net Göç İstatistikleri

Yıllar	Ülkeler	Net Göç
2012	Türkiye	1 763 078
2017		1 419 610
2012	Lübnan	1 192 354
2017		-150 060
2012	Ürdün	1 056 759
2017		51 099
2012	Almanya	1 938 576
2017		2 719 112
2012	Irak	1 303 607
2017		39 171
2012	Mısır	-280 944
2017		-190 164
2012	İsveç	253 958
2017		200 000
2012	Avusturya	267 172
2017		324 998

2012	Amerika	4 961 716
2017		4 774 029
2012	Kanada	1 241 416
2017		1 210 159

Kaynak: World Bank

Net göç istatistikleri incelendiğinde, 2012 yılında Türkiye’de 1 763 078 olan net göç istatistiği 2017 yılında azalarak 1 419 610 olarak gerçekleşmiştir. Lübnan’da 2012 yılında net göç istatistik değeri pozitif değer alırken 2017 yılında söz konusu istatistik negatif değer almıştır. Almanya ve Avusturya’da değer net göç istatistiği 2012 yılından 2017 yılına artış kaydetmiştir.

Tablo 2. Sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu (2011-2020)

Yıllar	Ülkeler	Sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu
2011	Türkiye	14 457
2012		267 063
2013		609 931
2014		1 587 365
2015		2 541 348
2016		2 869 419
2017		3 480 350
2018		3 681 688
2019		3 579 531
2020		3 652 362
2011	Lübnan	445 139
2012		575 465
2013		1 303 867
2014		1 606 698
2015		1 529 213
2016		1 476 623
2017		1 468 431
2018		1 424 728
2019		1 392 174
2020		1 349 955
2011	Ürdün	2 430 580
2012		2 337 341
2013		2 712 877
2014		2 771 492
2015		2 808 343
2016		2 860 679
2017		2 897 751
2018		2 957 877
2019		2 966 079
2020		3 009 517
2011	Almanya	571 672
2012		589 735
2013		187 545
2014		216 956
2015		316 098
2016		669 468
2017		970 357
2018		1 063 835
2019		1 146 682
2020		1 210 636
2011	Irak	35 184
2012		98 818
2013		246 294
2014		271 137
2015		277 702
2016		261 863

2017		277 668
2018		283 018
2019		273 986
2020		270 392
2011	Mısır	95 078
2012		109 923
2013		230 070
2014		236 085
2015		212 492
2016		213 515
2017		232 647
2018		246 746
2019	İsveç	258 391
2020		272 856
2011		86 603
2012		92 869
2013		114 172
2014		142 197
2015		169 516
2016		230 158
2017	Avusturya	240 954
2018		248 210
2019		253 787
2020		248 425
2011		47 055
2012		51 707
2013		55 575
2014		60 724
2015	Amerika	72 198
2016		93 242
2017		115 252
2018		128 779
2019		135 951
2020		141 866
2011		264 752
2012		262 006
2013	Kanada	263 653
2014		267 214
2015		273 198
2016		272 963
2017		287 135
2018		313 242
2019		341 715
2020		340 881
2011	Kanada	164 879
2012		163 751
2013		160 347
2014		149 164
2015		135 890
2016		97 322
2017		104 768
2018		114 101
2019		101 757
2020		109 264

Kaynak: World Bank

Tablo 2’de 2011-2020 döneminde sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu analize konu olan 10 ülkede gösterilmektedir. Türkiye’de sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu 2020 yılında 2011 yılına kıyasla artış kaydetmiştir. Lübnan’da 2011 yılından 2014 yılına kadar sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu artış kaydetmiş, 2014 yılından 2020 yılına kadar azalmıştır. Ürdün, Almanya,

Irak, Mısır, İsveç, Avusturya, Amerika ve Kanada’da 2020 yılında 2011 yılına kıyasla sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu artış kaydetmiştir. Tablo 3’de menşe ülke veya bölgeye göre mülteci nüfusu 2011-2020 dönemi için gösterilmiştir.

Tablo 3. Menşe ülke veya bölgeye göre mülteci nüfusu (2011-2020)

Yıllar	Ülkeler	Sığınma ülkesine veya bölgesine göre mülteci nüfusu
2011	Türkiye	139 764
2012		135 355
2013		66 558
2014		63 882
2015		59 545
2016		57 915
2017		61 383
2018		68 900
2019		83 239
2020		93 738
2011	Lübnan	15 004
2012		15 100
2013		3 809
2014		4 262
2015		4 353
2016		4 719
2017		5 302
2018		5 621
2019		5 647
2020		5 495
2011	Ürdün	2 244
2012		2 363
2013		1 622
2014		1 711
2015		1 836
2016		1 919
2017		2 119
2018		2 426
2019		2 313
2020		2 489
2011	Almanya	169
2012		174
2013		164
2014		170
2015		153
2016		67
2017		66
2018		61
2019		69
2020		76
2011	Irak	1 428 306
2012		746 204
2013		401 461
2014		369 960
2015		264 086
2016		316 056
2017		362 536
2018		372 332
2019		336 274
2020		333 418
2011		7 924
2012		10 013

2013	Mısır	12 804
2014		15 899
2015		17 929
2016		19 792
2017		22 106
2018		24 850
2019		27 416
2020		26 604
2011	İsveç	23
2012		21
2013		18
2014		18
2015		18
2016		13
2017		14
2018		16
2019		13
2020		8
2011	Avusturya	10
2012		15
2013		5
2014		5
2015		..
2016		..
2017		10
2018		24
2019		18
2020		33
2011	Amerika	3 775
2012		4 454
2013		4 755
2014		4 980
2015		4 824
2016		302
2017		310
2018		333
2019		298
2020		369
2011	Kanada	108
2012		121
2013		94
2014		89
2015		73
2016		76
2017		75
2018		81
2019		71
2020		85

Kaynak: World Bank

Tablo 3 incelendiğinde, menşe ülke veya bölgeye göre mülteci nüfusunun analize konu olan ülkeler arasında en az olduğu ülkeler Almanya, İsveç, Avusturya ve Kanada olduğu görülmektedir. Tablo 4'te 2015 yılı itibarıyla uluslararası göçmen stoku nüfusun yüzdesi ve toplam olarak gösterilmektedir.

Tablo 4. Uluslararası göçmen stoku (nüfusun yüzdesi ve total), 2015

Ülkeler	Uluslararası göçmen stoku (nüfusun yüzdesi)	Uluslararası göçmen stoku (total)
Türkiye	3,769001	2 964 916
Lübnan	34,14568	1 997 776

Ürdün	40,97711	3 112 026
Almanya	14,87905	12 005 690
Irak	0,971576	353 881
Mısır	0,537267	491 643
İsveç	16,76756	1 639 771
Avusturya	17,46573	1 492 374
Amerika	14,49065	46 627 102
Kanada	21,80166	7 835 502

Kaynak: World Bank

Tablo 4 incelendiğinde, toplam nüfus içerisinde en az göçmen nüfusa sahip ülke Mısır (%0,537)'dir. Mısır'ı sırasıyla Irak ve Türkiye izlemektedir.

Tablo 5. Ülkelerde bulunan Suriyeli mülteci sayısı (1995-2018)

Ülke	Yıl	Suriyeli Mülteci Sayısı
Türkiye	2006	2
	2007	5
	2008	12
	2009	8
	2010	9
	2011	19
	2012	248 466
	2013	585 601
	2014	1 557 899
	2015	2 503 549
	2016	2 823 987
	2017	3 424 237
	2018	3 622 366
	2019	3 576 370
	2020	3 641 370
Lübnan	2006	6
	2007	48
	2008	84
	2009	90
	2010	64
	2011	124
	2012	126 939
	2013	851 284
	2014	1 147 494
	2015	1 062 690
	2016	1 005 503
	2017	992 127
	2018	944 181
	2019	910 586
	2020	865 300
Ürdün	2006	42
	2007	41
	2008	44
	2009	138
	2010	198
	2011	193

	2012	238 798
	2013	585 304
	2014	623 112
	2015	628 223
	2016	648 836
	2017	653 031
	2018	676 283
	2019	654 692
	2020	662 790
Almanya	2006	5 844
	2007	6 996
	2008	8 205
	2009	10 217
	2010	10 518
	2011	10 155
	2012	18 165
	2013	21 253
	2014	40 994
	2015	115 604
	2016	375 122
	2017	496 674
	2018	532 065
	2019	572 818
	2020	605 338
Irak	2006	663
	2007	590
	2008	534
	2009	757
	2010	254
	2011	323
	2012	63 586
	2013	212 809
	2014	234 196
	2015	244 642
	2016	230 836
	2017	247 057
	2018	252 526
	2019	245 810
	2020	242 163
Mısır	2006	5
	2007	5
	2008	9
	2009	9
	2010	8
	2011	9
	2012	12 836
	2013	131 659
	2014	138 381
	2015	117 635

	2016	116 013
	2017	126 688
	2018	132 871
	2019	129 210
	2020	130 577
İsveç	2006	1 065
	2007	1 081
	2008	1 084
	2009	1 118
	2010	1 169
	2011	1 206
	2012	6 051
	2013	17 984
	2014	34 285
	2015	52 707
	2016	96 914
	2017	103 614
	2018	109 343
	2019	113 418
	2020	114 609
Avusturya	2006	167
	2007	255
	2008	333
	2009	385
	2010	505
	2011	903
	2012	1 675
	2013	2 748
	2014	6 653
	2015	14 894
	2016	30 958
	2017	43 888
	2018	49 179
	2019	51 955
	2020	54 903
Amerika	2006	423
	2007	344
	2008	320
	2009	341
	2010	312
	2011	373
	2012	1 425
	2013	3 802
	2014	4 750
	2015	5 651
	2016	6 444
	2017	7 282
	2018	7 998
	2019	8 449

	2020	8 616
Kanada	2006	415
	2007	624
	2008	603
	2009	577
	2010	545
	2011	547
	2012	533
	2013	592
	2014	705
	2015	1 513
	2016	2 757
	2017	3 095
	2018	3 558
	2019	5
	2020	131

Kaynak: Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR), <https://www.unhcr.org/refugee-statistics/download/?url=9Drq0B>

Suriye’de Arap Baharının ardından rejim karşıtı gösteriler başlamıştır. Bu gösteriler dünyanın en büyük mülteci akımlarından birini başlatmıştır. Milyonlarca Suriyeli göç etmek zorunda kalmış ve yarım milyon insan ölmüştür (Kabaklı, 2016: 57). Tablo 5’e göre Türkiye’de 2006 yılındaki Suriyeli mülteci sayısı sadece 2 iken 2012 yılında ciddi bir artış göstermiştir. 2021 yılında ise Türkiye’de bulunan Suriyeli mülteci sayısı 3 641 370 kişi olmuştur. Lübnan’da 2006-2020 döneminde bulunan Suriyeli mülteci sayısı 2014 yılına kadar artış göstermiş ve 2014 yılından sonra azalma kaydetmiştir. Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya ve Amerika’da bulunan Suriyeli mülteci sayısı 2006 yılına kıyasla 2020 yılında önemli artış kaydetmiştir. Kanada’da 2006-2020 döneminde bulunan Suriyeli mülteci sayısı en az 2019 yılında gerçekleşmiştir.

2. LİTERATÜR

Göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi açıklayan çalışma sayısı hem sayıca az hem de ekonometrik yöntem açısından kısıtlı kalmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın başlığı ile uyumlu olarak göç ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen literatür kısaca açıklanacaktır.

Walz (1993), hem ev sahibi hem de kaynak ülkelerdeki göçün ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Hem ev sahibi hem de kaynak ülkelerde göçün ekonomik büyümeyi arttırdığı sonucunu bulmuştur. Dolado, Goriho ve Ichino (1994), 1960-1985 dönemi için 23 OECD ülkesinde göç, ekonomik ve beşeri büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Solow-Swan modelinin beşeri sermaye ile genişletilmesinden sonra göç modele eklenmiştir. Yazarlara göre, göçün ekonomik büyümeye etkisi beşeri sermayeye bağlı olarak ortaya çıkmakta, beşeri sermaye düzeyi ne kadar yüksek olursa, göçün ekonomik büyümeye etkisi o kadar yüksek olmaktadır. Jennisen (2003), 1960–1998 döneminde Batı Avrupa’da ekonomik belirleyicilerin net uluslararası göç üzerindeki etkisini tahmin etmeyi amaçlamıştır. Çalışmasında net göç oranları (yani, nüfus artışı eksi doğal artış, yıl ortası nüfusa bölümü) bağımlı değişkeni; kişi başına düşen GSYİH, işsizlik ve nüfusun ortalama eğitim düzeyi (beşeri sermaye miktarı) ekonomik belirleyicileri oluşturmaktadır. Çalışmasında yöntem olarak ülkelere özgü analizlerde zaman serisi regresyon modelleri ve havuzlanmış bir kesit zaman serisi analizi kullanmıştır. Çalışmanın sonucunda kişi başına düşen GSYİH’nın bir ülkenin net uluslararası göçü üzerinde olumlu bir etkisi ve işsizliğin olumsuz bir etkisi olduğunu belirlemiştir. Brüzker ve Schröder (2006), çalışmalarında göçün makroekonomik belirleyicilerini teorik ve ampirik açıdan incelemişlerdir. 1967-2009 dönemini kapsayan çalışmalarında Almanya’yı ele almışlardır. Değişken olarak göç stokları, kişi başına GSYH, istihdam oranı, geçmeli göçmen stokları arasındaki ilişkiyi eşbütünlüşme analizi yöntemiyle araştırmışlardır. Değişkenler arasında eşbütünlüşme ilişkisi belirlemişlerdir.

Chen (2006), ABD ve Filipinler için uluslararası göçün ekonomik büyüme üzerindeki etkisini stokastik dinamik modelleme yöntemi ile araştırmıştır. Doğurganlık ve eğitim harcamalarında uluslararası göçün etkili olmasından dolayı ekonomik büyüme ile ilişki içerisinde olduğunu ifade etmiştir. Morley (2006), çalışmasında 1930-2002 dönemini ele alarak, Avustralya, Kanada ve ABD’de sınır testi (ARDL) yaklaşımı ile göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda uzun dönemde ekonomik büyümeden göçe doğru nedensellik ilişkisi belirlemiştir. Felbermayr, Hiller ve Sala (2010), ev sahibi ülkede

göçmen nüfus ile kişi başına gelir arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. İki değişken arasında pozitif ilişki belirlemişlerdir.

Mayda (2010), 1980-1995 dönemi için 14 OECD ülkesine göç akışının belirleyicilerini menşe ülkeye göre ampirik olarak araştırmış ve hedef ve kaynak ülkelerdeki ortalama gelir ve gelir dağılımının göç üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Ayrıca coğrafi, kültürel ve demografik faktörlerin etkisinin yanı sıra hedef ülkelerin göç politikalarındaki değişikliklerin oynadığı rolü de incelemiştir. Çalışmanın sonucunda hedef ülkedeki fırsatların, göç oranlarını önemli ölçüde artırdığını bulmuştur. Aynı zamanda kaynak ülkedeki çalışan başına düşen GSYİH seviyeleri negatif olduğunu fakat hedef ülkedeki pozitif etkiye göre önemsiz ve küçük olduğunu belirlemiştir. Naudé (2010), 1965-2005 döneminde 45 Sahra Altı Afrika (SSA) ülkesinde göçün belirleyicilerini incelemiştir. Göçün önemli belirleyicilerinin silahlı çatışma ve iş fırsatlarının olmaması olarak belirlemiştir. Çalışmanın sonucunda ek bir çatışma yılının, göçü 1.000 kişi başına 1,7 artıracağı tahmin edilirken, göreceli büyümede ilave %1'lik bir azalmanın, göçü 1000 kişide 1,5 oranında azalttığını bulmuştur.

Boubtane, Coulibaly ve Rault (2012), 1987-2009 dönemi için 22 OECD ülkesinde göç, işsizlik ve büyüme arasındaki ilişkiyi panel VAR analizi tekniği ile sınıamışlardır. Göçün ev sahibi ülkede kişi başına GSYH'ya pozitif katkıda bulunduğunu ifade etmiştir. Kişi başına GSYH ile göç arasında çift taraflı ilişki belirlemişlerdir. Maria ve Lazarova (2012), 1990-2000 dönemi için 130 gelişmekte olan ülkeyi ele almışlardır. Regresyon ve simülasyon analizi uyguladıkları çalışmalarında ekonomik büyüme, beşeri sermaye ve göç ilişkisini incelemişlerdir. Göçün beşeri sermaye üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkisini belirlemişlerdir. Aynı zamanda göçün büyüme üzerinde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ortega ve Peri (2013), çalışmalarında ticaret, göç ve kişi başına gelir arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda uzun dönemde göçün kişi başına gelir üzerinde olumlu etkisinin olduğu sonucunu bulmuşlardır. Ticari açıklığın gelir üzerinde bir etkisini bulamamışlardır. Göçün etkisinin üretken becerilerdeki çeşitliliği ve bir dereceye kadar daha yüksek bir inovasyon oranını yansıtan toplam faktör verimliliğindeki bir atışla çalıştığını göstermişlerdir. Boubtane, Dumont ve Rault (2014), çalışmalarında 1986-2006 dönemi için 20 OECD ülkesinde göçün ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Panel VAR GMM yöntemi uyguladıkları çalışmanın sonucunda göçmenlerin beşeri sermayesinin ekonomik büyümeye olumlu katkı sağladığını belirlemişlerdir.

Docquier vd. (2014) 2000-2010 dönemi için 138 menşe ülke ve 30 ana destinasyon ev sahibi ülkeye ait veriler ile analiz yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda önceki göçmenler ağının boyutunun ve varış noktasında kişi başına ortalama gelirin, potansiyel göçmen havuzunun boyutunun çok önemli belirleyicileri olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca hedef ülkedeki ekonomik büyüme, belirli bir potansiyel göçmen havuzu için göç fırsatlarının ana ekonomik üreticisi olduğunu bulmuşlardır. Sevinç vd. (2016), gelişmekte olan 18 ülkede 1962-2012 dönemine ait 5 yıllık ortalama veriler ile göç ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda göçün ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etkisi olduğunu bulmuşlardır. Yazarlar, nitelikli insan sermayesi ve beyin göçünün ülkelerin ekonomik kalkınması için önemli sonuçları olduğunu ifade etmişlerdir. Göv ve Dürrü (2017), seçilmiş 7 OECD ülkesinde ekonomik büyüme ve göç arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Dumitrescu ve Hurlin nedensellik analizi uyguladıkları çalışmanın sonucunda göçten ekonomik büyümeye tek taraflı nedensellik bulmuşlardır. Grau ve Lopez (2017) Avrupa'da göçü belirleyen temel değişkenleri analiz etmiştir. Söz konusu değişkenler ekonomi, nüfus, sağlık ve çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili konular çerçevesinde oluşmuştur. Ampirik analiz iki veri setinden oluşur: tüm AB üye ülkeleri (AB-28) ve Avro Bölgesi'nin (AB-19) bir parçasını oluşturan diğer ülkeler. 2000-2014 dönemi için GMM testi uygulamışlardır. Çalışmanın sonucunda GSYİH ve kamu borcu ile ilgili değişkenlerin büyük ölçüde krizden bu yana (2008-2014) göç seviyesini haklı çıkarmaya hizmet ederken, yaşam beklentisi ve kirlilik seviyelerinin belirleyici faktörler olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca, Euro bölgesindeki ülkelerin, çalışılan değişkenlerdeki değişikliklere tüm ülkelere kıyasla daha duyarlı olduğunu AB üye ülkeleri ve dolayısıyla AB-19 ülkeleri arasındaki göçün etkisi daha belirgin olduğunu belirtmişlerdir.

Drazenovic vd. (2018) 2000-2016 döneminde Hırvatistan'dan ve diğer yeni AB üye ülkelerinden AB'ye katılımlarından sonra ana AB ülkelerine göç akışlarını analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda hem ekonomik (farklı GSYİH ve işgücü piyasası göstergeleri ile ölçülen) hem de ekonomik olmayan faktörlerin (AB üyeliğini yakalamak, ekonomideki yolsuzluk düzeyi ve menşe ülke nüfusunun demografik özellikleri) göç kararlarıyla ilgili olduğunu belirlemiştir. Kang ve Kim (2018), göçün ekonomik büyüme üzerindeki heterojen etkilerini hem menşe hem de hedef ülkeler açısından incelemişlerdir. GMM yöntemi denedikleri çalışmanın sonucunda gelişmiş ülkelerde göçün ev sahibi ülkelerin ekonomik büyümesini artırıcı etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Öztürk ve Altınöz (2020), 2000-2017 dönemi için G7 ülkelerinde uluslararası göç hareketlerinin temel makroekonomik göstergeler ile ilişkisini araştırmışlardır. Panel ARDL analiz yöntemi uyguladıkları çalışmanın sonucunda uzun dönemde ekonomik küreselleşme ve kişi başına GSYH'daki artışların G7 ülkelerine yönelik göçün çekici unsurları oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

Göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri açıklayan ampirik çalışmalar son derece azdır. Göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri açıklayan çalışmaların uzun dönemli ilişki ve nedensellik analizi çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Literatürdeki çalışmaların sonuçları göçün ekonomik büyümeyi olumlu etkileyeceği ve göçün ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkileyeceği yönünde olmuştur.

3. PANEL VERİ ANALİZİ

Çalışmamızda 2011 yılında patlak veren Suriye iç savaşının yarattığı göçün ekonomik büyümeye etkisini ölçmek için en çok Suriyeli mülteciye ev sahipliği yapan 10 ülke seçilmiştir. Bu ülkeler Türkiye, Lübnan, Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya, Amerika ve Kanada olarak sıralanabilir. Ülkelere ait Suriyeli mülteci verilerinin sağlıklı şekilde elde edilebildiği 2006-2017 dönemi analizde ele alınmıştır. Panel veri analizlerinde kukla değişken kullanılarak modele katılmayan ancak her bireysel yatay kesit verisi için zamanla değişmeyerek sabit kalarak birimler üzerinde etkisi bulunan faktörler hesaplanabilmektedir. Çalışmamızda 2011 yılına kukla değişken eklenerek Suriye iç savaşının modelde yer alan birimler üzerinde etkisi büyüme ve göç arasındaki ilişki çerçevesinde incelenmiştir.

Panel veriler için bireysel yatay kesit birimlerine özgü olan ancak zaman içinde sabit kalan bu ihmal edilmiş değişkenlerin etkilerine izin vermek için kukla değişkenleri modele katılmaktadır (Hsiao, 2003).

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + u_{it}, \quad i = 1, \dots, N, t = 1, \dots, T, \quad (1)$$

Modelde (1) yer alan u_{it} birim ve zaman etkisi dışında, ihmal edilen değişkenlerin modelde yarattığı etkileri temsil etmektedir.

Tablo 6. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem	Ortalama	Standart Hata	Minimum	Maksimum
lngdp	120	9.485059	1.193849	7.070778	10.85104
lngöç	120	8.1641	3.697844	.6931472	15.04639
dummy	120	.5833333	.4950738	0	1

Tablo 6’da modelde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait özet istatistikler yer almaktadır. lngöç değişkinini temsil eden; ülkelere sığınmacı statüsünde gelen Suriyeli mülteci istatistikleri, Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği nüfus istatistikleri (UNHCR Population Statistics) veri tabanından elde edilmiştir. lngdp değişkinini temsil eden kişi başına gelir istatistiği (national income per capita, current US\$) Amerikan doları cinsinden Dünya bankası veri tabanından sağlanmıştır.

Tablo 7. Yatay Kesit Bağımlılık Testi Sonuçları

Test	İstatistik	Olasılık değeri
LM	266.9	0.0000
LM adj*	41.74	0.0000
LM CD*	14.98	0.0000

H0: $Cov(u_{it}, u_{jt}) = 0$ bütün t ve i’ler için.

Birinci aşamada birimler arası korelasyonun varlığı yatay kesit bağımlılığı araştıran testler ile incelenmiştir. Tablo 7’de yer alan yatay kesit bağımlılığı testinin sonucunda, boş hipotez reddedilmiştir. Yani birimler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı kabul edilmiştir. İkinci aşamada yatay kesit bağımlılığını dikkate alan Pesaran (2007) CIPS birim kök testi ile yatay kesit bağımlılığının olmadığı hipotezine dayanan Maddala ve Wu (1999) panel birim kök testi uygulanmaktadır. Birinci ve ikinci nesil panel birim kök testi bir arada Tablo 3’de raporlanmaktadır.

Tablo 8. Panel Birim Kök Testleri Sonuçları

Yöntem		Maddala ve Wu (1999)		Pesaran (2007)	
H ₀ : Birim kök var		Ki-Kare İstatistiği	Olasılık	Zt Bar İstatistiği	Olasılık
İngöç	Sabit	3.089	1.000	12.533	1.000
	Sabit ve Trend	10.991	0.946	-0.478	0.316

lnGDP	Sabit	37.376	0.011	12.533	1.000
	Sabit ve Trend	23.837	0.250	-0.592	0.277
H ₀ : Birim kök var		Ki-Kare İstatistiği	Olasılık	Zt Bar İstatistiği	Olasılık
dlnğöç	Sabit	34.268	0.024	-4.769	0.000
	Sabit ve Trend	17.361	0.629	-3.894	0.000
dlnGDP	Sabit	60.393	0.000	-2.304	0.011
	Sabit ve Trend	38.962	0.007	-0.641	0.261

Panel birim kök testi sonuçlarına göre modelde kullanılan lnğöç ve lnGDP değişkenlerinin birim kök içerdiği ve birinci farklarında durağan oldukları görülmektedir. Yatay kesit bağımlılığını göz önüne alan Pesaran (2007) CIPS birim kök testi sonuçlarına göre her iki değişken de sabitli modelde fark durağandır.

Tablo 9. Sabit ve Tesadüfi Etkiler Modeline Göre Regresyon Sonuçları

Cross-section random effects test comparisons:				
chi2(3) = 0.00 Prob > chi2 = 0.99	Regresyon Modeli	Regresyon Modeli	Hausman Testi	
Değişken	Fixed (Sabit Etkiler Modeli)	Random (Tesadüfi Etkiler Modeli)	Var(Diff.)	Prob.
lnğöç	0.0118	0.0118231	0.000011	0.00048
kukla	0.1377	0.1378473	-0.000057	0.0034
sabit	9.3080	9.3089123		

Modelimiz sırasıyla Sabit Etkiler ve Rassal Etkiler Modelleriyle tahmin edilip ampirik sonuçların spesifikasyona göre farklılık gösterip göstermediği incelendikten sonra tanı testleri yapılmıştır. Hangi panel modelinin tahmin edilen parametrelerin istenilen özellikleri açısından tercih edilir olduğu tespit edilmiştir. Bunun için Hausman test istatistiği kullanılmaktadır (Hsiao, 2003).

Tablo 9’da yer alan, Hausman testinin boş hipotezi, açıklayıcı değişkenler ve birim etki arasında korelasyon yoktur şeklinde kurulmaktadır. Bu durumda her iki tahminci de tutarlı olduğundan sabit ve tesadüfi etkiler tahmincileri arasındaki farkın çok küçük olacağı beklenmektedir. Bu durumda tesadüfi etkiler tahmincisi daha etkin olduğundan kullanımı uygun olacaktır (Tatoğlu, 2016).

Tesadüfi etkiler tahmincisi ile elde edilen regresyonun LM otokorelasyon testi sonuçlarına göre; otokorelasyon katsayısı (lambda,p) sıfıra eşit olduğu (H₀:p=0) şeklindeki hipotezin kabul edildiği görülmektedir. Bu durumda modelde otokorelasyon problemi bulunmamaktadır (Tablo 10).

Tablo 10. Tesadüfi Etkiler Modelinde Otokorelasyonun LM Testi ile Sınanması

	Var	sd = sqrt(Var)
lngdp	1.425276	1.193
e	0.020	0.141
u	1.726362	1.3139109
Serial Correlation: ALM(lambda=0)=1.85 Pr>chi2(1) = 0.1735		

$$\text{Lmgdp} = 9.3080 + 0.0118\text{Lmgöç} + 0.1377\text{ kukla}$$

Tesadüfi etkiler modeli kullanılarak elde edilen regresyona göre; analizde ele alınan ülkelerde, ülkeye gelen mülteci sayısında %1 oranında artış, ilgili ülkelerin ekonomik büyüme oranında %0.01’lik artışa neden olmaktadır. 2011 yılı sonrasında ortaya çıkan Suriye iç savaşını temsil eden kukla değişkeni istatistiksel olarak anlamlı ve beklentiye uygun olarak pozitiftir. Bunun anlamı 2011 yılında Suriye’de meydana gelen iç savaş ele alınan ülkelerin ekonomik büyüme oranında pozitif ve anlamlı bir etkiye bulunmaktadır. Modelin bütünündeki katsayıların sıfırdan farklı olup olmadığını ölçen F testi, modelin bir bütün olarak istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan modelde yer alan parametreler tek tek ele alındığında istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada en fazla sayıda mülteciye koruma sağlayan ülke konumunda bulunan Türkiye, bugün 4 milyona yakın mülteciye ev sahipliği yapmaktadır. 2011 yılında Suriye’de ortaya çıkan iç savaş Türkiye’nin milyonlarca mülteciye ev sahipliği yapmasını zorunlu kılmıştır. Çalışmamız göç ve ekonomik büyüme ilişkisini tarihin en büyük mülteci göçünü yaşayan halk olan, Suriyeli mültecilerin ev sahibi ülke ekonomilerine etkisini analiz ederek ele almaktadır.

Çalışmamızda 2011 yılında patlak veren Suriye iç savaşının yarattığı göçün ekonomik büyümeye etkisini ölçmek için en çok Suriyeli mülteciye ev sahipliği yapan 10 ülke seçilmiştir. Bu ülkeler Türkiye, Lübnan, Ürdün, Almanya, Irak, Mısır, İsveç, Avusturya, Amerika ve Kanada olarak sıralanabilir. Ampirik kısmında elde edilen sonuçlar ışığında; ülkeye gelen mültecilerin ekonomik büyümeye katkısı pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Ülkeye gelen mülteci sayısında %1 oranında artış ekonomik büyüme oranında %0.01’lik artışa sebep olmaktadır. Ülkedeki toplam gelirin harcamalar yolu ile hesaplandığı durumda, ülkedeki mültecilerin toplam talep fonksiyonuna pozitif katkısı görülebilir. Üretim yöntemiyle hesaplanan GSYH rakamları için, göçmenlerin üretim fonksiyonuna pozitif katkısı beklenilmektedir. Modelde yer alan kukla değişkeninin pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı olması ile 2011 yılında Suriye’de meydana gelen iç savaşın ele alınan ülkelerin ekonomik büyüme oranında pozitif ve anlamlı bir etkide bulunduğu söylenebilir.

Diğer taraftan göçün makroekonomik boyutları düşünüldüğünde enflasyon üzerinde artırıcı etkisi ve kişi başına kamu harcamaları zorunlu olarak artırması toplam refah seviyesinde azaltıcı etkisini doğurmaktadır. Gelecek çalışmalar için göçün ekonomik büyüme etkisinin yanında makroekonomik boyutları, enflasyon ve yarattığı işsizlik ile birlikte düşünülerek toplam refah seviyesine olan etkisi araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, Zeynep, (2012) “Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(20), s. 292-303.
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR), <https://www.unhcr.org/refugee-statistics/download/?url=9Drq0B>, Son Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Boubtane, Ekrame, Coulibaly, Dramane ve Rault, Christophe, (2012) “Immigration, Growth and Unemployment: Panel VAR Evidence from OECD Countries”, *IZA Discussion Paper No. 6966*, October 2012.
- Boubtane, Ekrame, Dumont, Jean-Christophe ve Rault, Christophe, (2014) “Immigration and Economic Growth in the OECD Countries”, 1986-2006”, *IZA Discussion Paper No. 8681*, November 2014.
- Brücker, Herbert ve Schröder, Philipp J. H., (2006) “International Migration with Heterogeneous Agents: Theory and Evidence”, *IZA Discussion Paper No. 2049*, March 2006.
- Chen, Hung-Ju, (2006) “International Migration and Economic Growth: A Source Country Perspective”, *Journal of Population Economics*, Vol. 19, No. 4, s.725-748, <https://doi.org/10.1007/s00148-005-0023-1>.
- Dolado, Juan, Goría, Alessandra ve Ichino, Andrea, (1994) “Immigration, human capital and growth in the host country”, *Journal of Population Economics*, 7, s.193-215, <https://doi.org/10.1007/BF00173619>.
- Docquier, Frédéric, Peri, Giovanni ve Ruysen, Ilse, (2014) “The Cross-country Determinants of Potential and Actual Migration”, *International Migration Review*, 48, s.37-99.
- Drazenovic, Ivana, Kunovac, Marina ve Pripuzić, Dominik, (2018) “Dynamics and Determinants of Migration - The case of Croatia and Experience of New EU Member States”, *The Twenty-Fourth Dubrovnik Economic Conference*, June 3-5, Dubrovnik, Croatia.
- Felbermayr, Gabriel J., Hiller, Sanne ve Sala, Davide, (2010) “Does immigration boost per capita income?”, *Economics Letters*, 107 (2010), s. 177–179, <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2010.01.017>.
- Gençler, Ayhan, (2002) “Yabancı Kaçak İşçilik Gerçeği ve Türkiye Örneği”, *TÜHİS*, s.28-46.
- Göv, Abdullah ve Dürrü, Zerrin, (2017) “Göç ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Ekonometrik Bir Analiz”, *International Journal Of Economic Studies*, 3(4), s. 491-502.
- Hsiao, Cheng, (2003) *Analysis of Panel Data*, Cambridge University Press.
- Jennissen, Roel, (2003) “Economic Determinants of Net International Migration in Western Europe”, *European Journal of Population*, 19, s. 171-198.
- Kabaklarlı, Esra, (2016) “Mülteci Akımını Belirleyen Faktörlerin Makro Ekonomik Panel Veri Analizi (Ortadoğu ve Türkiye)”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), s. 56-60.
- Kang, Youngho ve Kim, Byung-Yeon, (2018) “Immigration and economic growth: do origin and destination matter?”, *Applied Economics*, 50(46), s. 4968-4984, <https://doi.org/10.1080/00036846.2018.1466987>.
- Kırdar, Murat G. ve Saracoğlu, D.Şirin, (2012) “İç Göç, Bölgesel Yakınsama Sorunu ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği”, *Türkiye Ekonomi Kurumu, TEK Tartışma Metni*, 2012/75.
- Maddala, G.S. ve Wu, Shaowen, (1999) “A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and a New Simple Test”, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, special issue, s. 631- 652, <https://doi.org/10.1111/1468-0084.0610s1631>.
- Maria, Corrado Di ve Lazarova, Emiliya A., (2012) “Migration, Human Capital Formation, and Growth: An Empirical Investigation”, *World Development*, 40(5), s. 938–955, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.11.011>.
- Mayda, Anna Maria, (2010) “International Migration: A Panel Data Analysis of The Determinants of Bilateral Ows”. *Journal of Population Economics*, 23(4), s.1249-1274
- Morley, Bruce (2006), “Causality between economic growth and immigration: An ARDL bounds testing approach”, *Economics Letters*, 90 (2006), s. 72–76, <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2005.07.008>.
- Naudé, Wim (2010), “The Determinants of Migration From Sub-Saharan African Countries”, *Journal of African Economies*, 19(3), s. 330-356.
- Ortega, Francesc ve Peri, Giovanni, (2013) “Migration, Trade and Income”, *IZA Discussion Papers No. 7325*, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn.
- Öztürk, Serdar ve Altınöz, Buket, (2020) “Uluslararası Göç Hareketlerinin Temel Makroekonomik Göstergeler ile İlişkisi: G7 Ülkeleri İçin Panel Veri Analizi”, *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(8) s.86-93.
- Pesaran, M. Hashem, (2007) “A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence”, *Journal of Applied Econometrics*, 22 (2), s.265-312, <https://doi.org/10.1002/jae.951>.
- Sevinç, Haktan, Bozkurt, Eda, Künü, Serkan ve Sevinç, Demet Eroğlu, (2016) “Ekonomik Büyüme ve Göç İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkelere Dayalı Bir Analiz”, *International Conference On Eurasian Economies 2016*, s. 398-403, Kaposvár, Hungary, <https://www.avekon.org/papers/1715.pdf>.
- Tatoğlu, Ferda, (2016) *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı (3. Baskı)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Walz, Uwe, (1993) “On the Growth (Rate) Effects of Migration”, *Tübinger Diskussionsbeiträge*, No. 24, University of Tübingen, School of Business and Economics.
- World Bank, *World Development Indicators*, <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#>, Son Erişim Tarihi: 24.11.2021.

Kargo Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Üçüncü Parti Platformda İncelenmesi

Examination Of Cargo Services On A Third-Party Platform In Terms Of Customer Satisfaction

Berivan KIZILIRMAK *

ÖZ

İnternetin ortaya çıkışı ve iletişim yetenekleri, tüketicilerin kötü deneyimlerini diğer tüketicilerle paylaşmaları için bir dizi şikâyet sitelerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum, bir kuruluşun itibarına zarar verebilirken, şikâyetleri etkin bir şekilde ele almak, şikâyet edenleri geri kazanmak ve etkileşimin gözlemcilerini kazanmak için önemli fırsatlar da sunmaktadır. Tüketiciler hizmet hatalarıyla karşılaştıklarında, davranış değiştirme, satıcıya yönelik bir şikâyet, olumsuz ağızdan ağıza iletişim veya hiçbir şey yapmamak gibi çeşitli seçeneklerle de karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu seçenekler arasında üçüncü şahıs şikâyet davranışları en az kapsamlı olarak araştırılan konu olmuştur. Bu kritik arızaları azaltmak veya ortadan kaldırmak ve hizmet firmalarının uzun vadeli karlarını korumak için, önleyici faaliyeti mümkün kılmak için ana potansiyel arıza modlarının tanımlanması gerekir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de faaliyet göstermekte olan üç kargo firması (Aras, MNG ve Yurtiçi) ile ilgili çevrimiçi müşteri şikâyetlerini kategorize etmek suretiyle, müşteri şikâyetlerinde ağırlık kazanan faktörleri ortaya koymaktır. Araştırma keşifsel bir çalışma olup, www.sikayetvar.com sitesi üzerinden söz konusu üç kargo işletmesi için yapılmış toplamda 300 adet şikâyet, içerik analizi yöntemi kullanılarak MAXQDA programı ile analiz edilmiştir. Şikâyetlerin tekrar etme sıklıklarına bakıldığında; adrese teslimatın yapılmaması, adreste bulunamama ve personelin tutumları ile ilgili şikâyet ettiği belirlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Müşteri Memnuniyeti, Üçüncü Parti Şikâyet Platformu, Kargo Hizmetleri, Kargo Firmaları, Lojistik

ABSTRACT

The emergence of the Internet and its communication capabilities have led to the emergence of a number of complaint sites for consumers to share their bad experiences with other consumers. While this can damage an organization's reputation, it also provides important opportunities to effectively handle complaints, win back complainants, and gain observers of the interaction. When consumers encounter service errors, they are also faced with various options, such as changing behavior, a complaint to the seller, negative word-of-mouth communication, or not doing anything. Among these options, third-party complaint behaviors have been the least Decisively investigated issue. In order to reduce or eliminate these critical malfunctions and preserve the long-term profits of service firms, it is necessary to identify the main potential failure modes in order to make preventive action possible. The purpose of this study; To identify the factors that gain weight in customer complaints by categorizing online customer complaints related to the three cargo companies operating in Turkey (Aras, MNG and Yurtiçi). The research is an exploratory study, www.sikayetvar.com a total of 300 complaints made for the three cargo companies mentioned on the site were analyzed with the MAXQDA program using the content analysis method. Looking at the frequency of recurrence of complaints; it was determined that he complained about the lack of delivery to the address, the inability to be at the address and the attitude of the staff.

KEYWORDS

Customer Satisfaction, Third-Party Complaint Platform, Cargo Services, Cargo Companies, Logistics

Makale Geliş Tarihi / Submission Date	Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance
02.07.2022	12.01.2023
Atıf	Kızılırmak, B. (2023). Kargo Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Üçüncü Parti Platformda İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 26 (1), 35-47.

* Öğr. Gör., İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, berivan.kizilirmak@kavram.edu.tr ,ORCID:0000-0003-1153-2873

GİRİŞ

Çevrimiçi perakendecilik, yeni başlangıcından bu yana katlanarak büyümeye ve gelişmeye devam etmektedir. Bu büyüme ve gelişme beraberinde fiziksel mekânda faaliyet gösteren işletmelerin, çoğunu çevrimiçi satışa yöneltmiştir. Elektronik ticaret (e-ticaret) olarak dilimize yerleşen bu kavram, internetin perakendeciler için önemini de göz ardı edilemez düzeye getirmiştir. E-ticaretle birlikte internet, tüketici geri bildirim için yeni bir yöntem öncülük etmektedir. Müşteriler, görüşlerini çevrimiçi olarak paylaşmak adına interneti, bir araç olarak kullanmaya başlamakla birlikte internet, bu görüşleri halka açık hale getirmektedir. Çevrimiçi işlemlerle ilgili müşteri şikâyetleri, geleneksel mağaza içi işlem hizmeti başarısızlıkları ile ilgili şikâyetlerden doğası gereği farklıdır (Goetzinger vd. 2006: 195; Cho ve Hiltz, 2003: 108). Şikâyetler, müşteri memnuniyetsizliğinin bir göstergesi olmasına rağmen, bir problemten tatmin edici bir şekilde kurtulmak için bilgi olarak da kullanılabilir (Huppertz, 2003: 135).

Lojistik sektörünün bir alt kolu olarak karşımıza çıkan kargo taşımacılığı, dijitalleşme ile birlikte ivme kazanan elektronik ticaret pazarının, günden güne büyümesi ve gelişmesi ile yoğun bir sektör haline gelmiştir. Kargo taşımacılığının, ekonomi üzerindeki artan önemi ile birlikte sağlamış oldukları hizmetlerin kalitesi de önem kazanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler, kargo sektörünün sunmuş olduğu hizmet problemlerini beraberinde getirmekle birlikte, müşteri şikâyet oranlarında da artışlara neden olmuştur. Bu bağlamda, kargo firmaları tarafından verilen hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesine yönelik çalışmaların az olması, müşterilerin yaşadıkları problemlerin kategorize edilmesi ve kargo firmalarına hizmet hataları için olası çözüm önerileri sunulması lojistik sektörü için gereklilik doğurmakta ve çalışmanın öneminin göstergeleri arasında sıralanabilmektedir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, üçüncü parti bir çevrimiçi şikâyet platformunda (www.sikayetvar.com), kargo firmalarına yönelik yapılan yorumlar incelenmiştir. Tüketicilerin, kargo hizmeti aldıkları aşamalarda en çok hangi hizmet kategorisinde sorun yaşadıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, kargo firmalarının başarılı ve yetersiz kaldıkları hizmetlerin belirlenmesi istenmiş ve çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Şikâyetlerin tekrar etme sıklıklarına bakıldığında; “adrese teslimatın yapılmaması, adreste bulunamama ve personellerin tutumu” ile ilgili şikâyetler ağırlık kazanmaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatür incelendiğinde; kargo firmalarına ve verilen hizmetlere yönelik çalışmaların az olduğu görülmekle birlikte ilgili çalışmalar da mevcuttur.

Goetzinger, Park ve Widdows, (2006). Kritik olay tekniği ve niteliksel analiz için bilimsel metin analiz yöntemleri kullanılarak çevrimiçi hizmet başarısızlıklarının ve başarılarının türü ve sıklığına ilişkin net bir tablo çıkarmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın bulguları arasında; Sevkiyat hızı, nakliye malzemeleri veya paketleme ve müşteri hizmetlerinin, çevrimiçi alışveriş sonrası memnuniyet düzeyinin yüksek olmasında önemli role sahiptirler.

Kayabaşı (2010), çalışmada, e-ticaret pazaryeri aracılığı ile alışveriş yapan tüketicilerin, lojistik hizmet aşamasında karşılaştıkları problemlere ilişkin şikâyetleri analiz etmiştir. Çalışmada, sıklıkla olmasa da karşılaşılan şikâyet konuları arasında; ürün tanıtımı, sipariş işlemleri, ambalajlama, ürün iadeleri ve müşteri hizmetleri başlıkları altında toplandığı gözlemlenmiştir.

Deniz ve Gödekmerdan (2011), tüketicilerin kargo firmalarının hizmetlerine yönelik tutum ve düşüncelerini belirleme ve müşterilerin kargo gönderirken karşılaştıkları problemleri tespit edip kargo firmalarına önerilerde bulunmayı amaçladıkları araştırmalarında; teslimat hızı, kargonun iade edilmesi ve iade aşamaları sürecinde ortaya çıkan ekstra maliyetlerden şikâyetçi olduklarını gözlemişlerdir. Ayrıca müşteriler, kargo hizmeti sunan, personelin tutum ve davranışına da büyük önem vermektedirler.

Yanar Gürce ve Tosun (2017), www.sikayetvar.com sitesinde kargo hizmeti kategorisindeki şikâyetleri, içerik analizine tabi tutarak şikâyet nedenleri incelenmiştir. Araştırma bulguları, teslimatın zamanında gerçekleşmemesi ve firma personelinin tutum ve davranışları konu başlıkları altında şikâyetlerin ağırlık kazandığını göstermiştir. En az şikâyet edilen konu başlıkları arasında ise; lojistik personelinin genel görünüşü, kullanılan ekipmanlar ve hizmet saatleri yer almaktadır.

Çakmak ve Özkan (2017), lojistik hizmeti alma aşamasında tüketicilerin önem verdiği hizmetlerin belirlenmesi ve tercih ettikleri kargo firmalarının önem verilen hizmet faaliyetlerini ne ölçüde yerine getirebildiklerinin ortaya çıkarılması amacı ile yaptıkları çalışmanın sonuçlarında, tüketiciler; ürünün eksiksiz teslimi, paketin açılmaması ve belirtilen adrese teslimi konularına önem vermektedirler. Daha az önem verdiği hizmetler ise; kargo firmasının fiziksel koşulları ve mevcut kampanyaların uygulanmasıdır.

Cao, Ajjan ve Hong (2018), e-ticaret sektöründe, satın alma sonrası lojistik hizmetleri değerlendirerek müşteri memnuniyet düzeylerini ve bir sonraki alışveriş üzerindeki etkisini ölçmeye amaçladığı çalışmada

anket yöntemi kullanılarak yapısal eşitlik modellemesine bileşen tabanlı tahmin yaklaşımı kullanılarak analiz etmiştir. Çalışmanın bulguları arasında; satın alma sonrası nakliye ve takip müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

Özgül, Börühan ve Tek (2018), çalışmalarında e-ticaret sitelerinde siparişlerin teslim aşamalarında lojistik hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ölçümlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, kolayda örnekleme yöntemi kullanarak yüz yüze elde ettikleri anket sonuçlarını değerlendirmişlerdir. Çalışma bulguları arasında; siparişin yerine getirilmesi sürecinde, sipariş aşamaları, dağıtım, teslim, iadelerin yönetimi konularında tüketicilerin ciddi problemler yaşandığı tespit edilmiştir.

Rajendran ve diğ. (2018). E-ticaret pazar yerlerinden alışveriş yapan tüketicilerin, lojistik hizmet kalitesi karşısındaki memnuniyet düzeylerini ölçmeyi amaçladıkları çalışmada, yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Pearson korelasyonu ve çoklu regresyon yöntemleri ile analiz edilen çalışma sonuçları arasında; hizmet geri kazanımı, teslimat hizmeti ve müşteri hizmetlerinin, pazaryerlerinde alışveriş yapanların memnuniyet düzeyini olumlu yönde etkileyen faktörler olduğunu ortaya koymuştur.

Özaydın, Çelikkaya ve Duran (2019), kargo hizmet sağlayıcıları için tüketicilerin beklentilerini karşılayacak kargo hizmetlerinin iyileştirilmesi yönünde yaptıkları çalışma bulgularında; tüketiciler, ürünün zamanında teslim edilmediği, teslimin farklı kişilere yapıldığını konularını dile getirerek sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ürünün, belirtilen süre içerisinde ulaştırılmaması, ürün iadelerinde sorun yaşanması gibi şikâyetlerin de öne çıktığı gözlemlenmiştir.

Burucuoğlu ve Yazar (2020), çalışmalarında kargo firmalarına yönelik şikâyetleri www.sikayetvar.com aracılığı ile analiz etmişlerdir. Araştırmada, elde edilen bulgular arasında; adreste yoktunuz yanıtının verilmesi, teslimatın gerçekleştirilmemesi ve çalışanların tutum-davranışları ile ilgili şikâyetlerin ağırlık kazandığı gözlemlenmiştir.

Egodawela, Peter ve Wijayanayake, (2020). 3PL sektörünün müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini, müşteri şikâyetleri kullanılarak ölçülen çalışmada, 3PL servis sağlayıcılarının müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi olan önemli faktörleri ayırt etmelerine yol açacağını doğrulayan bir model geliştirmişlerdir. Geliştirilen model, hem hizmet hem de performansın yanı sıra müşteri memnuniyetini etkileyen diğer kontrol edilebilir faktörleri ve bunların 3PL endüstrisi üzerindeki etkilerini de araştırmaktadır. Çalışmanın sonuçları, genel boyutların müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ve müşteri şikâyetlerinin % 6,30'unun tüm bağımsız değişkenlere bağlı olduğunu göstermektedir.

Şahin (2021), e-ticaret alışverişlerinde tüketicilerin, almayı istedikleri hizmet kalitesi ve e-ticaret sektörünün sunmayı vaat ettiği hizmetin gerçekleştirilme durumunun, ölçülmesi amacı ile yaptığı çalışma bulgularında; "adrese teslimin gerçekleşmemesi" sorunu, almayı istedikleri hizmetin tam olarak gerçekleşmediği durumunu ve yine firmaların vaat ettiği hizmet faaliyetini gerçekleştiremediklerini göstermektedir. Ayrıca, bu hizmet türünün gerçekleşmemesi, kargo firmalarına karşı olumsuz bir tutum bulunmasına ve e-ticaret firmalarının zaman zaman kargo firması seçimi yaptırdığı alışverişlerde tüketiciler, deneyimlerini ve kargo firmasının güvenilirliğini gözden geçirmeye yönelmektedirler.

Kocabaş, (2022) Covid-19'un, e-şikâyet yönetimi üzerine yansımaları çerçevesinde tüketicilerin sorunlarını ortaya koymayı amaçladığı çalışmada markalara da yol gösterici sonuçlar sunmakta ve önerilerde bulunmaktadır. Çalışmada; sikayetvar.com üzerinden elde edilen şikâyetler, içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışma bulguları arasında; tüketicilerin, "siparişlerin ulaşmaması" ve "yanlış adrese gönderim yapılması" şikâyetinin olduğu gözlemlenmiştir.

2. LOJİSTİK VE KARGO HİZMETLERİ

Lojistik, gelişen bir kavramdır. Lojistik kavramı: "Askeri hedefleme sanatı", anlamına gelen askeri sözlükten ödünç alınmıştır (Tudor, 2012: 23). Lojistik, ilk olarak Dünya Savaşı'nda, orduların gıda temini ve nakliyesi sorunu ile ortaya çıkmıştır (Laurențiu ve Octavian, 2012: 168). Lojistik, ilgili kaynakları sağlayarak bir işletmenin fiziksel akışlarını yönetmeyi amaçlayan faaliyetler dizisidir. Lojistik, malzemelerin ve bitmiş ürünlerin, tedarik kaynaklarından tüketim noktasına kadarki akışıdır (Langford, 1995: 13). Oxford English Dictionary, lojistiği "askerlik dalı" olarak tanımlamaktadır; personel alımı, bakımı ve nakliyesi ile ilgili bilim. Bu nedenle lojistik, "makine sistemleri" yerine "insan sistemleri" yaratan, genellikle bir mühendislik dalı olarak görülebilmektedir (Cuturela ve Manole, 2013: 189).

Lojistik kavramının olası bir tanımı 7 P'yi uygulamaktır: Doğru teknolojiyle, doğru ürünü, doğru koşulda, doğru zamanda, doğru yerde, doğru müşteriye ve doğru fiyatla ulaştırmak. Depolama, satın alma, elleçleme, nakliye, stok kontrol, araç-kargo takibi vb. faaliyetleri içeren, katma değer yaratan lojistik, işletmenin rakipleri üzerinde rekabet avantajı elde etmesi için hayati rol oynamaktadır. Lojistiğin temel faaliyet alanlarından biri olan kargo hizmetleri, lojistik hedeflere ulaşmada önemli bir alt bileşendir. Lojistik maliyetler içerisinde en

yüksek paya sahip olan ve hayati önem teşkil eden nakliye-kargo hizmetleri, ülke sınırları içerisinde daha küçük paketlerin, alıcılara ulaştırılması amacıyla kargo firmaları tarafından yapılmaktadır. Kargo firmaları, gerçekleştirmiş oldukları taşıma faaliyetleri ile 2003 yılında yasal mevzuat içerisinde yer almışlardır. Yasal mevzuatın gerçekleşmesinden sonra sektörde faaliyet gösteren firmalar, şube ve acente ağı ile hizmet vermeye başlamıştır (Duran, 2017: 111).

Kargo kelimesi, lügatimize Batı dillerinden girmiş, “yük” anlamında kullanılan bir sözcüktür. Gündelik konuşmalarda herhangi bir hacim, ağırlık ya da ambalaj ayrımı yapılmaksızın bu manada kullanılmaktadır. Lojistik, bir terim olarak incelendiğinde ise “kişi ya da kuruluşların birbirlerine gönderdikleri tek parçada en fazla 30 ds/kg olabilen, koli ve paket içindeki malzemeyi” işaret etmektedir. Bunların taşınması işlemine de kısaca Kargo Taşımacılığı denmektedir. Bidon, varil, tank ve çuval içindeki veya palet üzerindeki malzemeler, ambalaj tipleri nedeni ile bu tanım dışında kalmaktadırlar. Tek parçada 31 ds/kg ve üzerindeki gönderiler ise ağırlık ve hacimleri itibarı ile kargo kapsamı dışına çıkmakta ve “yük-eşya” olarak nitelendirilmektedirler. Kargo taşımacılığı, çok sayıda varış merkezine dağıtılması gereken, az sayıdaki sevkiyatlar ve varış merkezleri ilçeler olan gönderiler için uygun bir hizmet modelidir. Kargo firmaları; şube, aktarma merkezi, kuruluş yeri ve yer tespiti kararlarını belirlerken müşterileri göz önünde bulundurmamalıdır (Gün, 2007: 50; Duran, 2017: 110). Firmalar, alacakları birtakım kararlar ile dağıtım stratejilerini oluşturmaktadır. Bu kararlar arasında; teslim yeri ve zamanı, sundukları hizmetlerin müşterilere ulaştırılması yer almaktadır (Gün, 2007: 56). Hizmet aşamasında, verilmesi gereken kararlardan en önemlisi ise firmanın, müşteriye nasıl ulaşacağıdır. Şube, acente, telefon, elektronik kanallardan bir veya daha fazlası ulaşma seçenekleri arasında sıralanabilmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de Hizmet Veren Kargo Firmaları

	Kuruluş Yılı	Şube	Filodaki Araç Sayısı	Aktarma Merkezi	Bölge Müdürlüğü	Çalışan Sayısı
Yurtiçi Kargo	1982	1200	6000+	33	18	20.000+
Aras Kargo	1979	1000	4000+	29	14	8.800
MNG Kargo	2003	871	2400+ (kara aracı) 6 uçak	26 (7 tanesi teknoloji aktarma merkezi)	15	8000+
Sürat Kargo	2003	700+	1000+	24	19	6000+
PTT Kargo	2008	4500	3000	-	-	-
UPS (UNITED PARSEL SERVICE)	1988	260+	700	-	-	3000
Vatan Kargo	2018	312	620	-	-	1240
DHL	1969	57+	400	18	-	200+

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1’deki bilgilerden yola çıkarak dağıtım ağına genişliği ve ulaşılabilirlik konusunda şube sayısının en fazla olduğu kargo firması, PTT (4500) kargodur. Filodaki araç sayılarında, lider durumda olan Yurtiçi kargoyu, Aras kargo takip etmektedir. Çalışan sayısı, kargo firmalarının verdiği hizmet kalitesinin ulaşılabilirliği açısından oldukça önemlidir. 20.000+ çalışan sayısı ile Yurtiçi kargo, rakiplerine göre iyi durumdadır. Ayrıca, bölge müdürlüğü ve şube sayısında da Yurtiçi kargonun iyi bir konumda olduğunu söyleyebiliriz. Elektronik ticaretin gelişmesine paralel olarak yurtiçi kargo hareketlerinin, artış göstermesi ile birlikte, iyileştirmelerin (filodaki araç sayısı, çalışan sayısı, aktarma merkezi vb.) hızlı şekilde gerçekleşmesi gerektiğini vurgulayabiliriz.

3. ÜÇÜNCÜ PARTİ PLATFORMLARDA MÜŞTERİ ŞİKÂyetLERİ

Tüketici Şikâyet Davranışı (CCB), tek bir tepki ya da tatminsizlik duygularına verilen tepkiler (sesli yanıt, Ağızdan Ağıza –WOM- ve üçüncü taraf yanıt) dizisidir (Kim ve Chen, 2010: 98). Sosyal medya kullanımının artması ile birlikte kullanım amaçları arasında, müşteri şikâyetlerini dile getirme de yer almaya başlamıştır. Sosyal medya platformlarının ilerisine, firmaya müşteri adına yardımcı olarak problem hakkında, hem şikâyetle bulunan müşteriyi hem de şikâyet edilen firmayı bilgilendiren, üçüncü taraf (aracı medya) kuruluşlar da bulunmaktadır. Şikâyetlerini, doğrudan markaya yapan ancak bir çözüm bulamayan müşteriler, daha hızlı geri dönüş olarak gördükleri bu platformlara yoğunlaşmaktadırlar (Kocabaş, 2022: 329).

Tablo 2. Şikâyet Yönetiminde Sosyal Medya Platformları

Sosyal Medya Şikâyetleri	Müşteri Kontrollü İletişim	Firma Kontrollü İletişim
Ara Sıra	*Kişisel Facebook Hesabı *Kişisel Twitter Hesabı *Kişisel Blog *Özel Video	*Kurumsal Facebook Hesabı *Kurumsal Twitter Hesabı *Kurumsal Blog
Düzenli Olarak	*Değerlendirme Platformları *Gözlemci (Takipçi) Bloglar ve Sosyal Medya Hesapları *E-Şikâyet Siteleri	*Müşteri Hizmetleri Facebook Hesabı *Müşteri Hizmetleri Twitter Hesabı *Müşteri Hizmetleri Blogu

Kaynak: Kocabaş, 2022

Tablo 2’de yer alan şikâyet platformları, müşteri sorunlarının çözümünün yanı sıra takip edilmesi durumunda, işletmelerin kendilerini geliştirebilecekleri alanları belirleme özelliğine de sahiptir (Garding ve Bruns, 2015: 75). Kısa sürede elde edilecek geri besleme bilgileri ile firmalar, bundan sonraki süreçte ortada henüz problem yokken olası problemleri, öngörerek kurumsal kültür çerçevesinde önlemler almalıdır; iletişim kanallarında iyileştirmeler, çalışan tutum ve davranışı hakkında eğitimler vb. ile şikâyet yönetimi gerçekleştirilmelidir (Kocabaş, 2022: 332).

Üçüncü taraf şikâyet platformuna gelen şikâyetler, aslında öncesinde işletme ile müşteri arasında kurulamayan ya da sağlıklı kurulan iletişimden sonra son çare olarak görülmektedir. İşletmeler, marka imajı, satışların etkilenmemesi ve medya kuruluşlarının gücünü de düşünerek üçüncü taraf platform şikâyetlerine, daha fazla önem vermeye başlayınca bu platformlar, müşteriler tarafından zaman zaman ilk şikâyet yeri olarak da kullanılmaktadır (Luo, 2007: 110). Üçüncü taraf şikâyetlere, “buzdağının görünen kısmı” benzetmesi yapılabilmektedir (Burucuoğlu ve Yazar, 2020: 103). Bu türden şikâyet platformları, öncesinde bir problem/sorun/şikâyet dile getirip harekete geçmeyen, alıcıları da özendirerek olumsuz ağızdan ağıza iletişimi artırmaktadır. Bu durumdan rahatsızlık duyan işletmeler, ortaya çıkan marka imaj zedelenmesi, satışların düşmesi gibi durumlardan kurtulmak adına daha fazla reklam harcaması yapmakta/gerekmektedir (Cronin ve Fox, 2010: 22). Ayrıca, verilen hizmetten ötürü ortaya çıkan bu şikâyetlere, hızlı cevap vermek adına, daha fazla personel, zaman ve birtakım maliyetlere neden olacak yatırımlar gerekmektedir. Ancak, geçmiş çalışmalar, müşterilerin üçte ikisinden fazlasının, yaşadıkları olumsuz deneyimleri doğrudan firma ile paylaşmadığını göstermiştir. Bulgu, üçüncü taraf şikâyetlerin stratejik önemini göstermektedir (Burucuoğlu ve Yazar, 2020: 103; Chang ve Chung, 2012: 819).

4. METODOLOJİ

Çalışma, yapısı ve prosesleri bakımından nitel bir çalışmadır. Nitel çalışmalar, öznel, bireylerin; duygu, düşünce, davranış, tecrübeleri gibi öznel verilerini ele almakta; olgu ve olayları ortam içinde, anlamaya ve açıklamaya odaklanmaktadır (Burucuoğlu ve Yazar, 2020: 105-106). Araştırmada, nitel araştırma proseslerine bağlı kalınarak problemin farkına varma, problemin analiz edilmesi, problem çözümüne ilişkin yaklaşımın seçimi, çalışmanın planlanması, veri toplama, verilerin sınıflanması ve analizi, verileri yorumlama ve verilerin raporlaştırılması aşamaları şeklinde uyarlanarak planlanmıştır (Baltacı, 2019: 375).

4.1. Verilerin Toplanması

Veriler, www.sikayetvar.com web sitesinden toplanmıştır. Araştırma kapsamında, 1 Ocak 2021 tarihi başlangıç kabul edilerek MNG, ARAS ve Yurtiçi Kargo’ya ait her firma için ayrı olarak son yüz şikâyet değerlendirilmeye alınmıştır. 2001 yılında kurulan, sikayetvar.com müşteriler ile markalar arasında köprü görevi üstlenen bir çözüm platformudur. Müşterilerin seslerini, markalara duyurmak için köprü görevi gören firma, aynı zamanda müşterilerin deneyimlerini ve marka çözümlerini de paylaşarak müşterilerin, marka tercih karar aşamasında rol oynamaktadır (www.sikayetvar.com).

4.2. Verilerin Analizi

Veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, çeşitli verilerin (görsel ve sözlü) içeriğini analiz etmeye yönelik bir yöntemdir. Daha iyi analiz etmek ve yorumlamak için olayların tanımlanmış kategorilere indirgenmesini sağlamaktadır (Harwood ve Garry, 2003: 60; Burucuoğlu ve Yazar, 2020: 106).

Verilerin analizinde, MAXQDA programı kullanılmıştır. Daha sonra veriler, araştırmacı tarafından ana kodlar ve alt kodlar oluşturulacak şekilde kodlama sürecine tabi tutulmuştur. Araştırmanın güvenilirlik katsayısının belirlenmesi üzerine oluşturulan kodlar, Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümünde görev yapmakta olan bir öğretim üyesinin, değerlendirilmesine sunulmuştur. Araştırmacı dışında, bağımsız öğretim üyesinin değerlendirmeleri de dikkate alınmış ve güvenilirlik katsayısı 0,75 olarak hesaplanmıştır. Değerlendirmelerde, tekrar edilme sıklıklarına göre sırasıyla; ürün teslimatı, teknoloji, hizmet kalitesi, iletişim ve fiyat olmak üzere 5 adet ana kod ve 33 adet alt kod elde edilmiştir. Oluşturulan ana ve alt kodlar, araştırmanın ilerleyen bölümlerinde yer almaktadır. Oluşturulan kodlamaların karşılaştırılmasında, Miles ve Huberman güvenilirlik formülasyonu kullanılmıştır (Burucuoğlu ve Yazar, 2020: 106).

Güvenilirlik = (Anlaşmaya Varılan Kod Sayısı) / (Anlaşmaya Varılan Kod Sayısı + Anlaşmaya Varılmayan Kod Sayısı)

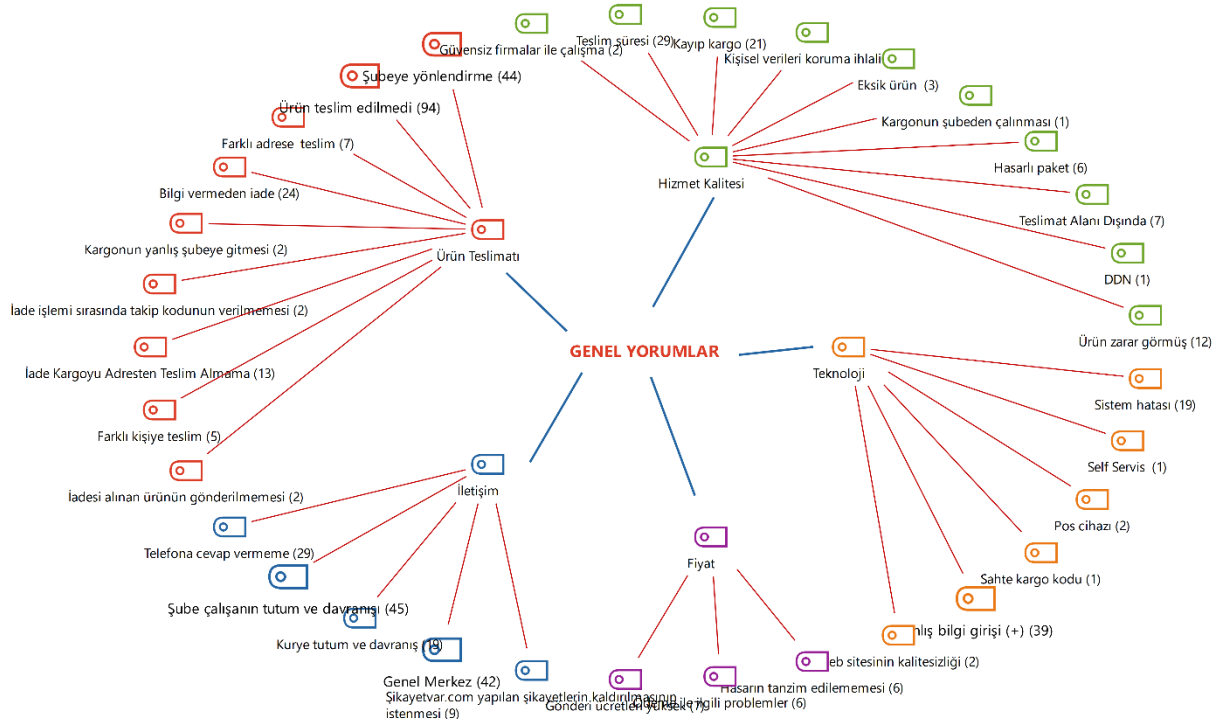
$$\text{Güvenilirlik} = \frac{25}{8+25} = 0,75$$

Yapılan kodlamalarda araştırmacı, 5 ana tema altında 33 kod tanımlarken görüşü alınan bağımsız öğretim üyesi, 7 ana tema altında toplam 25 kod tanımlamıştır. Miles ve Huberman'ın güvenilirlik hesaplamasına göre araştırmanın güvenilirliği, %75 bulunmuştur. %75 ≥ %70 olmakla birlikte kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır.

4.3. Bulgular

Araştırmanın, nihai ana kodları ve alt kodlarına karar verilmiştir. Toplamda 5 ana kod ve 33 alt kod ile müşteri şikâyetleri değerlendirilmiştir. Ana kodlardan fiyat; gönderi ücretlerinin yüksek olması, ödeme esnasında pos cihazı problemleri ve ödeme yapıldığı halde gerçekleşmediği bilgisi ile ilgili problem alanlarını kapsamaktadır. Hizmet kalitesi; paketlemenin özensiz yapılarak ürünün zarar görmesi, eksik ürün gönderimi, kayıp kargo ile ilgili problemleri kapsamaktadır. İletişim; şube ve kurye çalışanının tutum ve davranışı, çağrı merkezine ulaşamama ile ilgili problemleri kapsarken teknoloji; kullanılan cihazların sorunlu olmasından kaynaklı girilen bilgilerin yanlışlığı, şubede sistem hataları, web sitesinin kalitesizliği ile ilgili problemleri, ürün teslimatı; ürünün teslim edilememesi, şubeye iade, bilgi vermeden iade ile ilgili karşılaştıkları olumsuz durumları ifade etmektedir.

Şekil 1. Ana Kod ve Alt Kodların Genel Görünümü

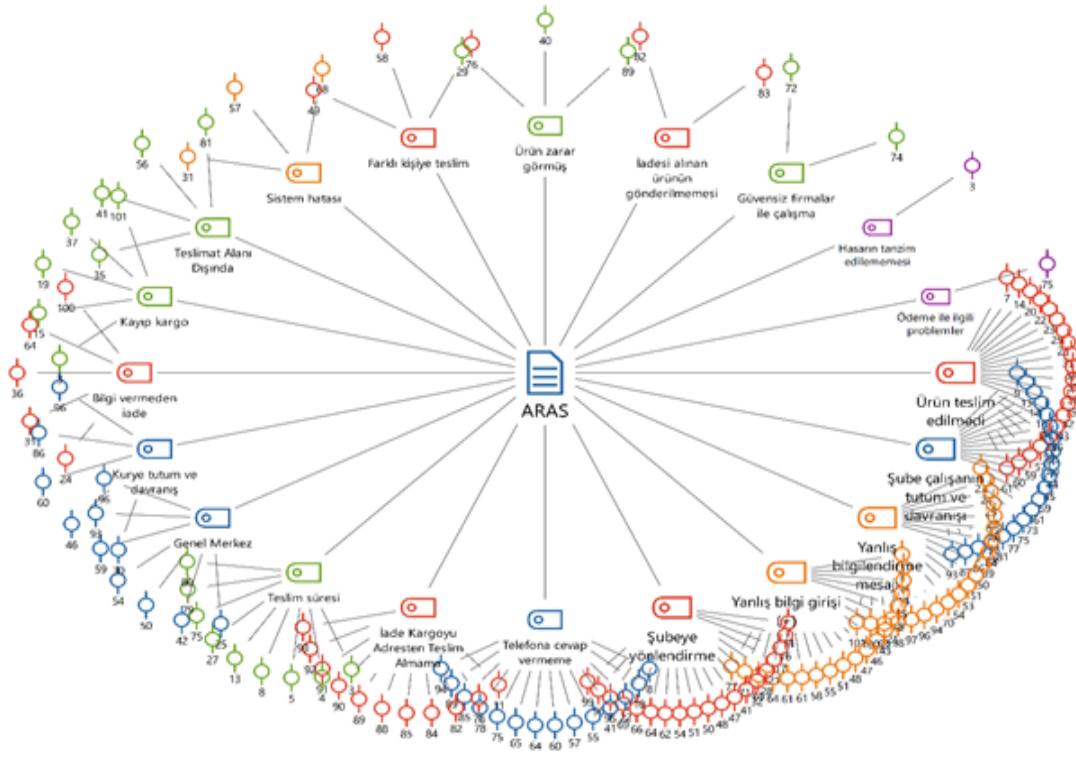


Kargo hizmeti veren, üç işletmeye gelen şikâyetler ana temalar altında değerlendirildiğinde, en çoktan en aza şikâyet unsuru olan temalar; ürün teslimatı, iletişim, teknoloji, hizmet kalitesi ve fiyat. Ürün teslimatı ana teması altında ağırlık kazanan şikâyetler; ürünün teslim edilememesi, şubeye yönlendirme ve bilgi vermeden

iade sorunudur. İletişim temasında ağırlık kazanan şikâyetler; şube çalışanının tutum ve davranışı, telefona cevap vermeme, genel merkeze ulaşamamadır. Teknoloji temasında ağırlık kazanan şikâyetler; yanlış bilgi girişi ve sistem hatalarıdır. Hizmet kalitesi temasında ağırlık kazanan şikâyetler; teslim süresi, şubeye yönlendirme ve kayıp kargo. Fiyat ile ilgili ağırlık kazanan şikâyet ise; gönderi ücretlerinin yüksek olması vb. şikâyet ana temaları altında yer almaktadır. Ağırlık bazında, az olan şikâyetlere dikkat çekilecek olursa; eksik ürün, teslimat alanı dışında olan adres, kargonun şubeden kaybolması, kargonun farklı şubeye gitmesi vb. durumları sıralamak mümkündür. Lojistik alt bileşeninin önemli bir kolu olan kargo firmalarına, elektronik ticaretin büyümesi ve gelişmesine paralel şekilde ihtiyaç daha da artmış durumdadır. Bu sebeple firmalar, tüm şikâyetleri göz önüne alarak iyileştirmeler yapmakla birlikte ağırlık olarak az olan şikâyetleri de göz ardı etmemelidirler. Örneğin; şube, araç filosu ve personel sayısının artırılmaya başlanması ile birlikte, ürün teslimatının yapılmaması, ürün teslimatının geç yapılması, hizmet alanı dışında olan bölge ile ilgili şikâyetlere, çözüm oluşturmaya başlayabileceklerdir.

Şikâyetler arasında dikkat çekici olan farklı bir konu ise şikâyetini, üçüncü taraf platform aracılığı ile ileten alıcılara firmaların geri dönüş sonrasında problemi çözüme kavuşturmadıkları halde yapılan şikâyetin, platform üzerinden kaldırılmasının istenmesidir. Bu durum, problemi çözülmemiş alıcı tarafından yapılmadığı gibi ayrı bir şikâyet konusu olarak da dönmektedir. Marka imajı, karlılık, tercih edilebilirlik durumlarını etkileyen bu davranış, firmanın önünü görmesi için de engel teşkil etmektedir. Ayrıca, firmaların anlaşma yaptığı satıcı firmalar ile öncesinde yazılı olarak bir takım konuları netleştirmeleri, karşılıklı güven unsurlarını yerine getirmelidirler. İnternet alışverişlerinin, artış gösterdiği bu dönemlerde, hayali firma olarak adlandırılabilen markalar ile karşılaşabilmektedir. Satıcı firma, kasıtlı olarak farklı ürün gönderimi yapabilmekte ya da hiç ürün göndermeyebilmektedir. Öncesinde anlaşmalı olduğu kargo firmasını, alıcıya ilettiği için alıcılar tarafından, kargo firmasına karşı ön yargı oluşmaktadır.

Şekil 2. ARAS Kargo Tek Vaka Modeli

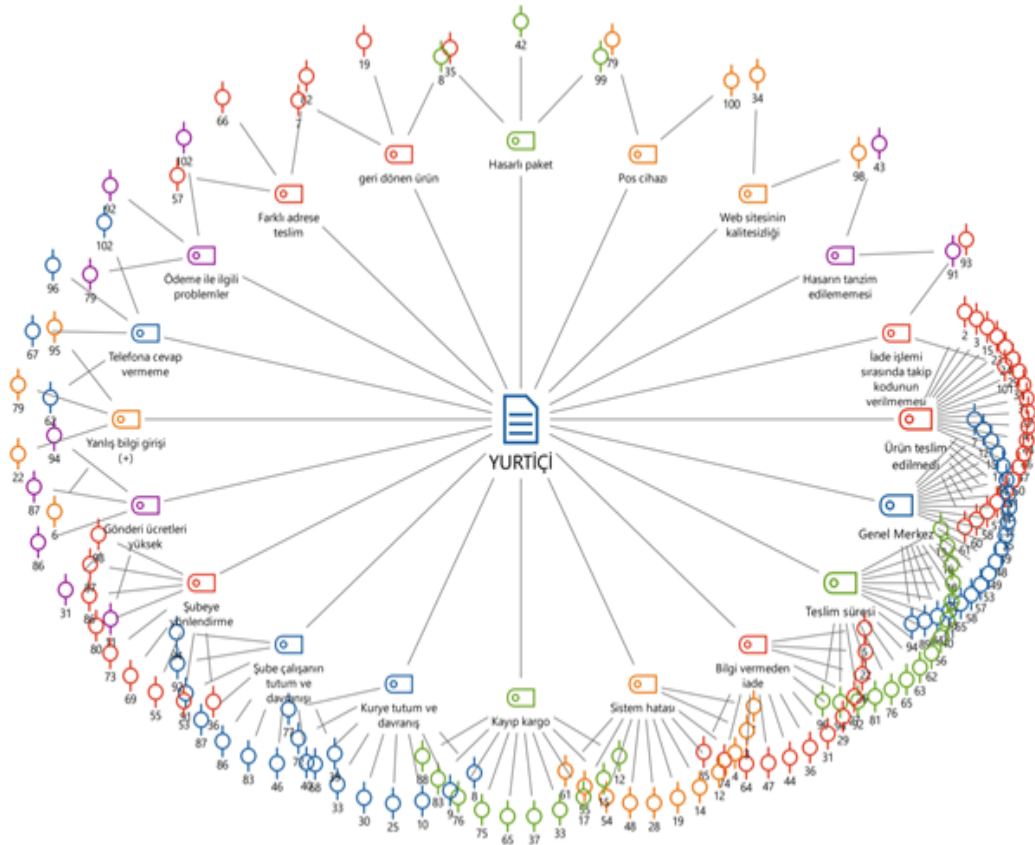


Şekil 2’de yer alan ARAS Kargo Tek Vaka Modeli incelendiğinde, ürün teslimatın yapılmaması, şube çalışanının tutum ve davranışı, yanlış bilgi girişi, şubeye yönlendirme ile ilgili şikâyetlerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Sistem hataları, gönderi ücretleri, hasarlı paket, kargonun farklı kişiye/adrese teslimi ile ilgili şikâyetlerin ise ağırlık olarak düşük olduğu görülmektedir. Şikâyetlerin ağırlıkları ve birbiri ile ilişkileri değerlendirildiğinde, ürün teslimatı ana kodu ve iletişim ana kodunun alt kodları arasında, bağlantılar bulunmaktadır. Örneğin, gönderisi teslim edilmeyen şubeye yönlendirilen müşteriler, şubeye gittikleri zaman ya da telefon ile görüşme esnasında, şube çalışanının tutum ve davranışı ile ilgili problemler yaşamaktadırlar.

Şikâyetini kargo firmasına ileten müşteri, şikâyeti ile ilgili bir çözüm üretilmediğinde bu iki sorununu aynı şikâyetle paylaşabilmekte ve ikisine birden bir çözüm üretilmesini bekleyebilmektedir. Çok yeni sayılmamakla birlikte bazı kargo firmaları, hizmet çeşitliliğini artırmak adına gönderilecek ya da iadesi yapılacak ürünleri, müşterinin talep etmesi doğrultusunda evden almaktadır. Kargo sektörünün hizmet çeşitliliği ve kalitesi için kıymetli olan bu durum ağırlık olarak az olsa da şikâyetler içerisinde yer almıştır. Talep oluşturulmasına rağmen ürünü adresten almama, ürünü teslim aldıktan sonra iadesinin yapılmaması gibi sorunlar alıcılar tarafından dile getirilmiştir.

1000’i aşkın şube, dört binden fazla araç filosu ve sekiz binden fazla çalışanı olan ARAS Kargo, şikâyetleri göz önüne alarak iyileştirmelere gitmektedir. Elektronik ticaretin kalbi, diyebileceğimiz kargo firmalarının iyileştirmelerinin hızlı olmasının yanı sıra sektörde fark yaratacak hizmetlerde sunmalıdırlar. Aksi halde rekabet edilebilirlik durumu söz konusu değildir. Pazaryerleri, kendi araç filoları ile dağıtım yapmanın yanı sıra destekler de almaktadır. İyileştirmelerin yapılmaması, hizmet kalitesinin düşük olması durumunda desteklerde zamanla azalacaktır. 3-4 yıl önce kurulan ve hızlı gelişmeye devam eden sadece internet alışverişlerinde faaliyet gösteren firmalarda mevcuttur. Bu firmalar sektörün eksikliklerini görerek pazara giriş yapmanın yanı sıra, yapacağı yatırımlarla da rekabet düzeylerini artırabilmektedirler.

Şekil 3. YURTİÇİ Kargo Tek Vaka Modeli

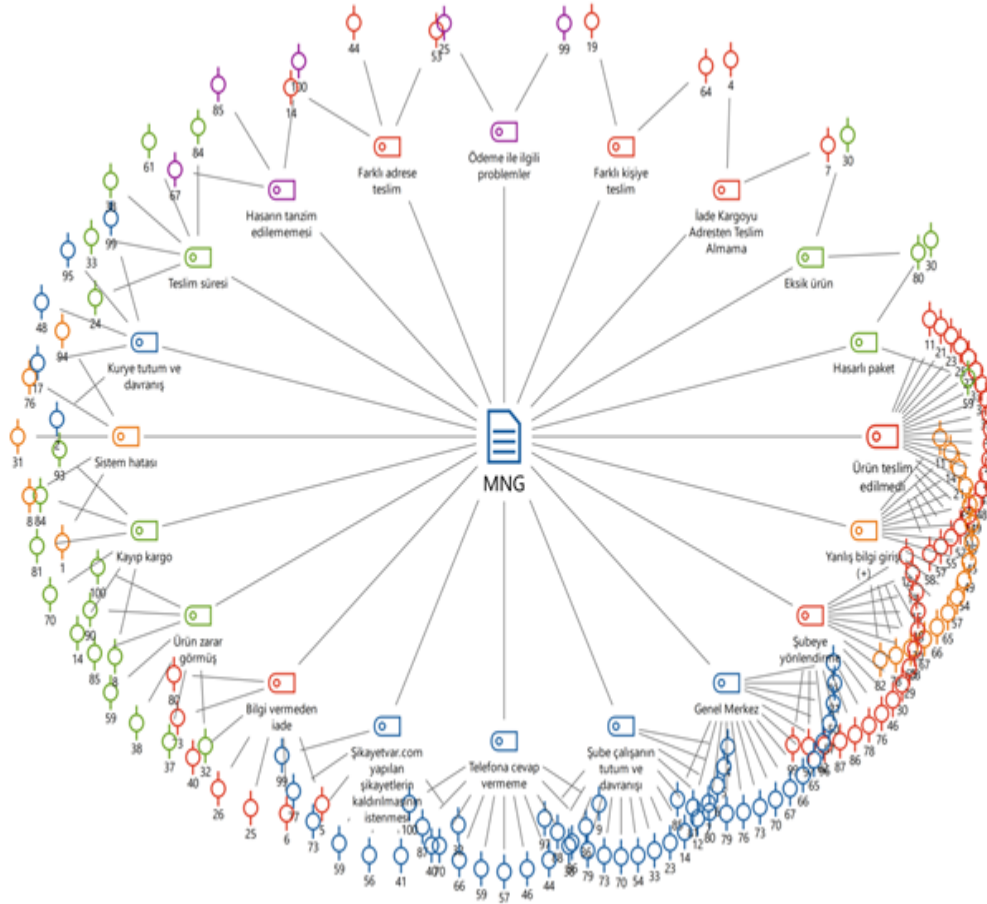


Şekil 3’de yer alan Yurtiçi Kargo Tek Vaka Modeli incelendiğinde, ürün teslimatının yapılmaması, genel merkeze ulaşamama, teslim süresi uzunluğu, bilgi vermeden iade, sistem hataları ile ilgili şikâyetlerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Telefona cevap vermemesi (şube), kargonun farklı kişiye/adrese teslimi, teslimat sahası dışında kalan bölge ile ilgili şikâyetlerin ağırlıklarının düşük olduğu görülmektedir. Şikâyetlerin ağırlıkları ve birbirleri ile ilişkileri değerlendirildiğinde ise ürün teslimatı ana kodu, hizmet kalitesi ana kodu ve iletişim ana kodunun alt kodları arasında bağlantılar bulunmaktadır. Örneğin, gönderisi teslim edilmeyen, uzun teslim süreleri yüzünden şikâyetini genel merkeze ileten müşteri, şikâyeti ile ilgili bir çözüm bulamadığında bu üç sorununu aynı şikâyetle paylaşabilmekte ve üçüne birden bir çözüm üretilmesini bekleyebilmektedir.

Gelişen e-ticaret pazarı ile kargo firmalarının önemi yadsınamaz. E-ticarette yaşanan büyüme ve gelişime ayak uydurabilmek adına verilen hizmetlerin iyi olmasının yanında, hizmet çeşitliliği de önemli bir durumdur. Bazı kargo firmalarının, kurumsal müşterileri için geliştirdiği Self-Servis hizmeti, YURTİÇİ Kargo firması tarafından da uygulanmaktadır. Şikâyetler arasında bu konu ile ilgili problemlerde mevcuttur. Self –Servis

hizmeti, çok eski bir hizmet olmamakla birlikte (2009 yılında hizmete başlanmıştır) yapılan şikâyetlerin içeriği gösteriyor ki iyileştirmelerin geliştirilmesi, rekabetin sürdürülebilirliği için önem arz etmektedir. Ayrıca, kargo firmalarının, web siteleri üzerine yapılan şikâyetler ağırlık olarak az olmakla önem teşkil etmektedir. E-ticaret pazar yerleri üzerinden örnek vermek gerekirse, kalitesiz, yavaş ve işlem yapmaya izin vermeyen bir site, müşteri tarafından alışveriş gerçekleşmeden terk edilmektedir. Aynı şekilde, kalitesiz, yavaş, bilgi almaya izin vermeyen kargo web sitesi yüzünden alıcı, şube ve/veya genel merkez ile iletişime geçmek isteyip geçemediği zaman ikinci bir problem/şikâyet açığa çıkabilmektedir. Kaliteli, hızlı ve çalışan bir web sitesinde kargosunun durumunu takip edebilen bir alıcı, şube ve/veya genel merkez ile iletişime geçmeden bilgi alabilmektedir.

Şekil 4. MNG Kargo Tek Vaka Modeli



Şekil 4’de yer alan MNG Kargo Tek Vaka Modeli incelendiğinde, ürün teslimatının yapılmaması, şube çalışanının tutum ve davranışı, yanlış bilgi girişi, şubeye yönlendirme, genel merkeze ulaşamama, şikâyetvar.com üzerinden yapılan şikâyetlerin kaldırılmasının istenmesi ile ilgili şikâyetlerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Sistem hataları, gönderi ücretleri, hasarlı paket, kargonun farklı kişiye/adrese teslimi ile ilgili şikâyetlerin ağırlıkları ise düşük düzeydedir. Şikâyetlerin ağırlıkları ve birbiri ile ilişkileri değerlendirildiğinde, ürün teslimatı ana kodu ve iletişim ana kodunun alt kodları arasında bağlantılar bulunmaktadır. Örneğin, gönderisi teslim edilmeyen, şubeye yönlendirilen müşteriler şubeye gittikleri zaman ya da telefon ile görüşme esnasında şube çalışanının tutum ve davranışı ile ilgili problemler yaşamaktadırlar. Şikâyetini kargo firmasına ileten müşteri, şikâyeti ile ilgili bir çözüm üretilmediğinde bu iki problemi tek bir şikâyet altında paylaşabilmekte ve iki probleme de ortak çözüm üretilmesini bekleyebilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Lojistik sektörünün bir alt kolu olarak karşımıza çıkan kargo taşımacılığı sektörü, dijitalleşme ile birlikte ivme kazanan elektronik ticaret pazarının, günden güne büyümesi ve gelişmesi ile yoğun bir sektör haline gelmiştir. Kargo taşımacılığının, ekonomi üzerindeki artan önemi ile birlikte sağlamış oldukları hizmetlerin kalitesi de önem kazanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler, kargo sektörünün sunmuş olduğu hizmet problemlerini de beraberinde getirmektedir. Dijitalleşmenin getirdiği bir diğer konu ise dijital iletişimin ortaya çıkması ve

kolaylaşması olmuştur. İnternetin ulaşılabilirliği, yaygınlaşması ve şeffaflığı dijital iletişim kavramını da beslemektedir. Tüketiciler, internet üzerinden yapmış ya da yapacak olduğu alışverişe dair bilgi almak ve/veya tecrübelerini paylaşmak için üçüncü parti şikâyet platformlarını, kullanmaya başlamışlardır.

İnternet üzerinden siparişini tamamlayan tüketiciler, sonraki aşama (ürünün ellerine ulaşması) için kargo firmaları ile iletişim halinde kalmaktadırlar. Bu bekleme süreci içerisinde, tüketiciler ve kargo firmaları arasında yaşanan bir takım problemler de beraberinde gelmektedir. Yaşanan bu hizmet problemlerinin tanımlanması, şikâyetlerin incelenmesi ve en çok şikâyete konu olan sorunların çözüme kavuşturulması konusunda bilgiler içeren çalışma, kargo firmalarına önerilerde bulunurken çalışma literatürünü de besleyemeye yönelik katkılar sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırma sonuçlarında, şikâyetlerde ön plana çıkan ürün teslimatı ana teması altında, ürünün teslim edilmemesi ve bilgi vermeden iade işlem sürecinin başlatılması ağırlık kazanmaktadır. Bulguyu, destekleyen çalışmalar (Deniz ve Gödekmerdan, 2011; Yanar Gürce ve Tosun, 2017; Çakmak ve Özkan, 2017; Özyaydın ve diğ. 2019; Burucuoğlu ve Yazar, 2020) bulunmaktadır. Kargo sektörünün, öncelikli hedeflerinden biri olan zamanında, sorunsuz ve doğru adrese teslim hizmetleri göz önüne alınacak olursa, en fazla şikâyetin ise bu alanda yoğunlaşması, kargo firmalarının bu alanlara acil müdahale etmesi gerektiği gerçeğiyle karşılaşmaktadır. Personel sayısı ve dağıtımda kullanılan araç sayısının artırılmasının yanında, dağıtım ağıının genişletilmesi bu problemin çözümünde fayda yaratacak unsurlar olarak değerlendirilmelidir. Bilgi vermeden iade işlemlerinin başlatılması sorunu ise ‘geldik, evde yoktunuz’ mantığından yola çıkmaktadır. Evde bulunmayan alıcıya, bilgilendirme mesajı atılmadan kargonun tekrar gönderilmesi, alıcıyı maddi olarak zarara uğratmaktadır. Aynı problem Deniz ve Gödekmerdan (2011) çalışmasında da ele alınmıştır. Bu problem için kargo personelleri, iletişim konusunda daha hassas davranmalıdır. Evde bulunmayan alıcı ile iletişime geçilmeli, gerekirse kargoyu farklı kişiye teslim edilmek üzere teyit alınmalı, bu durumda mümkün değil ise kargo şubeye geri döndüğü zaman alıcıya, paketin son alım tarihine dair bilgilendirme yapılması konusunda daha dikkatli davranılmalıdır.

Hizmet kalitesi ana teması altında, teslim süresi (Kayabaşı, 2010; Deniz ve Gödekmerdan, 2011; Yanar Gürce ve Tosun, 2017; Özyaydın, Çelikkaya ve Duran, 2019), kayıp kargo ve ağırlık olarak az da olsa hasarlı paket-ürün şikâyetleri bulunmaktadır. Kargo sektörünün, hizmet bileşenleri arasında önemli bir yer tutan, ‘zamanında teslim’ hizmetinin iyi bir şekilde gerçekleştirilmediği görülmektedir. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde, satıcı alıcıya tahmini bir varış süresi bildirmektedir. Bu sürenin dışına çıkıldığı zaman alıcı, mağduriyetini bildirmek amacı ile genel merkeze ya da şubeye ulaşmaya çalıştığı sırada ulaşamaması (diğer bir alt tema sorunu), nedeni ile şikâyet platformlarına başvurmaktadır. Bu durum alıcının mağdur olmasının yanında, firma imajını da etkilemektedir. Tüketici, bu davranıştan ötürü, sorun yaşadığı kargo firması ile anlaşması olduğu satıcılardan dahi alışveriş yapmama yolunu tercih edebilmektedir. Tek bir hizmet probleminin, üç tarafı da etkilediği göz önüne alınırsa; personel istihdamının ve araç sayılarının artırılması problemin çözümüne yardımcı olacaktır. Aynı zamanda satıcı ve kargo firmasının iletişimi, ürün teslim edilene kadar devam etmeli ve alıcıya beyan edilen tahmini teslim süreleri daha makul bir şekilde verilmelidir. 300 şikâyet arasından, 21 tane şikâyetin kayıp kargo ile ilgili olması son derece önemli bir konudur. Bu durum, satıcı imajını etkilerken, alıcıyı mağdur etmektedir. Satıcı, ürün alıcıya ulaşana kadar tüm riskleri üstlendiği için maddi olarak da zarara uğramaktadır. Durumun, önüne geçilmesi amacı ile ar-ge yatırımlarına önem verilmeli, kargo operasyonları eğitilmiş ve deneyimli personeller tarafından el terminalleri ile daha özenli bir şekilde yürütülmelidir.

İletişim ana teması altında yer alan, şube çalışanının tutum ve davranışı (Deniz ve Gödekmerdan, 2011; Burucuoğlu ve Yazar, 2020) ile telefona cevap vermeme (Kayabaşı, 2010) şikâyetleri ağırlık kazanmaktadır. Şube personelinin tutum ve davranışı ile ilgili problemin çözümü için şube personeline yönelik eğitimler verilmesi, sorunun çözümü için iyi bir adım olarak düşünülmektedir. Ayrıca, belirli aralıklar ile şubelerin denetimi, bu sorunun çözümü için etkili uygulamalardandır. Şikâyetler arasında en az ağırlıklı olan iki tema; teknoloji ve fiyat olmuştur. Teknoloji ana teması altında, ağırlık kazanan şikâyet, yanlış bilgi girişi ile ilgili olurken fiyat teması altında, gönderi ücretlerinin yüksek olması yer almaktadır. Kayıp kargo şikâyetlerine paralel olarak el terminallerini doğru şekilde kullanamayan personel, sisteme yanlış bilgi girişleri yapabilmektedir. Bunlar arasında; ürünü alıcının yönlendirmesi ile teslim alan farklı kişinin bilgilerinin yanlış girilmesi sonucu kayıp kargo probleminin ortaya çıkması, ürün teslim edilmediği halde sisteme teslim edilmiştir bilgisinin girilmesi vb. problemlerdir. Bu sorunun çözümü için kayıp kargo şikâyetindeki çözüm önerileri değerlendirilebilir.

Çalışmada öne çıkan durum; müşteriler, şikâyetlerini bir ve daha fazla problem üzerinden paylaşmaktadır. Örneğin; kayıp kargo problemini çözmek için şube ile iletişim kurulamaması ile ilgili şikâyetini dile getiren müşteri, burada iki sorundan söz etmektedir. Kargo sektörünün günden güne ivme kazandığı bu zamanlarda

rekabet edilebilirliği sürdürmek açısından da iyileştirmelerin, tek bir alan üzerinden ele alınmaması gerektiğine dikkat çekilmelidir. Ürün teslimatından, hizmet kalitesine, iletişimden, teknolojiye, fiyatlamaya kadar tüm konular ele alınması faydalı olacaktır. Çalışmada, üç firmanın kullanılması ve şikayetvar.com sitesindeki 300 adet şikâyetin içerik analizine tabi tutulması araştırmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır. İleride yapılacak olan çalışmalarda, örneklem genişletilebilir, farklı sektörlerle uygulanabilir ya da sektördeki farklı firmalar da araştırmaya dâhil edilebilir.

KAYNAKÇA

- Baltacı, Ali, (2019). “Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?” Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388.
- Burucuoglu, Murat ve Yazar, Erdoğan, Evrim (2020). “Üçüncü Parti Platformda Kargo Firmalarına Yapılan Müşteri Şikâyetlerinin İçerik Analizi.” Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 16(1), 99-114.
- Cao, Yingxia, Ajjan, Haya, & Hong, Paul (2018). “Post-Purchase Shipping and Customer Service Experiences In Online Shopping and Their Impact On Customer Satisfaction: An Empirical Study With Comparison.” Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.
- Chang, Dong-Shang and Chung, Jenq- Han (2012). “Risk Evaluation Of Group Package Tour Service Failures That Result In Third-Party Complaints.” Journal of Travel & Tourism Marketing, 29(8), 817-834.
- Cho, Yooncheong, Im, Il and Hiltz, Roxanne (2003). “The Impact Of E-Services Failures and Customer Complaints On Electronic Commerce Customer Relationship Management.” The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 16.
- Cuturela, Sandu, Cristian, and Manole, Alexandru (2013). “A Short Historical Perspective On The Evolution Of Logistics and Its Implications For Globalization.” Romanian Statistical Review.
- Cronin, J. Joseph, and Fox, Gavin L. (2010). “The Implications Of Third-Party Customer Complaining For Advertising Efforts.” Journal of advertising, 39(2), 21-34.
- Çakmak, Ali Çağlar ve Özkan, Bekir (2017). “Kargo Kullanıcılarının Önem Verdikleri Faktörlerin, Kargo Üreticileri Başarım Düzeylerinin İncelenmesi/ Kargo Firmalarının Kargo Kullanıcılarının Önem Verdiği Faktörlerin Başarı Düzeyleri.” Tarih Kültür Sanat Araştırmaları Dergisi, 6 (4), 1010-1028.
- Deniz, Arzu ve Gödekmerdan, Leyla (2011). “Müşterilerin Kargo Firmalarının Sunduğu Hizmetlere Yönelik Tutum Ve Düşünceleri Üzerine Bir Araştırma.” Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(2), 379-396.
- Duran, Gülhan (2017). “Kargo Hizmetlerinin Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Uygulama.” Strategic Public Management Journal, 3(5), 109-123.
- Egodawela, S. M. D. T. K., Peter, S., & Wijayanayake, A. (2020). “Developing A Model To Identify The Factors Affecting Customer Satisfaction And Their Impact On Third Party Logistics Services in Sri Lanka.” International Conference on Applied and Pure Sciences, 2020 Faculty of Science, University of Kelaniya, Sri Lanka
- Özgül Engin, Börühan Gülmiş ve Tek Baybars Ömer (2018). “Özel Alışveriş Sitelerinde Siparişlerin Yerine Getirilmesinde Lojistik Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C:19, Sayı:4, ss. 629 - 664.
- Garding, Stefan and Bruns, Andrea (2015). “Complaint Management and Channel Choice. Switzerland: Springer International Publishing Books” Springer Broadcasting, Berlin.
- Goetzinger, Lynn, Park, Jung Kun and Widdows, Richard (2006). “E-Customers' Third Party Complaining and Complimenting Behavior.” International Journal of Service Industry Management.
- Gün, D. (2007). Hava kargo pazarının lojistik açıdan değerlendirilmesi ve Türkiye için durum analizi (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Gürce, Merve Yanar ve Tosun, Petek (2017). “Kargo Hizmetlerine İlişkin Müşteri Şikâyetleri: Bir İçerik Analizi.” İşletme Araştırmaları Dergisi, 9(3), 177-196.
- Harwood, Tracy G., and Garry, Tony (2003). “An Overview Of Content Analysis.” The marketing review, 3(4), 479-498.
- Huppertz, John (2003). “An Effort Model Of First-Stage Complaining Behavior.” The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 16.
- Kayabaşı, Aydın (2010). “Elektronik (online) Alışverişte Lojistik Faaliyetlere Yönelik Müşteri Şikâyetlerinin Analizi ve Bir Alan Araştırması.” İşletme Araştırmaları Dergisi, 2(2), 21-42.
- Kim, Jong- Hyeong and Chen, Joseph S. (2010). “The Effects Of Situational And Personal Characteristics On Consumer Complaint Behavior In Restaurant Services.” Journal of Travel & Tourism Marketing, 27(1), 96-112.
- Kocabaş, İsmail (2022). “Covid-19 Döneminde E-Şikâyet Yönetimi Perspektifinden Müşterilerin Çevrimiçi Alışverişte Karşılaştıkları Sorunlar.” Selçuk İletişim, 15(1), 323-359.
- Langford, John W. (1995). “Logistics Principles and Applications” McGraw - Hill Corporation.
- Laurențiu, Romanescu Marcel and Octavian, Romanescu, George (2012). “Business Performance Of Implementing The Supply-Sales Chain.” Annals-Economy Series, 4, 167-170.
- Luo, Xueming (2007). “Consumer Negative Voice and Firm-Idiosyncratic Stock Returns.” Journal of marketing, 71(3), 75-88.
- Rajendran, Salini Devi, Wahab, Siti Norida, Ling, Yeov Way, and Yun, Lim Shin (2018). The impact of logistics services on the e-shoppers' satisfaction. International Journal of Supply Chain Management, 7(5), 461-469.
- Özaydın, Aysun Hazel, Çelikkaya, Süha ve Duran, Gülhan (2019). “Kargo Hizmetlerinin Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği.” Enderun, 3(2), 98-108.
- Şahin, Ömer (2021). “Çevrim İçi Alışverişlerde Lojistik Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Tekrar Satın Alma Üzerindeki Etkisi” Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tudor, Florin (2012). “Historical Evolution of logistics. Revista de Științe Politice.” Revue des Sciences Politiques, (36), 22-32.

https://www.araskargo.com.tr/tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.dhl.com/tr-tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.linkedin.com/pulse/kargo-	Erişim tarihi: 23.06.2022
https://www.mngkargo.com.tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.ptt.gov.tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.sikayetvar.com/hakkimizda	Erişim tarihi: 20.06.2022
https://www.suratkargo.com.tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.ups.com.tr/	Erişim tarihi: 22.06.2022
https://www.yurticikargo.com/	Erişim tarihi: 22.06.2022

Uluslararası Ticaret ve Lojistik Lisans Bölümlerinde Muhasebe ve Finans Dersleri Üzerine Bir Araştırma

A Research On Accounting And Finance Courses in International Trade And Logistics Undergraduate Departments

Mustafa KILLI *

ÖZ

Küreselleşmenin etkisiyle uluslararası ticaretin ve buna bağlı olarak lojistik faaliyetlerin önemi her geçen gün artmaktadır. Uluslararası ticaretin ve lojistik sektörünün artan önemi doğrultusunda kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacak nitelikli uzman işgücü ihtiyacı da artırmaktadır. Türkiye’de sektörün ihtiyacı olan nitelikli işgücü yetiştirmek amacıyla Uluslararası Ticaret ve Lojistik lisans programları 2008 yılından itibaren eğitim vermeye başlamıştır. Uluslararası Ticaret ve Lojistik lisans programlarında çeşitli muhasebe ve finans dersleri verilmekle birlikte, bu derslerin yeterli olup olmadığı tartışma konusudur. Bu araştırma ile Türkiye’deki üniversitelerde Uluslararası Ticaret ve Lojistik lisans programlarında yer alan muhasebe ve finansman derslerinin mevcut durumu tespit edilerek ve üniversiteler arasında karşılaştırma yaparak muhasebe ve finans dersleri açısından eksikleri tespit etmek ve eğitim planı güncelleme çalışmalarında yol göstermek amaçlanmaktadır. Araştırma sonucunda özellikle alana yönelik muhasebe ve finans derslerinin bazı üniversitelerde hiç bulunmadığı, seçmeli ders olarak eğitim planlarında alana yönelik muhasebe ve finans derslerine yer verilen üniversitelerde de seçmeli derslerin açılma oranının yeterli düzeyde olmadığı görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELELER

Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Lisans Eğitimi, Muhasebe ve Finans Dersleri, Öğrenme Çıktıları

ABSTRACT

With the effect of globalization, the importance of international trade and logistics activities is increasing day by day. In the direction of the increasing importance of international trade and the logistics sector, the need for a qualified specialist workforce that will ensure the effective and efficient use of resources is also increasing. International Trade and Logistics undergraduate programs have started to provide education since 2008 in order to train the qualified workforce that the sector needs in Turkey. Although various accounting and finance courses are given in International Trade and Logistics undergraduate programs, it is a matter of debate whether these courses are sufficient or not. With this research, it is aimed to determine the current status of accounting and finance courses in International Trade and Logistics undergraduate programs in universities in Turkey and to make a comparison between universities, to identify the deficiencies in terms of accounting and finance courses and to guide the curriculum update studies. As a result of the research, it has been seen that there are no accounting and finance courses for the field in some universities, and the rate of opening elective courses is not at a sufficient level in universities where accounting and finance courses are included in the curriculum as elective courses.

KEYWORDS

International Trade and Logistics, Undergraduate Education, Accounting and Finance Courses, Learning Outcomes

Makale Geliş Tarihi / Submission Date	Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance
13.10.2022	05.12.2022
Anf	Kıllı, M. (2023). Uluslararası Ticaret ve Lojistik Lisans Bölümlerinde Muhasebe ve Finans Dersleri Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 26 (1), 48-61.

* Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, mkilli@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9283-9852

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisi ile dünya ticaretinde yaşanan yoğun rekabet ortamı lojistik faaliyetlerin önemini ortaya çıkarmıştır. Günümüzde lojistik faaliyetler, bir ülkenin uluslararası ticarete rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için temel faktörlerden biri haline gelmiştir (Çıkmak, 2016, s.2). Küresel ekonomide uluslararası ticaret lojistiği, gelişmekte olan ülkelerin küresel ticareti kontrol etmeleri ve küreselleşmenin getirilerinden pay almaları için ayrı bir öneme sahiptir (Kara ve diğ., 2009, s.71). Temel lojistik faaliyetler; talep yönetimi, sipariş yönetimi, envanter yönetimi, depo ve depolama yönetimi, taşıma yönetimi, elleçleme ve koruyucu ambalajlama gibi çeşitli faaliyetlerinden oluşmaktadır (Arabacı ve Yücel, 2020, s.78). Lojistik faaliyetlerin rekabet üstünlüğü sağlamadaki önemi ve lojistik sektörünün hızlı gelişimi nitelikli ve uzmanlaşmış işgücü ihtiyacına neden olmuştur. Lojistik sektörü gelişmiş ülkelerde, bu alanda nitelikli ve uzman işgücü ihtiyacını karşılamak için üniversitelerde hem ön lisans hem de lisans düzeyinde eğitim veren bölümler açılmıştır (Koban ve Keser, 2013, s.34). Ülkemizde de hem uluslararası ticaretin hem de buna bağlı olarak lojistik faaliyetlerin artan önemi nedeniyle bu alanda ihtiyaç duyulan nitelikli işgücü yetiştirmeye yönelik “Uluslararası Ticaret ve Lojistik” (UTL) lisans bölümleri açılmıştır. Ülkemizde ilk olarak 2008 yılında bir vakıf üniversitesinde (Maltepe Üniversitesi), 2009 yılında ise ilk defa bir devlet üniversitesinde (Gaziantep Üniversitesi) UTL eğitimi verilmeye başlanmıştır.

UTL lisans programları Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ) İşletme ve Yönetim Bilimleri temel alanı içinde yer almaktadır. İşletme ve yönetim bilimleri temel alanı, özel ve kamu sektörüne yönelik, muhasebe ve finans fonksiyonu da dahil olmak üzere işletme ve yönetim fonksiyonlarının tamamına ilişkin mesleğe yönelik alanları kapsamaktadır. Bu alandaki lisans programlarından mezun olanlar ilgili sektörlerin insan kaynağı ve yönetici adayları olarak istihdam edilebilmektedir (TYYÇ, 2011). UTL eğitimi veren lisans bölümleri eğitim planlarının, mezunlarına bu alanın gerektirdiği bilgi, beceri ve yetkinliklerden oluşan ve öğrenme çıktıları denilen üç boyutlu bir yapıyı kazandıracak derslerden oluşması gerekir.

Otter (1992, s.5)’e göre yükseköğretimde öğrenme çıktıları, öğrencilerin bir derece almak için neleri bilmeleri ve neleri yapabilmeleri gerektiğini ifade etmektedir. Öğrenme çıktıları, bir öğrencinin belirli bir eğitim dönemi sonunda öğrenmesi gerekenlerin ayrıntılarıyla tanımlanmasıdır (Yenidoğan, 2010, s.208). Öğrenme çıktıları, öğrencilerin bir çalışma programını veya bir program içindeki aşamayı tamamladıktan sonra kazanmış olmaları gereken bilgi, beceri ve tutumları tanımlar (Mann, 2004, aktaran Holmes, 2019, s.160). Öğrenme çıktılarının belirlenmesi, eğitimin niteliğinin artırılması anlamında hem öğrenme çıktılarının geliştirilmesi hem de eğitimin kalitesinin yükseltilmesi açısından önem taşımaktadır (Günaydın ve Dalkıran, 2021, 68). UTL bölümlerinden mezun olan meslek adaylarının ortak kazanımlarla mesleki hayata hazırlanmalarında öğrenme çıktılarının önemli katkısı olduğu görülmektedir.

Türkiye’deki üniversitelerin UTL lisans bölümlerinde muhasebe ve finansman dersleri verilmekle birlikte, bu derslerin yeterli olup olmadığı ve alana ilişkin muhasebe ve finans derslerinin veriliş verilmemesi tartışma konusudur. Özellikle uluslararası ticaretin finansmanı ve muhasebeleştirilmesine yönelik dersler ile lojistik maliyetlerin analizi ve yönetimi ile ilgili derslerin bölüm eğitim planlarında zorunlu olarak verilmesi gereklidir. İşletmeler diğer birçok konuda olduğu gibi uluslararası ticaret ve lojistik faaliyetlerine ilişkin karar alma süreçlerinde muhasebe ve finans bilgilerini kullanırlar. Dolayısıyla UTL öğrencilerinin hem temel muhasebe ve finans dersleri hem de alana yönelik muhasebe ve finans derslerinden elde edecekleri kazanımların, mesleki hayata hazırlanmalarında önemli bir öğrenme çıktısı olacağı düşünülmektedir. UTL lisans programları için muhasebe ve finans derslerinin önemine rağmen literatür incelendiğinde UTL lisans bölümlerinin eğitim planlarında yer alan muhasebe ve finans derslerini inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. UTL bölümlerindeki muhasebe ve finans derslerinin verilme düzeyini inceleyerek literatüre katkı sağlamayı hedefleyen bu araştırmanın amacı, Türkiye’deki üniversitelerde UTL lisans programlarında yer alan muhasebe ve finansman derslerinin mevcut durumunu tespit edip üniversiteler arasında karşılaştırma yaparak muhasebe ve finans dersleri açısından eksikleri tespit etmek ve eğitim planı güncelleme çalışmalarında yol göstermektir.

1. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Üniversitelerin iktisadi ve idari bilimler alanındaki bölümlerinde verilmekte olan muhasebe ve finansman dersleri UTL eğitiminde önemli rol oynamaktadır. Literatürde sağlık yönetimi ve işletme yönetimi gibi diğer ön lisans, lisans ve lisansüstü programlardaki muhasebe ve finans derslerini inceleyen çalışmalara rastlanmıştır. UTL eğitimi ile ilgili çalışmalar daha çok ilgili bölümlerde verilen eğitimin mevcut durumunu değerlendirmeye yönelik çalışmalardır.

Ozment ve Keller (2011), lojistik ve tedarik zinciri programlarının mevcut durumunu gözden geçirip, yetenek eksikliğinin nedenlerini tartışarak çözüm önerileri getirmek amacıyla yaptıkları çalışmada, lojistik ve

tedarik zinciri alanında eğitim veren programların devlet tarafından desteklenmedikçe ülke ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalacağını ifade etmişlerdir.

Bozyiğit (2016), Türkiye’de lojistik eğitimi verilen 39 lisans bölümünün ders programlarını içerik analizi ve öğretim elemanlarının görüşleri çerçevesinde değerlendirilmek amacıyla yaptığı çalışmada, ders planlarının sektör ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmadığı ve yabancı dil derslerinin yetersiz olduğunu tespit etmiştir.

Çıkmak (2016), Türkiye’deki üniversitelerde lojistik eğitiminin mevcut durumunun değerlendirilmesi ve lojistik eğitimi konusundaki iyileştirme önerilerine yer verilmesi amacıyla yaptığı çalışmada, eğitim planlarının sektörün ihtiyaç duyduğu konulara ağırlık verecek şekilde yapılandırılması ve mezunların istihdamını kolaylaştırmak için sanayi ile işbirliği yapılması önerilmiştir.

Koçyiğit ve diğ. (2018), Türkiye’de üniversitelerde sağlık yönetimi yüksek lisans programlarında muhasebe ve finans derslerinin yer alıp almadığının tespit edilmesi amacıyla yaptıkları çalışmada, sağlık yönetimi tezli yüksek lisans programlarının %19’unda, tezsiz yüksek lisans programlarının %21’inde ve uzaktan eğitim yüksek lisans programlarının %22,2’sinde muhasebe ve finans derslerinin yer almadığını belirlemişlerdir. Sağlık Yönetimi yüksek lisans programlarının, muhasebe ve finansman eğitimi içerecek şekilde yeniden yapılandırılmasının faydalı olacağını ifade etmişlerdir.

Boğa (2019), lojistik sektörünün muhasebe eğitiminden beklentilerini tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada gerek ön lisans gerekse lisans düzeyinde eğitim veren bölümlerde muhasebe eğitiminin yetersiz olduğunu, gereken eğitimi almadan mezun olan öğrencilerin iş hayatında sıkıntılar yaşadığını ve bu nedenle lojistik eğitimi verilen kurumlarda muhasebe eğitime ağırlık verilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Özoğlu ve diğ. (2020), lisans düzeyinde lojistik eğitimi gören öğrencilerin aldıkları eğitimle ilgili düşünceleri ve beklentilerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada Türkiye’deki devlet üniversitelerinin lojistik bölümlerindeki öğrencilere anket uygulamışlardır. Anket verilerinin analizleri sonucunda öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri açısından lojistik sektörüyle ilgili düşünceleri açısından istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunurken, bölümü tercih etmeye yönelik beklentileri açısından fark gözlenmemiştir.

Mirgen ve Emir (2021), işletme yönetimi ön lisans bölümlerindeki zorunlu dersler içinde muhasebe ve finans derslerinin ağırlığının saptanması amacıyla Türkiye’deki 64 devlet ve 9 vakıf üniversitesinin işletme yönetimi ön lisans programlarına ait ders planlarını incelemişlerdir. Araştırmada, İşletme Yönetimi ön lisans programlarında tüm dönemlerinde en çok okutulan zorunlu derslerin muhasebe ve finans alanına ait dersler olduğu, muhasebe ve finans eğitiminin etkin ve kaliteli olarak değerlendirilebileceği sonucuna ulaşmışlardır.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada UTL bölümlerinin eğitim planlarının muhasebe ve finans dersleri açısından incelenmesi ve özellikle alana yönelik muhasebe ve finans derslerinin verilir verilemediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

2.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın yapıldığı 2022 yılı Mart ayı itibarıyla Türkiye’de 32’si devlet 9’u vakıf üniversitesi olmak üzere toplam 41 yükseköğretim kurumunda lisans düzeyinde UTL bölümü eğitim vermektedir. Araştırma 32 devlet ve 9 vakıf üniversitesinin fakülte ve yüksek okullarında lisans düzeyinde eğitim verilen UTL bölümlerini kapsamaktadır. Araştırmada Uluslararası Ticaret, Uluslararası Ticaret ve Finansman, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik bölümleri ve Lojistik Yönetimi bölümleri kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma tarihi itibarıyla devlet üniversitelerinde UTL bölümlerinden 14’ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 12’si Uygulamalı Bilimler Fakültesi, 2’si Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, 2’si Açık ve uzaktan Öğretim Fakültesi, 1’i İşletme Fakültesi ve 1’i İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi bünyesinde bulunmaktadır. Vakıf üniversitelerinde ise UTL bölümlerinden 4’ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 3’ü İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi ve 1’i İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi bünyesinde bulunmaktadır.

2.3. Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında ilgili üniversitelerdeki UTL bölümlerinin muhasebe ve finans dersleri ile ilgili bilgiler internet sayfalarında ilan ettikleri ders planlarından elde edilmiştir. Seçmeli olarak eğitim planlarında yer verilen muhasebe ve finans derslerinin açılıp açılmadığının tespiti için de 2021-2022 Akademik yılı güz ve bahar yarıyılı ders programları ilgili bölümlerin internet sayfalarından elde edilmiştir.

2.4. Araştırma Soruları

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorular cevap aranacaktır;

- ✓ UTL bölümlerinde muhasebe ve finans eğitimi ne düzeyde verilmektedir?

- ✓ Hangi muhasebe ve finans dersleri zorunlu hangileri seçmeli olarak eğitim planında yer almaktadır?
- ✓ Seçmeli olarak eğitim planında yer verilen derslerin açılma oranı nedir?
- ✓ Hangi üniversitelerde alana yönelik muhasebe ve finansman dersleri verilmekte hangilerinde verilmemektedir?
- ✓ Muhasebe ve Finans derslerinin öğrenme çıktılarının program çıktısına katkı düzeyi nedir?

3. BULGULAR

3.1. Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde UTL Bölümü Sayılarına İlişkin Bulgular

Tablo 1’de devlet ve vakıf üniversitelerinde yıllara göre UTL bölüm sayıları verilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü gibi ülkemizde UTL bölümlerinde ilk olarak bir vakıf üniversitesinde (Maltepe Üniversitesi) 2008 yılından itibaren öğretim yapılmaya başlanmıştır. 2009 yılında öğrenci alan vakıf üniversitesi sayısı ikiye çıkarken bir devlet üniversitesi de (Gaziantep Üniversitesi) UTL bölümüne öğrenci almaya başlamıştır. 2010 yılında hem devlet hem de vakıf üniversitelerinde UTL bölüm sayılarında herhangi bir değişiklik olmamıştır. 2011 yılında vakıf üniversitelerinde bölüm sayısının dörde yükseldiği görülürken devlet üniversitelerinde sayı değişmemiştir. 2012 yılında UTL bölümüne öğrenci alan devlet üniversitesi sayısı ikiye, vakıf üniversitesi sayısı da beşe yükselmiştir. Aynı yılda öğrenci almaya başlayan devlet üniversitesinde hem normal hem de ikinci öğretimde öğretim yapılmaya başlanmıştır. 2013 yılında devlet üniversitelerinde bir bölüm daha öğrenci almaya başlarken öğrenci alan vakıf üniversitesi sayısı altıya yükselmiştir. 2014 yılından itibaren devlet üniversitelerinde UTL bölüm sayılarının hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. 2015 yılında UTL bölüm sayısı devlet üniversitelerinde 18’e yükselirken ilk kez açık/uzaktan eğitim veren bir bölüm de bu yılda açılmıştır. 2018 yılında devlet üniversitelerinde UTL bölüm sayısı 31, vakıf üniversitelerinde ise 9 olmuştur. Aynı yılda açık/uzaktan eğitim veren bölüm sayısı 2’ye ikinci öğretimde ise 17’ye yükselmiştir. 2019 yılında bir önceki yılda ikinci öğretim programlarının kontenjanları boş kaldığı için belirli bir öğrenci sayısının altında kalan ikinci öğretim programlarına öğrenci alımı yapılmamıştır. Bu nedenle öğrenci alımı devam eden ikinci öğretim program sayısı 6 olmuştur. 2021 yılı itibarıyla 32 devlet ve 9 vakıf üniversitesinde UTL bölümlerinde öğretim faaliyetleri devam etmektedir.

Tablo 1. Yıllara Göre UTL Bölümleri Sayıları

	Devlet				Vakıf
Yıl	Örgün Öğretim		Açık/Uzaktan Öğretim	Toplam	
	NÖ	İÖ			
2008	-	-	-	-	1
2009	1	-	-	1	2
2010	1	-	-	1	2
2011	1	-	-	1	4
2012	2	1	-	2	5
2013	3	2	-	3	6
2014	11	4	-	11	8
2015	17	10	1	18	9
2016	23	13	1	24	8
2017	27	16	1	28	9
2018	29	17	2	31	9
2019	29	6	2	31	9
2020	30	6	2	32	9
2021	30	6	2	32	9

Kaynak: www.osym.gov.tr

3.2. Muhasebe Derslerine İlişkin Bulgular

Tablo 2’de UTL Bölümlerinde verilen muhasebe dersleri devlet ve vakıf üniversitelerine ve zorunlu veya seçmeli olma durumlarına göre sınıflandırılmıştır. Tablo 2’de görüldüğü gibi 32 devlet üniversitesinin 7’sinde (%21,9) bir yarıyıl, 25’inde (%78,1) ise iki yarıyıl genel muhasebe dersi zorunlu olarak verilmektedir. 9 vakıf üniversitesinin 4’ünde (%44,4) bir yarıyıl, 5’inde (%55,6) iki yarıyıl genel muhasebe dersi zorunlu ders olarak verilmektedir.

Muhasebenin temel kavram ve ilkelerinin, muhasebede kullanılan belgeler ve defterlerin, temel mali tabloların düzenlenme ilkelerinin, hesapların işleyiş kurallarının ve muhasebe kayıtlarının öğretildiği ve birçok üniversitede Genel Muhasebe adı ile eğitim planlarında yer verilen dersin bazı üniversitelerde “Muhasebe”,

“Temel Muhasebe”, “Muhasebe Prensipleri”, “Muhasebe İlkeleri” ve “Finansal Muhasebe” adıyla verildiği görülmektedir. Devlet üniversitelerinin büyük bir çoğunluğunda genel muhasebe dersinin zorunlu ders olarak iki yarıyıl verilmesinin tercih edildiği görülmektedir. Genel muhasebe dersinin en az iki yarıyıl verilmesi daha sonraki yıllarda verilecek uzmanlık muhasebesi derslerinin ve alana yönelik muhasebe derslerinin daha iyi anlaşılmasını kolaylaştıracaktır.

Envanter ve Bilanço (Dönem Sonu Muhasebe İşlemleri) dersi 4 devlet (%12,5) üniversitesinde bir yarıyıl zorunlu, 1 devlet (%3,1) üniversitesinde iki yarıyıl zorunlu ders olarak eğitim planlarında yer alırken 3 devlet (%9,4) üniversitesinde ise seçmeli ders olarak yer aldığı görülmektedir. Vakıf üniversitelerinde ne zorunlu ne de seçmeli olarak Envanter ve Bilanço dersine eğitim planlarında yer verilmemiştir. Envanter ve Bilanço dersinin verildiği devlet üniversitelerinin tamamında Genel Muhasebenin dersinin iki yarıyıl verildiği tespit edilmiştir. Dönem sonu muhasebe işlemlerine genel muhasebe dersleri içinde yer verilmiyorsa ayrı bir ders olarak verilmesi öğrencilerin muhasebe sürecini daha iyi kavramalarına fayda sağlayacaktır.

Tablo 2. UTL Bölümlerinde Verilen Muhasebe Dersleri

Ders Adı	Devlet				Vakıf			
	Z	%	S	%	Z	%	S	%
Genel Muhasebe (1 yarıyıl)	7	21,9	-	-	4	44,4	-	-
Genel Muhasebe (2 yarıyıl)	25	78,1	-	-	5	55,6	-	-
Envanter ve Bilanço (1 yarıyıl)	4	12,5	3	9,4	-	-	-	-
Envanter ve Bilanço (2 yarıyıl)	1	3,1	-	-	-	-	-	-
Maliyet Muhasebesi / Maliyet Analizi	4	12,5	10	31,2	1	11,1	-	-
Maliyet Muhasebesi I ve II	1	3,1	1	3,1	-	-	-	-
Yönetim Muhasebesi	1	3,1	11	34,4	-	-	-	-
Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi	11	34,4	15	46,9	1	11,1	2	22,2
Dış Ticaretin Finansmanı ve Muhasebesi	-	-	-	-	-	-	1	11,1
Lojistik İşletmeciliği Muhasebesi/ Sektör Muhasebesi	-	-	2	6,2	-	-	-	-
Lojistik Maliyet Muhasebesi/ Lojistik Maliyet Yönetimi Lojistik Maliyet Analizi/ Lojistik Maliyetleri ve Raporlama	5	15,6	11	34,4	-	-	1	11,1
Taşımacılık Muhasebesi	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Mali/Finansal Tablolar Analizi	-	-	9	28,1	-	-	-	-
Bilgisayarlı Muhasebe	1	3,1	3	9,4	-	-	-	-
Bilgisayarlı Muhasebe I ve II	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Şirketler Muhasebesi	-	-	3	9,4	-	-	-	-
Muhasebe Denetimi	-	-	2	6,2	-	-	-	-
Stok Muhasebesi/Stok Yönetimi ve Muhasebesi	-	-	2	6,2	-	-	-	-
Muhasebe Problemleri	-	-	1	3,1	-	-	-	-
İleri Finansal Muhasebe I ve II	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Banka ve Sigorta Muhasebesi	-	-	1	3,1	-	-	-	-

Maliyet Muhasebesi dersi devlet üniversitelerinin 4’ünde (%12,5) zorunlu, 10’unda (%31,2) seçmeli olarak bir yarıyıl eğitim planında yer bulurken 1 devlet üniversitesinde iki yarıyıl zorunlu, 1 devlet üniversitesinde ise iki yarıyıl seçmeli olarak yer verilmiştir. Vakıf üniversitelerine bakıldığında sadece 1 üniversitede Maliyet Muhasebesi dersi zorunlu ders olarak bulunmaktadır. Yönetim Muhasebesi dersi devlet üniversitelerinin 1’inde (%3,1) zorunlu, 11’inde (%34,4) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer alırken vakıf üniversitelerinde yer verilmemiştir.

Maliyet muhasebesi tarafından üretilen bilgiler işletmelerde hem maliyetlerin etkin bir şekilde kontrolünde hem de çeşitli karar alma süreçlerinde yöneticiler tarafından kullanılmaktadır. UTL bölümü mezunlarının sektörde faaliyette bulunan işletmelerde çeşitli kademelerde görev alabildikleri göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin bu derslerden edineceği kazanımların çalışma hayatında faydalı olacağı düşünülmektedir.

Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi dersi devlet üniversitelerinin 11’inde (%34,4) zorunlu, 15’inde (%46,9) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer almaktadır. Vakıf üniversitelerinin 1’inde (%11,1) zorunlu, 2’sinde (%22,2) ise seçmeli olarak Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi dersine eğitim planlarında yer verildiği görülürken, 1 vakıf üniversitesinde ise “Dış Ticaretin Finansmanı ve Muhasebesi” adı ile seçmeli olarak eğitim planında yer aldığı görülmektedir. 6 devlet üniversitesinde ve 5 vakıf üniversitesinde ise Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi dersi hiç bulunmamaktadır. Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi dersinin UTL

bölümlerinde alana yönelik bir muhasebe dersi olduğu göz önünde bulundurulduğunda zorunlu ders olarak eğitim planlarında yer verilmesi bölümden mezun olan öğrenciler için önemli kazanımlar sağlayacaktır.

Lojistik sektörüne özgü muhasebe uygulamalarının anlatıldığı Lojistik İşletmeciliği Muhasebesi dersinin 1 devlet üniversitesinde ve Sektör Muhasebesi dersinin de yine 1 devlet üniversitesinde seçmeli olarak eğitim planlarında yer aldığı görülmektedir. Lojistik Maliyetlerinin analizi, muhasebeleştirilmesi, yönetimi ve raporlanmasına yönelik muhasebesi derslerinin ise devlet üniversitelerinin 5'inde (%15,6) zorunlu, 11'inde (%34,4) seçmeli olarak, vakıf üniversitelerinin ise 1'inde (%11,1) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer aldığı tespit edilmiştir. Bir devlet üniversitesinde ise Taşımacılık Muhasebesi adı ile temel lojistik faaliyetlerden biri olan taşımacılık işlemlerine ilişkin muhasebe uygulamalarının anlatıldığı bir ders seçmeli olarak eğitim planında bulunmaktadır. UTL bölümlerinde lojistik faaliyetlerin muhasebeleştirilmesine yönelik derslerin zorunlu ders olarak bulunması bölümden mezun olan öğrencilere fayda sağlayacak önemli bir öğrenme çıktısı olacaktır.

Tablodaki diğer muhasebe derslerine bakıldığında az sayıda devlet üniversitelerinde seçmeli ders olarak eğitim planlarında çeşitli muhasebe derslerine yer verildiği görülürken vakıf üniversitelerinin eğitim planlarında bu derslere yer verilmemiştir.

3.3. Finans Derslerine İlişkin Bulgular

Tablo 3'te UTL Bölümlerinde verilen finans dersleri devlet ve vakıf üniversitelerine ve zorunlu ya da seçmeli olma durumlarına göre sınıflandırılmıştır. Tablo 3 incelendiğinde devlet üniversitelerinin %50'sinde (16 üniversite) zorunlu ve %12,5'unda (4 üniversite) seçmeli, vakıf üniversitelerinin ise %66,7'sinde (6 üniversite) zorunlu olarak temel finans dersi bir yarıyıl eğitim planlarında bulunmaktadır. Devlet üniversitelerinin %15,6'sında (5 üniversite) zorunlu ve %6,3'ünde (2 üniversite) seçmeli, vakıf üniversitelerinin ise %11,1'inde (1 üniversite) seçmeli olarak temel finans dersi iki yarıyıl eğitim planlarında bulunmaktadır.

Tablo 3. UTL Bölümlerinde Verilen Finans Dersleri

Ders Adı	Devlet				Vakıf			
	Z	%	S	%	Z	%	S	%
Temel Finans Dersleri (1 yarıyıl)	16	50	4	12,5	6	66,7	-	-
Temel Finans Dersleri (2 yarıyıl)	5	15,6	2	6,3	-	-	1	11,1
Dış Ticaretin Finansmanı	10	31,3	12	37,5	2	22,2	4	44,4
Uluslararası Finans	9	28,1	6	18,8	-	-	2	22,2
Finansal Piyasalar ve Kurumlar	-	-	7	21,9	-	-	-	-
Sermaye Piyasaları/ Sermaye Piyasası ve Menkul Kıymet Yönetimi	-	-	5	15,6	1	11,1	-	-
Finansal Okuryazarlık	-	-	-	-	-	-	3	33,3
AB'de Ticaret ve Finansman	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Finans Uygulamaları	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Finansal Teknolojiler ve Blockchain Sistemi	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Türk Bankacılık ve Finans Sistemi	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Finansal Uygulamalar ve Finansal Araçlar	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Uluslararası Ticari ve Finansal Kuruluşlar	-	-	-	-	-	-	1	11,1
Güncel Finansal Sorunlar	-	-	1	3,1	-	-	-	-
Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi	-	-	1	3,1	-	-	-	-

Dış Ticaretin Finansmanı dersi devlet üniversitelerinin %31,3'ünde (10 üniversite) zorunlu, %37,5'inde (12 üniversite) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer almaktadır. Vakıf üniversitelerinin 2'sinde (%22,2) zorunlu, 4'ünde (%44,4) ise seçmeli olarak Dış Ticaretin Finansmanı dersine eğitim planlarında yer verildiği görülmektedir. 10 devlet üniversitesinde ve 3 vakıf üniversitesinde ise Dış Ticaretin Finansmanı dersi bulunmamaktadır.

Uluslararası Finans dersi devlet üniversitelerinin 9'unda (%28,1) zorunlu ve 6'sında (%18,8) seçmeli, vakıf üniversitelerinin 2'sinde (%22,2) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer almaktadır.

Dış Ticaret Muhasebesi dersinde olduğu gibi Dış Ticaretin Finansmanı dersinin de UTL bölümlerinde alana yönelik bir finans dersi olduğu göz önünde bulundurulduğunda zorunlu ders olarak eğitim planlarında yer verilmesi bölümden mezun olan öğrenciler için önemli kazanımlar sağlayacaktır.

Dış ticaretin finansman teknikler bazı üniversitelerde Uluslararası Finans dersi içinde anlatıldığı için ayrı bir ders olarak eğitim planlarında bulunmayabilmektedir. Bu bağlamda Dış Ticaretin Finansmanı ve

Uluslararası Finans dersleri birlikte değerlendirildiğinde 8 devlet üniversitesinde her iki dersinde, 14 devlet üniversitesinde sadece Dış Ticaretin Finansmanı dersinin, 6 devlet üniversitesinde sadece Uluslararası Finans dersinin zorunlu ya da seçmeli olarak eğitim planlarında bulunduğu, 4 devlet üniversitesinde ise hem Dış Ticaretin Finansmanı hem de Uluslararası Finans dersinin eğitim planlarında bulunmadığı görülmektedir. Vakıf üniversitelerine bakıldığında 6'sında sadece Dış Ticaretin Finansmanı, 2'sinde sadece Uluslararası Finans dersi zorunlu ya da seçmeli olarak eğitim planlarında yer alırken 1 üniversitede ise her iki derste eğitim planında yer almamaktadır.

Finansal Piyasalar ve Kurumları dersi devlet üniversitelerinin %21,9'unda (7 üniversite) seçmeli ders olarak eğitim planlarında yer alırken vakıf üniversitelerinde bulunmamaktadır. Sermaye Piyasaları, Borsa ve Menkul Kıymetler dersi devlet üniversitelerinin %15,6'sında (5 üniversite) ve vakıf üniversitelerinin %11,1'inde (1 üniversite) seçmeli ders olarak yer almaktadır.

Finansal Okuryazarlık dersi devlet üniversitelerindeki UTL bölümlerinin eğitim planlarında yer almazken 3 vakıf (%33,3) üniversitesinde seçmeli ders olarak yer almaktadır. Diğer finans derslerinin her biri ise birer üniversitede eğitim planlarında seçmeli ders havuzunda yer almaktadır.

Üniversitelerin büyük bir kısmında Dış Ticaretin Finansmanı veya Uluslararası Finans dersleri öncesinde temel düzeyde finans dersi eğitim planlarında bulunurken bazı üniversitelerde temel düzeyde finans dersi verilmeden Dış Ticaretin Finansmanı ve/veya Uluslararası Finans derslerinin verildiği görülmektedir.

3.4. Alana Yönelik Seçmeli Muhasebe ve Finans Derslerinin Açılma Durumu

Tablo 4'te devlet ve vakıf üniversitelerinde UTL Bölümlerinde seçmeli olarak eğitim planlarında yer verilen alana yönelik muhasebe ve finans derslerinin açılma oranları verilmiştir.

Tablo 4. Alana Yönelik Seçmeli Muhasebe ve Finans Derslerin Açılma Yüzdesi

Seçmeli Dersin Adı	Dersin Seçmeli Olduğu Üniversite Sayıları		Seçmeli Dersin 2021-2022 Öğretim Yılında			
			Açıldığı Üniversite Sayısı		Açılma Yüzdesi (%)	
	Devlet	Vakıf	Devlet	Vakıf	Devlet	Vakıf
Dış Ticaret Muhasebesi	15	2	4	2	26,7	100
Lojistik Muhasebesi, Lojistik Maliyet Muhasebesi, Lojistik Maliyet Yönetimi, Lojistik Maliyet Analizi Lojistik Maliyetleri ve Raporlama	11	1	3	1	27,3	100
Dış Ticaretin Finansmanı	12	4	7	1	58,3	25
Uluslararası Finans	6	2	3	1	50	50

UTL bölümlerinde eğitim planlarında alana yönelik seçmeli muhasebe ve finans derslerinin açılma oranlarına bakıldığında aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- ✓ Dış Ticaret Muhasebesi dersinin 15 devlet üniversitesinde seçmeli ders olarak eğitim planlarında bulunduğu ancak 2021-2022 akademik yılında 4 üniversitede (%26,7) açıldığı, vakıf üniversitelerinde ise 2 üniversitede seçmeli olarak bulunduğu ve her iki üniversitede de açıldığı görülmüştür.
- ✓ Lojistik Muhasebe ile ilgili derslerin 11 devlet ve 1 vakıf üniversitesinde seçmeli ders olarak eğitim planlarında bulunduğu ve derslerin 2021-2022 akademik yılında 3 devlet (%27,3) ve 1 vakıf üniversitesinde açıldığı görülmüştür.
- ✓ Dış Ticaretin Finansmanı dersinin 12 devlet üniversitesinde seçmeli ders olarak eğitim planlarında bulunduğu ancak 2021-2022 akademik yılında 7 üniversitede (%58,3) açıldığı, vakıf üniversitelerinde ise 4 üniversitede seçmeli olarak bulunduğu ve 1 üniversitede (%25) açıldığı görülmüştür.
- ✓ Uluslararası Finans derslerinin 6 devlet ve 2 vakıf üniversitesinde seçmeli ders olarak eğitim planlarında bulunduğu ve derslerin 2021-2022 akademik yılında 3 devlet (%50) ve 1 vakıf üniversitesinde (%50) açıldığı görülmüştür.

3.5. Üniversitelere Göre Muhasebe ve Finans Derslerinin Verildiği Yarıyılar

Tablo 5'te devlet üniversitelerinde UTL Bölümlerinde muhasebe derslerinin hangi dönemlerde verildiği gösterilmiştir.

Tablo 5. Devlet Üniversitelerinde Muhasebe Derslerinin Verildiği Yarıyıllar

Üniversite Adı	Genel Muhasebe Genel Muhasebe 1 ve 2	Envanter ve Bilanço Dönem sonu Muhasebe işlemleri 1 ve 2	Maliyet Muhasebesi, Maliyet Muhasebesi 1 ve 2, Maliyet Analizi	Yönetim Muhasebesi	Mali tablolar Analizi	Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi	Lojistik/Sektör Muhasebesi, Lojistik Maliyet Yönetimi, Lojistik Maliyet Analizi, Taahhüt Muhasebesi	Lojistik Maliyetleri ve Raporlama, Lojistik Maliyetleri ve Raporlama 1 ve 2
Anadolu Üniversitesi	III	-	-	-	-	VI	-	VII
Akdeniz Üniversitesi	III, IV	-	V	-	-	IV*	-	-
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	III, IV	-	VI	-	-	VI*	-	VII*
Atatürk Üniversitesi	I, II	VII	-	-	VI*	V*	VIII*	-
Balıkesir Üniversitesi	I, II	III, IV	-	VI*	VI*	VIII*	VII	V, VI*
Bandırma 17 Eylül Üniversitesi	I, II	-	V*	VI*	VII*	III*	VII*	-
Bartın Üniversitesi	III	-	-	-	-	IV	-	-
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	I, II	-	-	-	VII*	VI*	-	VIII*
Bursa Teknik Üniversitesi	II	-	-	-	-	IV	V	-
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi	I, II	-	V	-	-	VI	-	-
Denizli Pamukkale Üniversitesi	III	-	-	-	-	-	-	-
Gaziantep Üniversitesi	I, II	III	V, VI*	VII*	-	VI	-	-
Harran Üniversitesi	I, II	VI*	V	VI*	III	-	-	-
Hitit Üniversitesi	I, II	-	V*	VI*	VI*	V	-	VI
İstanbul Üniversitesi	III	-	-	IV	-	VI	-	VII
Kafkas Üniversitesi	I, II	III	VI*	-	-	IV	-	-
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	VI	VI*	-
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	IV	-	-
Kastamonu Üniversitesi	I, II	-	VII	-	VIII*	VI*	VIII*	-
Kayseri Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	-	-	-
Kırklareli Üniversitesi	I, II	-	IV	-	-	V*	-	-
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	I, II	III	VII	-	VIII*	VI*	-	-
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	III, IV	-	-	VI*	-	VII*	-	-
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	I	-	VI	-	-	-	-	-
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	I, II	-	VI	VII*	VIII*	-	V	-
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	I, II	III	V, VI	VII*	VI	VI	-	-
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	I, II	III	V	VIII*	VII*	VI	VI	-
Rize Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	I, II	-	V*	VI*	-	V	VIII	-
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	II	-	-	-	-	VII*	-	-
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	VI	VII	-
Tarsus Üniversitesi	I, II	-	-	VII*	-	IV	-	V, VI*
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	-	-	-

*2021-2022 Öğretim yılında Güz ve Bahar Yarıyıllarında açılmayan seçmeli ders.

Muhasebe Denetimi, Şirketler Muhasebesi, Stok Muhasebesi, Muhasebe Problemleri, Bilgisayarlı Muhasebe, Banka ve Sigorta Muhasebesi dersleri hem az sayıda üniversitenin eğitim planlarında bulunduğu hem de seçmeli olan bu dersler genellikle açılmadığı için tabloda yer verilmemiştir. Muhasebe derslerinin verildiği yarıyıllar incelendiğinde Genel Muhasebe derslerinin 25 devlet üniversitesinde (%78,1) 1. ve 2. yarıyıllarda verildiği 7 Devlet üniversitesinde (%21,9) ise 3. ve 4. yarıyıllarda verildiği görülmektedir.

Eğitim planlarında Dış Ticaret Muhasebesi dersi olan 26 devlet üniversitesinin 12'sinde (%46,2) 6. yarıyıl, 6'sında (%23,1) 4. yarıyıl, 4'ünde (%15,4) 5. yarıyıl, 2'sinde (%7,7) 7. yarıyıl ve birer üniversitede (%3,8) ise 3. ve 8.yarıyılarda dersin verildiği görülmektedir. Devlet üniversitelerinde Dış Ticaret Muhasebesi dersinin 26 üniversitenin 19'unda (%73) 5.yarıyıldan itibaren verildiği görülmektedir. UTL bölümlerinde ilk dört yarıyıl genellikle temel muhasebe derslerinin verildiği 5. yarıyıldan itibaren alana yönelik bir muhasebe dersi olan Dış Ticaret Muhasebesi dersinin verilmesinin tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 6'da vakıf üniversitelerinde UTL Bölümlerinde muhasebe derslerinin hangi dönemlerde verildiği gösterilmiştir. Vakıf üniversitelerinde muhasebe derslerinin verildiği yarıyıllara bakıldığında, Genel Muhasebe derslerinin 5 üniversitede 1 ve 2. yarıyıllarda, 4 vakıf üniversitesinde ise 3. ve 4. yarıyıllarda verildiği görülmektedir. Dış Ticaret Muhasebesi dersinin 9 vakıf üniversitesinden 4'ünün eğitim planlarında yer aldığı ve iki üniversitede 5. Yarıyıl, iki üniversitede de 6. Yarıyıl verildiği görülmektedir. Lojistik muhasebesi

dersleri 9 vakıf üniversitesinden sadece 2 üniversitenin eğitim planlarında yer almakta ve bu üniversitelerden birinde 5. yarıyılta diğerinde ise 8. yarıyılta verildiği görülmektedir. Diğer muhasebe dersleri vakıf üniversitelerinin eğitim planlarında herhangi bir yarıyılta yer almamaktadır.

Tablo 6. Vakıf Üniversitelerinde Muhasebe Derslerinin Verildiği Yarıyıllar

Üniversite Adı	Genel Muhasebe Genel Muhasebe 1 ve 2	Envanter ve Bilanço Dönem sonu Muhasebe İşlemleri 1 ve 2	Maliyet Muhasebesi, Maliyet Muhasebesi 1 ve 2, Maliyet Analizi	Yönetim Muhasebesi	Mali tablolar Analizi	Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi	Lojistik/Sektör Muhasebesi, Lojistik Maliyet Yönetimi, Lojistik Maliyet Analizi, Taşımacılık Muhasebesi
Atılım Üniversitesi	III, IV	-	-	-	-	√*	-
Çağ Üniversitesi	III, IV	-	-	-	-	-	-
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	III, IV	-	-	-	-	-	-
İstanbul Kent Üniversitesi	II	-	-	-	-	VI	-
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	-	-
KTO Karatay Üniversitesi	I, II	-	-	-	-	VI	-
Maltepe Üniversitesi	II	-	-	-	-	-	V
Nişantaşı Üniversitesi	II	-	-	-	-	V	-
Toros Üniversitesi	III	-	-	-	-	-	VIII

*2021-2022 Öğretim yılında Güz ve Bahar Yarıyıllarında açılmayan seçmeli ders.

Tablo 7’de devlet üniversitelerinin UTL Bölümlerinde en çok açılan finans derslerinin hangi dönemlerde verildiği gösterilmiştir. Bazı finans derslerine eğitim planlarında bulunmalarına rağmen hem seçmeli olarak az sayıda üniversitenin eğitim planlarında yer aldığı hem de açılmadığı için tabloda yer verilmemiştir.

Temel finans derslerinin 32 devlet üniversitesinden 27’sinin eğitim planlarında yer aldığı ve 20’sinde bir yarıyıl, 7’sinde ise iki yarıyıl eğitim planlarında yer aldığı görülmektedir. Eğitim planlarında bir yarıyıl temel finans dersi bulunan devlet üniversitelerinin 6’sında 5. yarıyılta, 5’inde 4. yarıyılta, 5’inde 3.yarıyılta ve 2’sinde 2.yarıyılta verilmektedir. İki yarıyıl temel finans dersi bulunan üniversitelerden 5’inde 3. ve 4. Yarıyıllarda, 2’sinde ise 5. ve 6. yarıyıllarda verildiği görülmektedir.

Tablo 7. Devlet Üniversitelerinde Finans Derslerinin Verildiği Yarıyıllar

Üniversite Adı/Ders Adı	Temel Finans Dersleri (1 yarıyıl)	Temel Finans Dersleri (2 yarıyıl)	Dış Ticaretin Finansmanı	Uluslararası Finans,	Finansal Piyasalar ve Kurumlar	Sermaye Piyasaları, Sermaye Piyasası ve Menkul Kıymet Yönetimi
Anadolu Üniversitesi	VI	-	III	-	-	-
Akdeniz Üniversitesi	V	-	III	-	-	-
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	II	-	IV	VII	-	-
Atatürk Üniversitesi	IV	-	V	VIII*	VI*	VII*
Bahçeşehir Üniversitesi	V	-	VII	-	-	-
Bandırma 17 Eylül Üniversitesi	-	III, IV	V	VI	VI*	VII*
Bartın Üniversitesi	-	-	-	V	-	-
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	-	III, IV	V	-	-	-
Bursa Teknik Üniversitesi	II	-	V	IV	-	-
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi	IV	-	IV*	-	-	-

Denizli Pamukkale Üniversitesi	IV	-	IV*	VII	-	-
Gaziantep Üniversitesi		V, VI*	VI*	VII*		
Harran Üniversitesi	-	III, IV	-	VI	-	VIII
Hitit Üniversitesi	III	-	IV	-	-	-
İstanbul Üniversitesi	III	-	IV	-	-	-
Kafkas Üniversitesi	-	III, IV	-	VI	-	-
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	III	-	V	-	-	-
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	-	-	-	IV	-	-
Kastamonu Üniversitesi	-	-	VIII*	-	V*	-
Kayseri Üniversitesi	IV	-	VI	-	-	-
Kırklareli Üniversitesi	VI	-	-	-	-	-
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	V	-	VI	-	-	VIII
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	V*	-	-	-	-	V*
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	III	-	VIII	-	-	-
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	III	-	VII	IV	-	-
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	-	III, IV	-	VIII	V	-
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	-	IV, V	VI	-	-	-
Rize Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	IV	-	-	-	VIII*	-
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	V	-	VII*	VI	-	-
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	-	-	-	VI	-	-
Tarsus Üniversitesi	V	-	-	-	-	-
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	-	-	VIII	VI*	-	-

*2021-2022 Öğretim yılında Güz ve Bahar Yarıyıllarında açılmayan seçmeli ders.

Dış Ticaretin Finansmanı dersinin 22 devlet üniversitesinin eğitim planında yer aldığı ve bu üniversitelerden 5'inde 4. yarıyıl, 5'inde 5. yarıyıl, 4'ünde 6. yarıyıl, 3'ünde 7. yarıyıl, 3'ünde 8.yarıyıl ve 2'sinde 3. yarıyıl yer aldığı görülmektedir. Bu açıklamalardan da görüldüğü gibi üniversitelerde Dış Ticaretin Finansmanı dersinin hangi dönemde verilmesi gerektiği konusunda farklı uygulamalar bulunmaktadır. Eğitim planları hazırlanırken, önce temel düzeyde finans derslerine yer verilmesi, Dış Ticaretin Finansmanı dersine daha sonraki yarıyıllarda yer verilmesi daha doğru bir uygulama olacaktır. Ancak tabloda görüldüğü gibi bazı üniversitelerde bunun tam tersi uygulamalar bulunmaktadır. Anadolu Üniversitesi ve Akdeniz Üniversitesinde Dış Ticaretin Finansmanı dersinin 3. Yarıyıl temel finans derslerinin ise 5. ve 6. yarıyıllarda eğitim planlarında yer aldığı görülmektedir. Çanakkale 18 Mart Üniversitesi ve Pamukkale Üniversitesinde ise temel finans dersleri ile Dış Ticaretin Finansmanı dersinin aynı dönemde eğitim planında yer aldığı görülmektedir. Bartın, Karamanoğlu Mehmetbey ve Sivas Cumhuriyet Üniversitelerinde ise temel düzeyde finans dersine eğitim planlarında yer verilmeden Uluslararası Finans dersine sırasıyla 5, 4 ve 6. yarıyıllarda eğitim planlarında yer verildiği görülmektedir.

Tablo 8'de vakıf üniversitelerinin UTL Bölümlerinde en çok açılan finans derslerinin hangi dönemlerde verildiği gösterilmiştir. Vakıf üniversitelerinin eğitim planlarında finans derslerinin hangi yarıyıllarda verildiğine bakıldığında, 9 vakıf üniversitesinden 5'inde en az bir yarıyıl temel finans dersi bulunduğu ve derslerin 2 üniversitede 3. yarıyıl, diğer üniversitelerde ise 4, 5 ve 6. yarıyıllarda verildiği görülmektedir. Dış Ticaretin Finansmanı dersinin 9 vakıf üniversitesinden 5'inin eğitim planlarında yer aldığı ve 1 üniversitede 4. yarıyıl, 2 üniversitede 5. yarıyıl ve 2 üniversitede 6. yarıyıl bulunduğu görülmektedir. Maltepe Üniversitesinde Dış Ticaretin Finansmanı dersinin 5. yarıyıl, Finansal Yönetim dersinin 6. yarıyıl eğitim planlarında yer aldığı görülmektedir.

Tablo 8. Vakıf Üniversitelerinde Finans Derslerinin Verildiği Yarıyılar

Üniversite Adı	Temel Finans Dersleri (1 yarıyıl)	Temel Finans Dersleri (2 yarıyıl)	Dış Ticaretin Finansmanı	Uluslararası Finans,	Uluslararası Ticari ve Finansal Kuruluşlar	Finansal Okuryazarlık	Ulusal ve Uluslararası Sermaye Piyasaları
Atılım Üniversitesi	-	-	-	-	VIII	VI	-
Çağ Üniversitesi	-	-	VI	-	-	-	-
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	V	-	VI*	-	-	VI*	-
İstanbul Kent Üniversitesi	-	-	V*	-	-	-	V
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	III	-	IV	-	-	-	-
KTO Karatay Üniversitesi	III	-	-	VI*	-	IV	-
Maltepe Üniversitesi	VI	-	V	-	-	-	-
Nişantaşı Üniversitesi	-	-	-	VII	-	-	-
Toros Üniversitesi	IV	V, VI*	-	-	-	-	-

*2021-2022 Öğretim yılında Güz ve Bahar Yarıyıllarında açılmayan seçmeli ders.

3.6. Üniversitelere Göre Muhasebe Derslerinin Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkı Düzeyi

Devlet üniversitelerinin internet sayfalarındaki Bologna bilgi paketinden (Ders & Program yeterlilikleri ilişkisi) elde edilen ders öğrenme çıktılarının program çıktılarına katkı düzeyleri Tablo 9’da verilmiştir. Ders öğrenme çıktılarının program çıktısına katkısı Genel muhasebe dersinde olduğu gibi birden fazla yarıyılta verilen derslerde iki yarıyıl ortalamaları alınarak verilmiştir. Tablo 9’da görüldüğü gibi bazı devlet üniversitelerinde ders öğrenme çıktıının program çıktılarına katkı düzeyine ilişkin bilgilere ulaşılamadığı ve bilgisine ulaşılan üniversitelerde ise katkı düzeyinin farklı derecelendirildiği görülmektedir. Dış Ticaret Muhasebesi dersinin program çıktılarına katkı düzeyi 9 üniversitede çok düşük ve düşük, 2 üniversitede orta olarak belirlenirken, 7 üniversitede ise yüksek ve çok yüksek olarak belirlenmiştir. Lojistik muhasebesi derslerinin program çıktılarına katkı düzeyi 4 üniversitede çok düşük ve düşük, 1 üniversitede orta ve 6 üniversitede ise yüksek ve çok çok yüksek olarak belirlenmiştir. Dış Ticaretin Finansmanı dersinin program çıktılarına katkı düzeyi 3 üniversitede çok düşük ve düşük, 5 üniversitede orta ve 6 üniversitede yüksek ve çok yüksek olarak belirlenmiştir.

Tablo 9. Devlet Üniversitelerinde Alanla ilgili Muhasebe ve Finans Derslerinin Öğrenme Çıktılarının Program Çıktısına Katkı Düzeyi

Üniversite Adı	Genel Muhasebe Dersleri	Maliyet /Yönetim Muhasebesi	Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi	Lojistik Muhasebesi/ Lojistik Maliyetleri	Temel Finans Dersleri	Dış Ticaretin Finansmanı	Uluslararası Finans
Anadolu Üniversitesi	X	-	2	2	X	X	-
Akdeniz Üniversitesi	3,5	4	4*	X*	3	4	4*
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	X	X	X	X*	X	X	X
Atatürk Üniversitesi	4	-	4*	4*	4	4	4*
Balıkesir Üniversitesi	3	4*	2*	1	4	3	-
Bandırma 17 Eylül Üniversitesi	2	2	2	4	2	3	3

Bartın Üniversitesi	4	-	3	-	-	-	3
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	1	-	X*	X*	4	X	-
Bursa Teknik Üniversitesi	5	-	5	4	4	4	4
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi	3	1	1	-	2	3*	-
Denizli Pamukkale Üniversitesi	X	-	-	-	X	3*	3
Gaziantep Üniversitesi	3	X*	X	-	X*	X*	-
Harran Üniversitesi	3	4	-	-	3	-	4
Hitit Üniversitesi	1	1*	1	1	1	1	-
İstanbul Üniversitesi	X	3	X	X	X	X	-
Kafkas Üniversitesi	X	X*	X	-	X	-	X
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1	-	5	5	2	5	-
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	1	-	1	-	-	-	1
Kastamonu Üniversitesi	2	X	X*	X	-	X	-
Kayseri Üniversitesi	4	-	-	-	2	5	-
Kırklareli Üniversitesi	2	4	X*	-	X	-	-
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	2	2	2*	-	2	2	-
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	4	3*	3*	-	4*	-	-
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	X	X	-	-	X	X	-
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	3	3	-	3	2	3	3
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	4	4	4	-	4	-	4
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	3	4	5	4	4	4	-
Rize Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	1	3*	2	1	5	-	-
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	2	-	1*	-	2	1*	2
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	3	-	5	5	-	-	5
Tarsus Üniversitesi	X	1	1	X	1		
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	X	-	-	-	-	X	X*

Katkı Düzeyi: 0: Katkısı Yok, 1.Çok Düşük, 2.Düşük, 3.Orta, 4.Yüksek, 5.Çok Yüksek

* Ders ilgili üniversitede seçmeli olup 2021-2022 akademik yılında açılmamıştır.

X : Ders öğrenme çıktılarına program yeterliklerine katkısı verilmemiştir.

- : Üniversite Eğitim Planında bulunmayan ders.

Vakıf üniversitelerinin internet sayfalarındaki Bologna bilgi paketinden (Ders & Program yeterlilikleri ilişkisi) elde edilen ders öğrenme çıktılarına program çıktılarına katkı düzeyleri Tablo 10'da verilmiştir. Tablo 10'da görüldüğü gibi devlet üniversitelerinde olduğu gibi vakıf üniversitelerinden bazılarında da ders öğrenme çıktılarına program çıktılarına katkı düzeyine ilişkin bilgilere ulaşılamamış ve bilgisine ulaşılan üniversitelerde ise katkı düzeyinin farklı derecelendirildiği görülmüştür. Dış Ticaret Muhasebesi dersine eğitim planında yer veren 4 üniversiteden 2'sinde dersin öğrenme çıktılarına program çıktılarına katkı düzeyine ilişkin bilgilere ulaşılmış ve katkı düzeyi yüksek olarak derecelendirilmiştir. Dış Ticaretin Finansmanı dersine eğitim planında yer veren 6 üniversiteden 2'sinde dersin öğrenme çıktılarına program çıktılarına katkı düzeyine ilişkin bilgilere ulaşılmış ve katkı düzeyi 1 üniversitede düşük, 1 üniversitede yüksek olarak derecelendirilmiştir.

Tablo 10. Vakıf Üniversitelerinde Alanla ilgili Muhasebe ve Finans Derslerinin Öğrenme Çıktılarının Program Çıktısına Katkı Düzeyi

Üniversite Adı	Genel Muhasebe Dersleri	Maliyet/Yönetim Muhasebesi	Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi	Lojistik Muhasebesi/Lojistik Maliyetleri	Temel Finans Dersleri	Dış Ticaretin Finansmanı	Uluslararası Finans
Atılım Üniversitesi	4	-	4	-	-	4	-
Çağ Üniversitesi	4	-	-	-	-	X	-
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	X	-	-	-	X	X*	-
İstanbul Kent Üniversitesi	X	-	X	-	X	X*	-
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	X	-	-	-	X	X	-
KTO Karatay Üniversitesi	2	-	X	-	1	-	2

Maltepe Üniversitesi	0	4	-	-	0	2	-
Niğantaşı Üniversitesi	5	-	4	-	-	-	4
Toros Üniversitesi	X	-	-	X	X	-	-

Katkı Düzeyi: 0: Katkısı Yok, 1.Çok Düşük, 2.Düşük, 3.Orta, 4.Yüksek, 5.Çok Yüksek

* Ders ilgili üniversitede seçmeli olup 2021-2022 akademik yılında açılmamıştır.

X : Ders öğrenme çıktılarının program yeterliklerine katkısı verilmemiş.

- : Üniversite Eğitim Planında bulunmayan ders.

Tablo 9 ve 10'da görüldüğü gibi üniversitelerin internet sayfalarında bulunan Bologna Bilgi Paketlerinden hem devlet hem de vakıf üniversitelerinin bazılarında yeterli bilgi bulunmadığı, bilgi bulunan üniversitelerde ise ders öğrenme çıktılarının program çıktılarına katkı düzeyinin dersin önemini yansıtacak şekilde derecelendirilmediği görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma sonucunda UTL lisans eğitimi verilen bölümlerin eğitim planlarında muhasebe ve finansman derslerinin gerek zorunlu gerekse seçmeli olarak farklı sayılarda olduğu görülmüştür. Özellikle alana yönelik muhasebe ve finans derslerinin bazı üniversitelerde hiç bulunmadığı, seçmeli ders olarak eğitim planlarında muhasebe ve finans derslerine yer verilen üniversitelerde de seçmeli derslerin açılma oranının yeterli düzeyde olmadığı görülmüştür. Eğitim planları hazırlanırken seçmeli dersler arasında çok sayıda muhasebe ve finans dersi konulmasına rağmen bu derslerin çok azının açıldığı görülmektedir. Özellikle üniversitelerde UTL alanına yönelik seçmeli muhasebe ve finans derslerinin dersi verebilecek bu alanda uzmanlaşmış öğretim elemanı görevlendirilememesinden dolayı açılmadığı düşünülmektedir.

Yapılan çalışma ile elde edilen bulgular doğrultusunda; alana yönelik muhasebe ve finans derslerine eğitim planlarında hiç yer vermeyen ya da yer vermekle birlikte derslerin açılmadığı üniversitelerin var olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu derslerin UTL eğitimindeki önemine dayanarak, üniversitelerin UTL lisans programlarında verilen zorunlu muhasebe ve finansman derslerinin sayı olarak artırılması gerektiği söylenebilir. UTL lisans programlarındaki muhasebe ve finans eğitiminin yeniden yapılandırılması, ders planlarında sektöre özgü muhasebe ve finans derslerine daha fazla yer verilerek, birbirinin devamı niteliğinde en az iki dönem olacak şekilde verilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda Türkiye genelinde UTL lisans programlarında verilen muhasebe ve finans derslerinin standardize edilmesinin öğrencilerin benzer öğrenme çıktıları ile mezun olmasına katkı sağlayacağı açıktır.

Bölümlerde Muhasebe ve Finans derslerinin program öğrenme çıktılarına katkı düzeylerine ilişkin bilgilere bazı üniversitelerde ulaşılamazken, bilgisine ulaşılan üniversitelerde de farklılık gösterdiği görülmüştür. Bazı üniversitelerde derslerin öğrenme çıktılarının program çıktılarına katkı düzeyi çok yüksek veya yüksek olarak belirlenmişken bazılarında ise düşük ya da çok düşük olarak belirlendiği görülmektedir. Diğer sektörlerdeki işletmelerde olduğu gibi uluslararası ticaret ve lojistik sektörü işletmelerinde de çeşitli yönetim kademelerinde alınacak kararlarda muhasebe ve finans bilgi sistemleri tarafından üretilen bilgilerin kullanıldığı göz önüne alındığında, muhasebe ve finans derslerinden edinilen öğrenme çıktılarının program çıktılarına önemli katkılar sağlayacağı açıktır. Bu bağlamda muhasebe ve finans derslerinin program çıktılarına katkı düzeylerinin gerçekçi bir şekilde gözden geçirilmesi önerilmektedir.

UTL lisans programları ile sınırlı olan bu araştırmanın, yüksek lisans ve doktora programlarında da yapılarak, lisansüstü UTL eğitiminin de muhasebe ve finans dersleri açısından incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Arabacı, Havva ve Yücel, Duygu, (2020). Lojistik sektörünün ekonomik büyümeye etkisi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (4), 78-84.
- Boğa, Oktay. (2019). Lojistik sektörünün muhasebe eğitiminden beklentileri üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde.
- Bozyiğit, Sezen, (2016). Türkiye’deki lojistikle ilgili lisans bölümlerinin ders programları üzerine bir inceleme. Journal of Yasar University, 11 (42), 133-149.
- Çıkmak, Sinan, (2016). Türkiye’de lojistik eğitiminin durumu ve lojistik eğitiminin geliştirilmesine yönelik öneriler. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (3), 1-13.
- Günaydın, Melih ve Dalkıran, Esra, (2021). Müzik öğretmen adaylarının aldıkları eğitimin öğrenme çıktılarının değerlendirilmesi. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 27(46), 67-81. <https://doi.org/10.35247/ataunigsed.836035>
- Holmes, Andrew G, (2019). Learning outcomes – A good idea, yet with problems and lost opportunities. Educational Process: International Journal, 8 (3), 159-169. Doi: 10.22521/edupij.2019.83.1
- Kara, Mehmet., Tayfur, Lütfü ve Basık, Hamit. (2009). Küresel ticarete lojistik üslerin önemi ve Türkiye. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (11), 69-84.
- Koban, Emine ve Keser, Hilal Yıldırım. (2013). Rekabet edebilirlikte Türk lojistik sektörünün istihdam yapısının analizi ve istihdama yönelik devlet destekleri. Çalışma İlişkileri Dergisi, 4 (2), 32-43.
- Koçyiğit, Seyhan Çil., Şenay, Feyza., Dursun, Tuğçe Nur ve Kahraman, Gizem. (2018). Türkiye’deki üniversitelerde sağlık yönetimi yüksek lisans eğitiminde muhasebe ve finansman dersleri üzerine bir araştırma. Öneri Dergisi, 13(49), 149-166.
- Mann, S. J. (2004). Guidelines for writing aims and intended learning outcomes at the programme and course level. Glasgow, <http://www.gla.ac.uk/media/media105307en.pdf>.
- Mirgen, Çağatay ve Emir, Süleyman, (2021). İşletme yönetimi önlisans programlarında okutulan zorunlu derslerde muhasebe ve finans derslerinin ağırlığı üzerine bir araştırma. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13 (3), 43-58.
- Otter, Sue. (1992). Learning outcomes in higher education. A development project report. London: Department for education, unit for the development of adult continuing education (UDACE). ERIC Number: ED354397. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED354397.pdf> (15.03.2022)
- Ozment, John & Keller, Scott B, (2011). The future of logistics education. Transportation Journal, 50 (1), 65-83.
- Özoğlu, Buket., Semir, Gül ve Büyükkelik, Arzum. (2020). Devlet üniversitelerinde lojistik eğitime yönelik bir araştırma. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4 (2), 19-35.
- TYYÇ, (2011). İşletme ve yönetim bilimleri temel alanı tanıtıcı özet bilgi. Erişim Adresi: <http://www.tyyc.yok.gov.tr/?pid=38> (25.03.2022)
- Yenidoğan, Tuğba Gürçaylılar, (2010). Öğrenme çıktıları: algısal boşlukların analizi. Öneri Dergisi, 9 (33), 207-215. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/maroneri/issue/17894/187681>

Sağlık Çalışanlarında Pozitif Psikolojik Sermaye, İş Performansı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma¹

A Research on the Relationship between Positive Psychological Capital, Job Performance and Organizational Commitment in Health Employees

Bogaç Orkun ESENGİN*
Gülcan ŞANTAŞ**

ÖZ

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarında pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılığın katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi de çalışmanın amaçları arasındadır. Araştırmanın evrenini Yozgat ili içerisinde faaliyet gösteren Yozgat Bozok Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ve Yozgat ili Sorgun ilçesinde hizmet vermekte olan Sorgun Devlet Hastanesinde görev yapan 400 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Anket 309 sağlık çalışanının katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada iş performansı ölçeği, örgütsel bağlılık ölçeği, psikolojik sermaye ölçeği ve demografik bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama araçlarının geçerliğini belirlemek için faktör analizi ve güvenirlikleri belirlemek için Cronbach alpha katsayısından yararlanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin testinde korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerinin pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performans algılarında farklılık oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık ve iş performansını; örgütsel bağlılığın ise iş performansını etkilediği tespit edilmiştir. Sağlık çalışanlarının pozitif psikolojik sermayelerini artırıcı uygulamalar hayata geçirilmelidir. Böylece sağlık kurumları için önem arz eden çalışanların örgütsel bağlılık ve iş performansı da artacaktır.

ANAHTAR KELİMELER

Pozitif Psikolojik Sermaye; Örgütsel Bağlılık; İş Performansı; Sağlık Çalışanları

ABSTRACT

This study aims to examine the relationships between positive psychological capital, job performance and organizational commitment in health employees in this research. In addition, it is among the aims of the study to determine whether positive psychological capital, job performance and organizational commitment differ according to the personal and demographic characteristics of the participants. The population of the research consists of 400 health employees working in Yozgat Bozok University Research and Training Hospital operating in Yozgat province and Sorgun Public Hospital serving in Sorgun district of Yozgat province. The survey was carried out with the participation of 309 health employees. In the research, job performance scale, organizational commitment scale, psychological capital scale and demographic information form were used as data collection tools. In the study, factor analysis was used to determine the validity of the data collection tools, and the Cronbach alpha coefficient was used to determine their reliability. Correlation and regression analyzes were used to test the hypotheses of the research. As a result of the analysis, it was determined that the personal and demographic characteristics of the participants made a difference in their positive psychological capital, organizational commitment and job performance perceptions. It was found that positive psychological capital affected organizational commitment and job performance; organizational commitment affected job performance. Practices that increase the positive psychological capital of health employees should be implemented. Thus, organizational commitment and job performance of employees, which are important for health institutions, will also increase.

KEYWORDS

Positive Psychological Capital; Organizational Commitment; Job Performance; Health Employees

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 25.11.2022		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 12.01.2023
Atıf		
	Esengin, B. O. ve Şantaş, G. (2023). Sağlık Çalışanlarında Pozitif Psikolojik Sermaye, İş Performansı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 62-82.	

¹ Bu çalışma Bogaç Orkun ESENGİN, (2022), "Pozitif Psikolojik Sermaye, İş Performansı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma" Yozgat Bozok Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yozgat, Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

* Sorgun Devlet Hastanesi, ORCID: 0000-0002-4194-1275

** Doç. Dr., Yozgat Bozok Üniversitesi, İİBF, Sağlık Yönetimi, gulcan.santas@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0488-9375

GİRİŞ

Sağlık kurumlarında her geçen gün teşhis, tedavi ve diğer süreçlerde pahalı teknolojilerin kullanımı artmaktadır. Ayrıca gelişen robotik cerrahi, sağlık sektörü ve sağlık kurumlarında yerini almaya başlamıştır. Her ne kadar yoğun teknoloji kullanılsa da hizmet sektörü olması nedeniyle, sağlık kurumlarında emek, diğer bir ifadeyle sağlık insan gücü, belirli bir noktaya kadar ikame edilemez özelliğini korumakta ve teknoloji sağlık insan kaynağını tamamlayıcı özellik göstermeye devam etmektedir. Bu nedenle sağlık hizmetlerinin sunumunda önemli bir rol oynayan sağlık insan gücünün yaşadığı olumsuz durumları azaltmaya ve örgüt içinde olumlu durumları artırmaya çalışan uygulamaların, iş ortamının, yönetici davranışlarının vb. neler olduğunu belirlemeye yönelik araştırmalar sağlık yönetimi disiplini içerisinde önem kazanmaktadır.

Sağlık kurumları yoğun, dinamik ve değişken bir çevrenin hâkim olduğu kurumlardır. Bu kurumlarda çalışan personelin sorun alanlarının belirlenmesi ve mevcut çalışma şartlarının iyileştirilmesi çalışanların iş başarılarına/performanslarına olumlu şekilde katkı sağlayabilir. Bu hususlar doğrultusunda sağlık yönetimi alan yazınında bir arada çalışılmamış pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansı kavramları bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmanın ilk değişkeni olan pozitif psikolojik sermaye, sosyal ve beşerî sermayenin ötesinde çalışanın kim olduğu sorusuna cevap vermektedir (Luthans ve Youssef, 2004). Daha çok çalışanların iyi taraflarına odaklanan pozitif psikolojik sermaye, çalışanların daha verimli ve iş ortamında daha başarılı olabilmeleri için gerekli olan beceri ve yeteneklerinin önemine vurgu yapmaktadır. Örgütlerin büyüme ve gelişme süreçlerini tamamlayabilmeleri için çalışanların performanslarını tam olarak sergilemeleri beklenmektedir (Luthans ve ark., 2008).

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan örgütsel bağlılık, bir işletme ile o işletmenin çalışanlarının aynı hedef ve hayalde olmasıdır (Mowday ve ark., 1982). Bireyin değerleri ile örgütün değerlerinin birbirleri ile tutarlı ve uyumlu olması durumunda, birey örgüt içinde daha olumlu tutum ve davranışlar sergileyebilmektedir. Çalışanlarının bağlılığını artırmaya yönelik olumlu faktörlerin geliştirilmesine yönelik çaba sarf eden örgütler, örgüte bağlılığı azaltan olumsuz faktörleri ortaya çıkarmaya ve bu faktörleri azaltmaya yönelik uygulamaların neler olduğunu araştırmaktadır (Yazar ve Özutku, 2019).

Çalışmanın değişkenlerinden iş performansı, çalışanların gösterdikleri çaba olarak nitelendirilmektedir. Kohli (1985) iş performansını bir personelin diğer bir personel ile kendini kıyaslaması sonucunda iş ile ilgili eylemlerin ve çıktıların verimlilik seviyesi olarak ifade etmektedir. Bir başka tanımda iş performansı çalışanlarca denetlenen ve bir örgütün amaçlarına ulaşması için katkı sağlayan davranışlar ve eylemler bütünü olarak ele alınmaktadır (Rotundo ve Sackett, 2002).

Bu araştırmada sağlık çalışanlarında pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılığın demografik değişkenlere göre analiz edilmesi de çalışmanın amaçları arasındadır. Alan yazın incelendiğinde, pozitif psikolojik sermaye kavramı daha çok örgütsel bağlılık ve iş performansı kavramları ile ayrı ayrı ele alınarak incelenmiştir. Ayrıca sağlık hizmetleri çerçevesinde yapılmış birçok çalışmada, sağlık personelinin geneli kapsama alınmamış olup, sağlık hizmeti sunan bazı meslek gruplarına odaklanıldığı söylenebilir. Bu çalışmada üç değişken bir arada incelenerek farklı meslek gruplarından sağlık çalışanları araştırma kapsamına dâhil edilmiş olup, bu yönüyle ilgili alanyazın için katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Pozitif Psikolojik Sermaye

Günümüzde örgüt yaşamında çalışanların değeri giderek artmaktadır. Örgüt yöneticileri bu çalışanları örgüte daha fazla katkı sağlayabilecek şekilde daha değerli hissettirmenin çeşitli yollarını aramaktadır. Bu sebeple örgüt yaşamında psikolojik sermaye konusu önemli konu başlıklarından biridir. Psikolojik sermaye çalışanın olumlu özelliklerinin tümü olarak değerlendirilmektedir. Çalışanın kişilik özelliklerinden ayrıldığı nokta psikolojik sermayenin geliştirilebilir ve değiştirilebilir olmasıdır (Erkuş ve Afacan Fındıklı, 2013). Psikolojik sermaye örgüt içinde görev yapan personelin kim olduğunu ve bu personelin psikolojik gelişim ile neleri başarabileceği konusunu ele almaktadır (Kumlu, 2017). Örgüt içinde yaşanan gelişmelerin pozitif olarak hissedilmesi ve çalışanın kendini geliştirebilmesi psikolojik sermayenin temel unsurunu oluşturmaktadır (Yıldız ve Örcü, 2016). İçinde bulunulan çalışma şartlarının zorluğu ile baş etmede umudun varlığı, başarı beklentisi, zorlayıcı hedefler konusunda çaba ve karşılaşılan problemlere çözüm üretebilme becerisi pozitif psikolojik sermayenin bileşenlerini oluşturmaktadır (Avey ve ark., 2008).

Pozitif psikolojik sermaye, çalışanların kimlerle iletişim halinde olduğu veya hangi konularda bilgi sahibi olduğu değil, kendi psikolojisi bağlamında örgüt içinde kendisini nasıl değerlendirdiği ve ifade edebildiğini konu edinmektedir (Akçay, 2012). Pozitif psikoloji daha çok çalışanların sorun yaşadıkları konulara değil, çalışanların iyi taraflarına odaklanmaktadır. Pozitif psikolojik sermaye, çalışanların daha verimli ve iş ortamında daha başarılı olabilmeleri için gerekli olan beceri ve yeteneklerinin önemine vurgu yapmaktadır. Örgütlerin büyüme ve gelişme süreçlerini tamamlayabilmeleri için çalışanların performanslarını tam olarak sergilemeleri beklenmektedir (Luthans ve ark., 2008).

Pozitif psikolojik sermaye dört alt boyuttan oluşmaktadır (Luthans ve ark., 2006):

- i. Öz-yeterlilik: Zorlu görevler sonucunda başarıya ulaşabilmeye gerekli gayreti göstermeyi sağlayacak güvene sahip olmak
- ii. Optimizm: İçinde bulunan zaman diliminde ve gelecekte başarılı olabilmek ihtimaline dair olumlu yönde bir beklenti
- iii. Umut: Hedeflere ulaşabilmek için kararlı olma ve başarıyı elde etmek için yeni bir tarz keşfedebilme
- iv. Dayanıklılık: Çeşitli güçlüklerle karşılaşıldığında toparlanabilme, direnç gösterebilme

1.2. Örgütsel Bağlılık

Araştırmanın değişkenlerinden biri olan örgütsel bağlılık, örgüt ile çalışanların amaçlarının bütünlük ve düzen içinde olmasıdır (Mowday ve ark., 1982). Bir diğer tanımda ise örgütsel bağlılık, içinde bulunulan örgüt ile bireyin kimlik birliğinin birleşimidir (Leong ve ark., 1996). Örgüte bağlılık duyan bir çalışan örgüt içi faaliyetlerde etkin olmak istemektedir, örgüt içinde kalmaya çabalamaktadır ve örgütün amaçlarına ulaşması için güçlü bir şekilde istek duymaktadır. Çalışanların işten ayrılma istekleriyle örgüte bağlılık hissetmeleri arasında genellikle ters bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Bu açıdan çalışanın örgütsel bağlılık seviyesi yüksek ise örgüt tarafından verilen sorumluluk ve görevleri bir iş olarak görmek yerine gönüllü şekilde yapmak istemektedir (Balcı, 2003).

Örgütsel bağlılığın üç boyutu bulunmaktadır. Bu üç boyut, Allen ve Mayer'in (1990) geliştirmiş olduğu, kabul görmüş ve akademik çalışmalarda yaygın şekilde kullanılan örgütsel bağlılık sınıflandırmasıdır:

• **Duygusal Bağlılık:** Tutumsal bağlılık olarak da bilinmektedir. Bu bağlılık türü bireyin örgütün amaçları ile uyumuna odaklanmaktadır. Çalışanın örgütle bütünleşmesini ve özdeşleşmesini incelemektedir. Çalışan kendi değerleri ile örgütün değerlerinin birbirleriyle örtüştüğünü hissettiği zaman örgüte duygusal olarak bağlanmaktadır (Wiener, 1982). Yüksek düzeyde duygusal bağlılığa sahip olanlar, kendi arzularıyla örgütün çalışanı olarak kalmaktadır (Hoş ve Oksay, 2009). Bu sebeple duygusal bağlılık, örgütlerde gerçekleşmesi en çok beklenen bağlılık türüdür (Tiryaki, 2005). Çalışanların örgütlerine duyduğu duygusal bağlılık arttığında, örgütün tamamına faydası artarak çalışanın bireysel ve toplumsal davranışları gelişmektedir (Eisenberger ve ark., 1986).

• **Devam Bağlılığı:** Örgüte devam bağlılığı hisseden birey, örgütten ayrılması durumunda seçeneklerinin sınırlılığının farkındadır. Çalışanların bu durumda katlanması gereken maliyet ve karşılıklarına çıkacak olan sorunlara örnek olarak, başka bir örgütün koşullarına adapte olabilmek, iş değiştirme sonucunda şehir değişikliği de gerekmesi durumunda göçün sebep olduğu zorluklar veya hak edilmiş olan tazminatlar konusunda uğranılabilecek zararlar gösterilebilmektedir (Aktay, 2010; Çetin, 2004). Eğitim, mekân değişikliği, yaş, çalışanın yeteneği ve mevcut alternatiflerin varlığı devam bağlılığını etkileyen faktörlerden bazılarıdır (Allen ve Mayer, 1990).

• **Normatif Bağlılık:** Çalışanın örgüte karşı yükümlülük duygusuna dayalı bağlılığını ifade etmektedir. Güçlü normatif bağlılığa sahip çalışanlar, öyle yapmaları gerektiğine inandıkları için, bir zorunluluk duygusuyla örgüt içinde çalışmaya devam etmektedir (Allen ve Meyer, 1996). Bir diğer ifadeyle, normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar kendilerini örgüte karşı zorunlu hissettikleri için örgütsel bağlılık duymaktadır (Özutku, 2008).

1.3. İş Performansı

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan iş performansı, örgütün amaçlarına ulaşma sürecinde çalışanların göstermiş olduğu davranışların bir sonucu şeklinde ifade edilmektedir (Miraglia ve ark., 2015). İş performansı çalışanların görevlerini gerçekleştirebilmek için gösterdikleri davranışlar ve gayretler ile birlikte hedeflerine ulaşma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Altaş ve Çekmecelioğlu, 2015). Çalışanların görevlerini ne kadar verimli yerine getirdikleri konusu, iş performansı başlığıyla incelenebilmektedir (Torlak ve Kuzey, 2019). Genellikle iş performansı çalışanın işi yapmak için sahip olması beklenen bilgi, beceri, uzmanlık ve davranışına dayanmaktadır (Pawirosumarto ve ark., 2017). Buradan hareketle iş performansı, çalışanların gösterdikleri çaba olarak nitelendirirken, Kohli (1985) çalışanın diğer bir çalışan ile kendini kıyaslaması

sonucunda iş ile ilgili eylemlerinin ve çıktılarının verimlilik seviyesi olarak ifade etmektedir. Bir başka tanımda iş performansı çalışanlarca denetlenen ve bir örgütün amaçlarına ulaşması için katkı sağlayan davranışlar ve eylemler bütünü olarak ele alınmaktadır (Rotundo ve Sackett, 2002).

Benligiray'a (2020) göre iş performansı bir görevi yerine getiren çalışanın, grubun ya da örgütün o görev ile amaçlanan hedef doğrultusunda ulaşabildiği yeri gösteren sayısal ve niteliksel bir değerlendirmedir. Birey ve grup performansı örgüte yapılan iş ile ulaşmak istenen amaç yönünde, birey ya da grubun tanımlanan amaçları ve standartları ne derece sağlayabildiğinin ölçüsüdür. Örgütsel performans ise sistemin genel performansını ifade etmektedir. Örgütler için bireysel performans hepsinden önce gelmektedir. Örgüt ancak çalışanın göstereceği bireysel performans kadar iyi olabilmektedir (Çöl, 2008).

Çalışanların iş performansını belirleyen üç faktör bulunmaktadır (Paşa, 2007). Bu faktörler bilgi, beceri ve odaklanmaya dayalı olgunluk ile örgüt amaçları ve çalışanın amaçlarının birbiri ile uyumudur. Bireysel olarak daha iyi performans elde edilebilmesi bu üç faktörün birlikte ele alınması ile mümkün olabilmektedir. Örgüt yönetiminin bu faktörlerden hangisinin, ne kadarının ve ne zaman gerektiğini belirleyebilme konusunda performansa odaklanması beklenmektedir. Bireysel performans bireylerin yetenekleri, inanç ve değerleri ile ilişkili olmaktadır (Morillo, 1990).

1.4. Pozitif Psikolojik Sermaye, Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Arasındaki İlişki

Bu çalışmada iş performansı, örgütsel bağlılık ve pozitif psikolojik sermaye ilişkisi ve alanyazın incelemesi doğrultusunda değişkenlerin birbirlerine olan etkisi araştırılmaktadır. Her üç değişkenin bir arada olduğu çalışmaya rastlanmadığından, değişkenler arasındaki ilişki ve etki ikiyeşerli olarak ele alınmış ve araştırmanın modeli ve hipotezleri bu şekilde oluşturulmuştur.

Alanyazında pozitif psikolojik sermaye iş performansı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Karaman ve ark. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışma Hatay ilinde iki özel hastane çalışanları üzerinde yapılmış, psikolojik sermaye ve iş performansı arasında anlamlı bir ilişki ve etki olduğu görülmüştür. Kızanıklı ve Çöp (2017) tarafından otel çalışanlarında yürütülen bir çalışmada, pozitif psikolojik sermayenin iş performansını etkilediği belirlenmiştir. Erkuş ve Afacan Fındıklı (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada psikolojik sermayenin iş performansını anlamlı şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Avey ve ark. (2011), psikolojik sermayenin hem öznel hem de nesnel performansı anlamlı şekilde etkilediğini saptamıştır. Peterson ve ark. (2011) tarafından yapılan çalışmada da benzer bulguya ulaşılmıştır.

Çalışmada incelenen bir diğer değişken grubu pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık üzerinde pozitif psikolojik sermayenin etkisini araştıran sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Uygungil ve İşcan (2018) tarafından yapılan çalışmada sağlık çalışanlarında pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılığı etkilediği saptanmıştır. Çakmak ve Arabacı (2017) tarafından öğretmenler üzerinde yapılan çalışmada pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılığı pozitif şekilde etkilediği belirlenmiştir. Çınar (2011) tarafından beyaz yakalı çalışanlarda yürütülen bir çalışmada, pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılığı pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği belirlenmiştir.

Çalışmada incelenen üçüncü ilişki, örgütsel bağlılık ve iş performansıdır. Şimşek Evren ve Çalıcı (2022) otel mutfak çalışanlarında örgütsel bağlılık-iş performansı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu bulgusunu elde etmiştir. Uludağ (2018) tarafından kamu kurumu çalışanlarında yapılan çalışmada örgütsel bağlılığın iş performansı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Iraz ve Akgün'ün (2011) bankacılık sektöründe yaptıkları çalışmada örgütsel bağlılık ve iş performansı arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Zincirkıran ve ark. (2015) tarafından enerji sektöründe gerçekleştirilen çalışmada örgütsel bağlılık ve performans arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada, sağlık personeli örnekleminde pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye, iş performansı ve örgütsel bağlılığın katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi de çalışmanın amaçları arasındadır. Literatür incelendiğinde, bu üç değişkenin bir arada olduğu çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ile özellikle sağlık çalışanları odağında pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansı arasındaki ilişki ve etkilerin araştırılmış olmasının alanyazına katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

2.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli ve amaçları doğrultusunda şu hipotezler oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Psikolojik sermaye, örgütsel bağlılığı istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Hipotez 2: Psikolojik sermaye, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Hipotez 3: Örgütsel bağlılık, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Hipotez 4: Psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

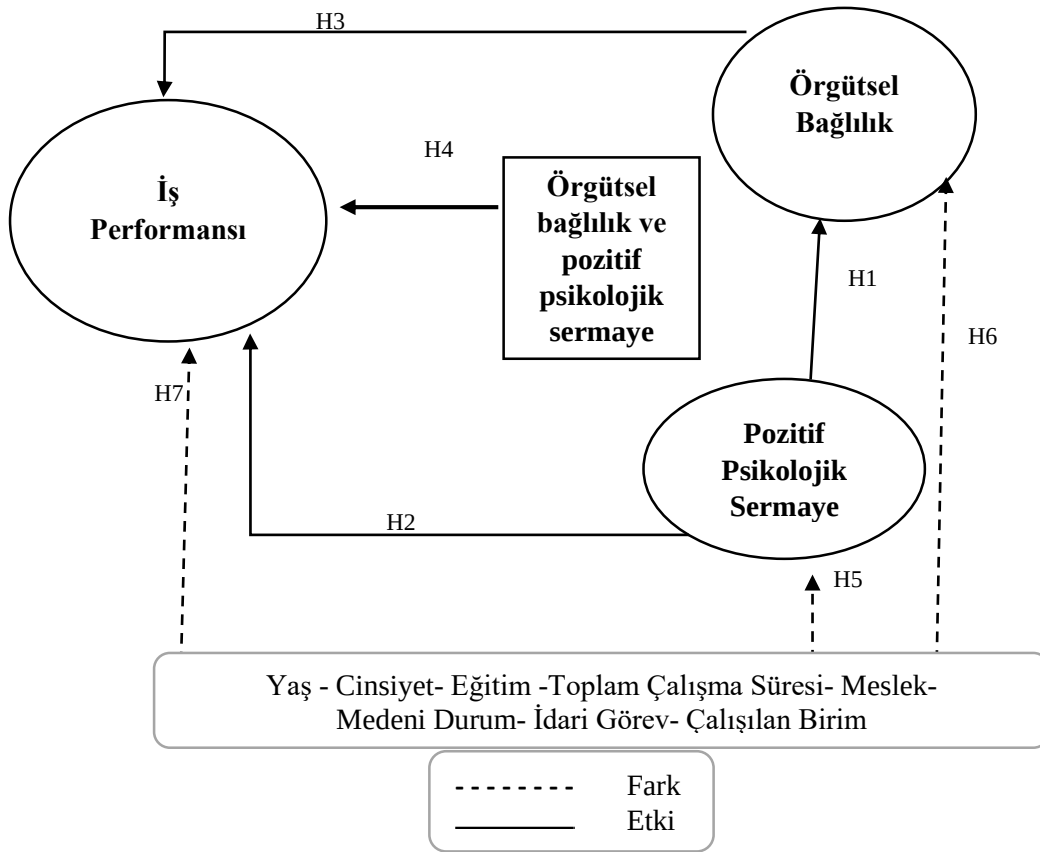
Hipotez 5: Katılımcıların psikolojik sermaye algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.

Hipotez 6: Katılımcıların örgütsel bağlılık algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.

Hipotez 7: Katılımcıların iş performansı algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.

Araştırmanın hipotezlerine ilişkin araştırma modeli Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



2.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Yozgat ili içerisinde faaliyet gösteren Yozgat Bozok Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ve Yozgat ili Sorgun ilçesinde hizmet vermekte olan Sorgun Devlet Hastanesi’nde görev yapan 400 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Araştırmadaki veriler, uygulanacağı merkezlerde yönetici birimlerden izin alınarak toplanmıştır. Seçilen hastanelerde çalışmakta olan tüm personele ulaşılabilceği düşünüldüğünden örneklem seçimi tercih edilmemiştir. COVID-19 pandemisi nedeniyle çevrimiçi anket yöntemi tercih edilmiştir. Çalışanlar, gönüllülük esas alınarak ankete katılmışlardır. Veri toplama aracı, 15 Ekim 2021 – 15 Aralık 2021 tarihleri arasında uygulanmıştır. Ankete toplamda 308 çalışan geri dönüş yapmıştır.

Bu araştırma için Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu, Sorgun Devlet Hastanesi ve Yozgat Bozok Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinden izinler alınmıştır.

i. Sorgun Devlet Hastanesi'nden E-92198687-772.02 sayılı yazı ile Yozgat İl Sağlık Müdürlüğü etik kurul komisyonundan 29.06.2022 tarihinde izin alınmıştır.

ii. Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan E-55135017-770-30983 sayılı, 25/01 karar numaralı ve 29.09.2022 tarihli yazı ile izin alınmıştır.

iii. Yozgat Bozok Üniversitesi Araştırma ve uygulama Hastanesi'nden 22.06.2022 tarihinde izin alınmıştır.

iv. Araştırmada kullanılan ölçekler için, yazarlardan izin alınmıştır.

2.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında yer alan katılımcılara kişisel ve demografik bilgileri içeren veri toplama formu (9 soru), Psikolojik Sermaye Ölçeği (24 soru), Örgütsel Bağlılık Ölçeği (18 soru), ve İş Performansı Ölçeği (4 soru) uygulanmıştır.

Katılımcıların işgören performans algıları, Kirkman ve Rosen (1999) ile Sigler ve Pearson (2000) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda yararlanılan "İşgören Performansı Ölçeği" yardımıyla araştırılmıştır. Bu ölçek, Çöl (2008) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış olup, tek boyut ve dört ifadede oluşmaktadır. Ölçekteki ifadeler katılım, beşli Likert şeklindedir (1: Hiçbir Zaman; 2: Nadiren; 3: Bazen; 4: Sık Sık; 5: Her Zaman).

Katılımcıların pozitif psikolojik sermaye algılarını ölçmede, Luthans ve ark. (2007) tarafından geliştirilen "Psikolojik Sermaye Anketi (PCQ-24)" kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Erkuş ve Afacan Fındıklı (2013) tarafından yapılmıştır. Ölçek yirmi dört maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri, 5'li Likert tipindedir.

Çalışmada kullanılan "Örgütsel Bağlılık Ölçeği", Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Wasti (2000) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 18 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri, 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır.

"Kişisel ve Demografik Bilgi Formu", katılımcıların kişisel özelliklerini ortaya koyan sorular içermektedir. Bu formda; katılımcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, vb. gibi sorular yer almaktadır.

2.5. Veri Toplama Araçlarının Geçerlik ve Güvenirliği

Araştırmada veri toplama araçlarının geçerliğini belirlemek için faktör analizi, güvenilirlikleri belirlemek için Cronbach alpha katsayısında yararlanılmıştır.

Tablo 1'de görüldüğü üzere Psikolojik Sermaye Ölçeğine ilişkin KMO değeri ve Bartlett Küresellik testi sonuçları faktör analizinin uygulanabilir olduğunu göstermektedir (Alpar, 2022). Açıklanan toplam varyans %57,758 olarak hesaplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda araştırma ölçeğinin dört boyuta sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin geneli için Cronbach's alpha değerinin 0,912 olduğu görülmektedir. Ayrıca Tablo 1'e bakıldığında Öz Yeterlilik boyutu için 0,886, Umut için 0,851 Dayanıklılık için 0,739 Optimizm için 0,619 değerleri hesaplanmıştır. Cronbach alpha değerlerinin 0,60'ın üzerinde olması nedeniyle ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 1: Psikolojik Sermaye Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Analiz Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Testi		0,947	
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare	3519,530	
	df	276	
	p	0,000	
Açıklanan Toplam Varyans (%)		57,758	
Cronbach Alpha		0,912	
Faktör/İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
Öz Yeterlilik		22,588	0,886
1. Uzun dönemli bir soruna çözüm bulabilmek için analiz yaparken kendime güvenirim.	0,681		
2. Üst yönetimle veya amirlerimle yaptığım toplantılarda işimle (uzmanlık alanımla) ilgili konularda kendime güvenirim.	0,759		
3. Çalıştığım kurumun stratejisi ve amaçları hakkındaki fikir tartışmalarına katkı sağlarken kendime güvenirim.	0,660		
4. Çalışma alanımla ilgili hedef ve amaçların belirlenmesine yardım ederken kendime güvenirim.	0,753		
5. Kurum dışında temas kurduğum insanlarla (müşteriler, tedarikçiler gibi) çeşitli sorunları tartışırken kendime güvenirim.	0,720		
6. Çalışma arkadaşlarıma bilgi aktarırken kendime güvenirim.	0,683		
Umut		16,423	0,851
7. Kendimi işler arasında sıkışmış bir halde bulursam, bu karışıklıktan kurtulmanın pek çok yolu olduğunu bilirim.	0,508		
8. İşimle ilgili amaçlarımı şu anda enerjik olarak takip edebiliyorum.	0,598		
9. Bir problemin pek çok çözüm yolu olduğunu düşünürüm.	0,542		
10. Şu anda kendimi işimle ilgili oldukça başarılı görüyorum.	0,538		
11. Şu anda yaptığım işle ilgili amaçlarıma ulaşabilmenin pek çok yolunu bulabilirim.	0,595		
12. İşimle ilgili koymuş olduğum amaçlarımı şu ana kadar gerçekleştirdiğimi düşünüyorum.	0,580		
Dayanıklılık		11,955	0,739
13. İşimle ilgili bir engelle karşılaştığımda, bundan kurtulmak konusunda sorunlar yaşarım.	0,781		
14. İşimle ilgili ortaya çıkan güçlüklerle genellikle öyle ya da böyle başa çıkabilirim.	0,593		
15. Mecbur kalırsam işimde “kendi başıma” da çalışabilirim.	0,730		
16. İş yerinde bana sıkıntı veren şeylerden uzak durmaya çalışırım.	0,551		
17. Daha önceden edindiğim tecrübeler sayesinde iş yerimdeki zorlukların üstesinden gelebilirim.	0,656		
18. İşimde pek çok şeyin üstesinden sırasıyla gelebileceğimi hissediyorum.	0,594		
Optimizm(iyimserlik)		6,791	0,619
19. İşimle ilgili konular bana belirsiz ve karmaşık geldiğinde, genellikle en iyisini yapacağımı ümit ederim.	0,589		
20. İşimle ilgili bazı şeylerin ters gitme ihtimali varsa ters gideceğini düşünürüm	0,781		
21. İşimle ilgili bardağın hep dolu tarafını görmeye çalışırım.	0,720		
22. İşim söz konusu olduğunda gelecekte yaşayacaklarım konusunda iyimserim.	0,713		
23. İşimle ilgili hiçbir şeyin istediğim şekilde gitmediğini düşünürüm.	0,629		
24. İşime her zaman “her zorluğun sonunda bir hayır vardır” diye yaklaşıyorum.	0,606		

Tablo 2'ye bakıldığında, Örgütsel Bağlılık Ölçeğine ilişkin KMO değeri 0.932 olarak tespit edilmiştir. Bartlett Küresellik testi sonuçlarının ($X^2=3471,466$ $p<0.001$) anlamlı olduğu görülmektedir. Açıklanan toplam varyans %65,363 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin 3 boyutlu olduğu belirlenmiş ve boyutlar ölçeğin geliştiricilerinin isimlendirdiği şekilde duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık şeklinde isimlendirilmiştir. Cronbach's alpha değerinin 0,885 ve boyutlar için hesaplanan alfa değerinin de 0,60'ın üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Analiz Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Testi		0,932	
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare	3471,466	
	df	153	
	p	0,000	
Açıklanan Toplam Varyans (%)		65,363	
Cronbach Alpha		0,885	
Faktör/İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
Duygusal Bağlılık		40,382	0,945
1. Çalışmakta olduğum kurumda zaman geçirmek beni çok mutlu eder.	0,806		
2. Çalıştığım kurumun meselelerini gerçekten kendi meselelerimmiş gibi hissediyorum.	0,806		
3. Kendimi çalıştığım kuruma ait hissediyorum.	0,864		
4. Kendimi çalıştığım kuruma "duygusal olarak bağlı" hissediyorum.	0,884		
5. Kendimi çalıştığım kurumda "ailenin bir parçası" olarak görüyorum.	0,893		
6. Çalıştığım kurum benim için çok şey ifade ediyor.	0,904		
Devam Bağlılığı		16,278	0,611
7. Şu anda kendi isteğimden ziyade mecburiyetten dolayı bu kuruluştaki çalışıyorum.	0,601		
8. İstesem de şu anda çalıştığım kurumdan ayrılmak çok zor olur.	0,546		
9. Şu anda çalıştığım kurumdan ayrılacak olsam hayatım alt üst olur.	0,717		
11. Çalıştığım kuruma kendimden o kadar çok şey verdim ki, buradan ayrılmayı düşünemiyorum.	0,590		
12. Çalıştığım kurumdan ayrılacak olsam, başka bir iş bulma imkânımın sınırlı olacağını düşünüyorum.	0,785		
Normatif Bağlılık		8,703	0,730
13. Bu kurumda çalışmaya devam etmek için zorunluluk hissetmiyorum.	0,821		
14. Benim için avantajlı da olsa çalıştığım kurumdan şu anda ayrılmanın doğru olmadığını düşünüyorum.	0,524		
15. Çalıştığım kurumdan ayrılırsam kendimi güçlü hissederim.	0,760		
16. Çalıştığım kurumun sadakat gösterilecek bir kurum olduğunu düşünüyorum.	0,815		
17. Buradaki insanlara karşı yükümlülük hissettiğim için çalıştığım kurumdan şu anda ayrılamam.	0,623		
18. Çalıştığım kuruma çok şey borçluyum.	0,741		

Tablo 3'e bakıldığında, İş Performansı Ölçeğine ilişkin KMO değeri ve Bartlett Küresellik testi sonuçları faktör analizinin yapılmasının uygun olduğunu göstermektedir. Açıklanan toplam varyans %69,025 ve Cronbach's alpha değeri 0,849'dur.

Tablo 3: İş Performansı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Analiz Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Testi		0,811	
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare	517,105	
	df	6	
	p	0,000	
Açıklanan Toplam Varyans (%)		69,025	
Cronbach Alpha		0,849	
Faktör/İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
İş Performansı		69,025	0,849
1. Görevlerimi tam zamanında tamamlarım.	0,797		
2. İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum.	0,852		
3. Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim.	0,866		
4. Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim.	0,807		

2.6. Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda toplanan veriler SPSS 25.0 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analizlerde bazı değişkenlere düşen gözlem sayısının az olması nedeniyle non-parametrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. İki grup arasındaki farklılıkların test edilmesinde Mann-Whitney U testi ve ikiden fazla bağımsız grup arasındaki farklılıkların test edilmesinde ise Kruskal Wallis Varyans Analizi kullanılmıştır. Çalışmada ayrıca değişkenler arası ilişkiyi belirlemek için Korelasyon analizi ve değişkenlerin birbirlerine olan etkisini belirlemek için Regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde, katılımcılar ile ilgili tanımlayıcı bilgiler ve analiz sonuçları verilmektedir. Tablo 4'de katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, toplam çalışma süresi, unvan, medeni durum, çalışılan birim, kadro durumu ve idari görevinin olup olmadığına ilişkin sorulara verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların yaş gruplarında en fazla yoğunlaşma 38 yaş ve üzerinde olmuştur. Katılımcıların yarısından fazlası (%56,5) kadındır. Çalışmanın katılımcılarının eğitim durumlarına bakıldığında, kişilerin %56,5'i lisans mezunudur. Katılımcıların, %42,2'si sağlık sektöründe 10 yıl ve daha fazla süredir çalışmaktadır. Araştırma kapsamında yer alan kişilerin unvanlarına bakıldığında, katılımcıların % 58,4'ünü ebe ve hemşireler, %24,4'u sağlık teknisyen ve teknikerleri, %9,7'sini diğer sağlık personeli, % 7,5'ini ise idari personel oluşturmaktadır. Katılımcıların %65,3'ü evlidir. Katılımcıların çalıştıkları birimlerdeki dağılımlarına bakıldığında ilk iki sırada cerrahi (%28,9) ve dâhili birimler (%27,9) yer almaktadır. Katılımcıların yaklaşık üçte ikisi (%61,7) devlet memuru statüsündedir. Araştırmada yer alan kişilerin %85,7'sinin idari görevi bulunmamaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistikleri

DEĞİŞKENLER	Sayı	%
Yaş (yıl)		
≤25	76	24,7
26-31	75	24,4
32-37	78	25,3
≥38	79	25,6
Cinsiyet		
Kadın	174	56,5
Erkek	134	43,5

Eğitim		
Lise	41	13,3
Ön Lisans	71	23,1
Lisans	174	56,5
Lisans Üstü	22	7,1
Toplam Çalışma Süresi (Yıl)		
≤3	91	29,5
4-9	87	28,2
≥10	130	42,2
Unvan		
Hemşire/Ebe	180	58,4
Sağlık Teknisyeni/ Teknikeri	75	24,4
Diğer Sağlık Personeli	30	9,7
İdari Personel	23	7,5
Medeni Durum		
Evli	201	65,3
Bekâr	107	34,7
Çalışılan Birim		
Dâhili Birimler	86	27,9
Acil veya Yoğun Bakım	73	23,7
Cerrahi Birimler	89	28,9
Laboratuvar/Görüntüleme Birimleri	40	13,0
İdari Birimler	20	6,5
Kadro		
657 Devlet Memuru	190	61,7
4/B Sözleşmeli	98	31,8
Diğer	20	6,5
İdari Görev		
Evet	44	14,3
Hayır	264	85,7
Toplam	308	100,0

Tablo 5'te araştırmanın değişkenlerinin istatistikleri verilmektedir. Psikolojik sermaye boyutlarına ilişkin ortalamalar incelendiğinde, en yüksek puanın öz yeterlilik (4,31) ve en düşük puanın optimizm (3,66) boyutuna, örgütsel bağlılık ölçeğinde ise en yüksek puanın duygusal bağlılık (3,65) ve en düşük puanın devam bağlılığı (3,23) boyutuna verildiği görülmektedir. Araştırmaya katılan kişilerin iş performansı ortalaması 4,34'tür. Bu çalışmaya katılan kişilerin pozitif psikolojik sermaye ve iş performansı algılarının yüksek ve örgütsel bağlılık algılarının ise orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 5: Araştırma Değişkenlerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Boyutlar	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Psikolojik Sermaye Ölçeği	308	2,00	4,96	4,00	0,58
Öz Yeterlilik	308	1,17	5,00	4,31	0,67
Umut	308	1,83	5,00	4,09	0,71
Dayanıklılık	308	1,83	5,00	3,94	0,67
Optimizm	308	1,00	5,00	3,66	0,62
Örgütsel Bağlılık Ölçeği	308	1,00	5,00	3,42	0,80
Duygusal Bağlılık	308	1,00	5,00	3,65	1,15
Devam Bağlılığı	308	1,00	5,00	3,23	0,75
Normatif Bağlılık	308	1,00	5,00	3,36	0,81
İş Performansı Ölçeği	308	2,75	5,00	4,34	0,69

Psikolojik sermaye algılarının kişisel ve demografik özelliklerine göre analiz sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır. Analiz bulgularına göre, yaş arttıkça ölçeğin boyutları ve ölçeğin tümüne ilişkin ortalamaların arttığı belirlenmiştir. Toplam çalışma süresine göre, öz yeterlilik, umut, dayanıklılık, optimizm ve ölçeğin geneli boyutları istatistiksel olarak anlamlıdır. Analiz sonuçları, psikolojik sermaye düzeyi boyut ortalamalarının toplam çalışma süresi 10 yıl ve üzerinde olanlar için en fazla, toplam çalışma süresi 4-9 yıl olanlar için ise en az olduğu göstermektedir. Katılımcıların meslek grupları ile psikolojik sermaye düzeylerinin arasındaki farklılığa yönelik analiz incelendiğinde, sağlık teknisyeni/teknikerinin öz yeterlilik, dayanıklılık ve ölçeğin geneli için ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları ile psikolojik sermaye düzeylerinin arasındaki farklılığa yönelik analizde, öz yeterlilik boyutunun anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Evli olanların ortalamaları bekârlara göre istatistiksel olarak daha yüksektir. Çalışılan birime yönelik analiz sonuçlarına göre öz yeterlilik, dayanıklılık, ölçeğin tümü için anlamlı farklılık hesaplanmıştır. Anlamlı farklılık bulunan boyutlarda en düşük ortalama acil ve yoğun bakım çalışanlarında iken en yüksek ortalama ise laboratuvar/görüntüleme birimleri çalışanlarındadır. Kadro değişkeni için yapılan analiz sonucuna göre, optimizm dışındaki tüm boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık elde edilmiştir. Boyut ortalamaları diğer kadroda çalışanlarda en yüksek iken 4/B sözleşmeli çalışanlarda ise en düşüktür. Katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerinden cinsiyet, eğitim düzeyi ve idari görev durumu istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır. Bu bulgulara göre H5 kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Psikolojik Sermaye Algılarının Kişisel ve Demografik Özelliklerine Göre Analiz Sonuçları

BOYUTLAR	YAŞ								χ^2	p		
	≤25		26-31		32-37		≥38					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
Öz Yeterlilik	76	131,97	75	145, 97	78	161,63	79	177,23	11,403	0,010		
Umut	76	127,21	75	144,62	78	168,96	79	175,85	14,773	0,002		
Dayanıklılık	76	130,85	75	147,73	78	162,21	79	176,06	11,083	0,011		
Optimizm	76	148,24	75	137,71	78	156,09	79	174,89	7,258	0,044		
Ölçeğin Tümü	76	128,50	75	143,66	78	164,53	79	179,91	15,019	0,002		
BOYUTLAR	TOPLAM ÇALIŞMA SÜRESİ								χ^2	p		
	≤3 yıl		4-9 yıl		≥10 yıl							
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.						
Öz Yeterlilik	91	145,67	87	128,14	130	178,32		18,142	0,000			
Umut	91	140,82	87	137,24	130	175,63		12,831	0,002			
Dayanıklılık	91	144,98	87	138,14	130	172,11		9,116	0,010			
Optimizm	91	156,92	87	130,01	130	169,20		10,261	0,006			
Ölçeğin Tümü	91	144,68	87	129,74	130	177,95		16,856	0,000			
BOYUTLAR	MESLEK								χ^2	p		
	Hemşire/Ebe		Sağlık Teknisyeni /Teknikeri		Diğer Sağlık Personeli		İdari Personel					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
Öz Yeterlilik	180	143,53	75	171,98	30	167,10	23	166,91	9,788	0,039		
Umut	180	144,82	75	167,92	30	170,35	23	165,83	5,192	0,158		
Dayanıklılık	180	141,10	75	173,60	30	171,42	23	161,98	10,497	0,015		
Optimizm	180	147,11	75	165,19	30	161,40	23	168,43	3,085	0,379		
Ölçeğin Tümü	180	143,52	75	170,96	30	170,58	23	164,50	8,699	0,042		
BOYUTLAR	MEDENİ DURUM								Z	p		
	Evli				Bekâr							
	n	Sıra Ort.		n	Sıra Ort.							
Öz Yeterlilik	201	162,39		107	139,67		-2,151	0,031				
Umut	201	159,09		107	145,87		-1,246	0,213				
Dayanıklılık	201	156,24		107	151,23		-0,472	0,637				
Optimizm	201	152,91		107	157,50		-0,432	0,666				
Ölçeğin Tümü	201	158,69		107	146,63		-1,132	0,258				
BOYUTLAR	ÇALIŞILAN BİRİM										χ^2	p
	Dâhili Birimler		Acil ve Yoğun Bakım		Cerrahi Birimler		Laboratuvar/ Görüntüleme Birimleri		İdari Birimler			
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.		
Öz Yeterlilik	86	148,82	73	143,50	89	143,23	40	193,09	20	192,05	14,206	0,007
Umut	86	142,31	73	149,97	89	152,97	40	177,69	20	183,90	6,771	0,142
Dayanıklılık	86	146,85	73	141,21	89	144,67	40	202,08	20	184,53	17,148	0,002
Optimizm	86	147,17	73	148,61	89	149,51	40	175,96	20	186,80	6,181	0,186
Ölçeğin Tümü	86	145,06	73	145,23	89	146,57	40	191,74	20	189,75	12,601	0,013
BOYUTLAR	KADRO										χ^2	p
	657 Devlet Memuru				4/B Sözleşmeli		Diğer					
	n		Sıra Ort.		n	Sıra Ort.	n		Sıra Ort.			
Öz Yeterlilik	190		153,77		98	144,78	20		209,05		8,841	0,012
Umut	190		161,19		98	130,98	20		206,18		14,757	0,001
Dayanıklılık	190		158,68		98	138,57	20		192,83		7,309	0,026
Optimizm	190		154,12		98	149,33	20		183,48		2,469	0,291
Ölçeğin Tümü	190		158,59		98	136,05	20		206,08		11,326	0,003

Örgütsel bağlılık boyutları ile katılımcıların kişisel ve demografik özellikleri için yapılan analiz sonuçlarına göre, yaş değişkeni için devam bağlılığı boyutu dışında diğer boyutlar için istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Puan ortalamaları, 38 ve üzeri yaş grubunda en yüksektir. Toplam çalışma sürelerine duygusal bağlılık ve ölçeğin tümü boyutları için anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Puan ortalamaları 10 yıl ve üzeri çalışanlarda en yüksektir. Meslek değişkeni için örgütsel bağlılık boyutlarının tümü için anlamlı farklılık olduğunu göstermektedir. Analiz sonucuna göre meslek grubu içerisinde örgütsel bağlılık düzeyi en

yüksek çalışan grubu idari personeldir ($p < 0,05$). Çalışılan birim değişkeni için yapılan analiz sonuçlarının tamamı anlamlıdır. Analiz sonucuna göre idari birim çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri diğer birim çalışanlarına göre daha fazladır ($p < 0,05$). Kadro durumlarına göre duygusal bağlılık ve ölçeğin tümü için anlamlı farklılık saptanmıştır. Ortalamalar, 657 Devlet Memurları kadrosunda çalışanlarda en yüksektir. İdari görev değişkeni için devam bağlılığı dışındaki tüm boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Örgütsel bağlılık, idari görevi olanlarda daha yüksektir. Analiz sonuçlarına göre, örgütsel bağlılığın cinsiyete, eğitim seviyesine, medeni duruma göre farklılaşmadığı saptanmıştır ($p > 0,05$) (Tablo 7). Bu bulgulara göre H6 kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Kişisel ve Demografik Özelliklerine Göre Analiz Sonuçları

BOYUTLAR	YAŞ								χ²	p		
	≤25		26-31		32-37		≥38					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
Duygusal Bağlılık	76	146,68	75	138,19	78	156,83	79	175,20	8,471	0,038		
Devam Bağlılığı	76	148,40	75	148,69	78	157,31	79	163,11	1,503	0,682		
Normatif Bağlılık	76	141,57	75	141,17	78	162,02	79	172,17	9,984	0,042		
Ölçeğin Tümü	76	144,34	75	140,93	78	158,40	79	173,31	8,409	0,043		
BOYUTLAR	TOPLAM ÇALIŞMA SÜRESİ								χ²	p		
	≤3 yıl		4-9 yıl		≥10 yıl							
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.						
Duygusal Bağlılık	91	142,16	87	141,09	130	172,11			8,857	0,012		
Devam Bağlılığı	91	141,60	87	163,07	130	157,79			2,912	0,233		
Normatif Bağlılık	91	145,41	87	145,77	130	166,71			4,249	0,120		
Ölçeğin Tümü	91	141,87	87	146,85	130	168,46			5,672	0,039		
BOYUTLAR	MESLEK								χ²	p		
	Hemşire/Ebe		Sağlık Teknisyeni /Teknikeri		Diğer Sağlık Personeli		İdari Personel					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
Duygusal Bağlılık	180	152,44	75	155,78	30	141,48	23	183,46	8,206	0,031		
Devam Bağlılığı	180	156,97	75	148,20	30	138,52	23	176,54	7,910	0,040		
Normatif Bağlılık	180	150,70	75	151,67	30	160,92	23	185,13	7,297	0,038		
Ölçeğin Tümü	180	153,63	75	151,91	30	144,00	23	183,46	7,932	0,032		
BOYUTLAR	ÇALIŞILAN BİRİM										χ²	p
	Dâhili Birimler		Acil ve Yoğun Bakım		Cerrahi Birimler		Laboratuvar /Görüntüleme Birimleri		İdari Birimler			
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.		
Duygusal Bağlılık	86	149,71	73	153,04	89	145,97	40	154,75	20	217,90	11,296	0,023
Devam Bağlılığı	86	152,16	73	153,15	89	161,97	40	126,98	20	191,33	7,999	0,042
Normatif Bağlılık	86	157,82	73	148,40	89	148,29	40	151,26	20	196,63	5,450	0,244
Ölçeğin Tümü	86	153,37	73	150,61	89	151,45	40	143,28	20	209,60	8,555	0,033
BOYUTLAR	KADRO										χ²	p
	657 Devlet Memuru				4/B Sözleşmeli		Diğer					
	n		Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n		Sıra Ort.				
Duygusal Bağlılık	190		162,16	98	139,40	20		155,75		7,255	0,038	
Devam Bağlılığı	190		159,37	98	146,08	20		149,50		1,519	0,468	
Normatif Bağlılık	190		159,48	98	146,71	20		145,30		1,565	0,457	
Ölçeğin Tümü	190		161,94	98	141,51	20		147,45		8,542	0,045	
BOYUTLAR	İDARİ GÖREV										Z	p
	EVET					Hayır						
	n		Sıra Ort.	n		Sıra Ort.						
Duygusal Bağlılık	44		197,86	264		150,61	7,886		0,039			
Devam Bağlılığı	44		159,32	264		153,70	-0,386		0,697			
Normatif Bağlılık	44		191,92	264		141,60	-7,405		0,027			
Ölçeğin Tümü	44		171,89	264		151,60	-7,499		0,032			

Katılımcıların kişisel ve demografik özellikleri ile iş performansı düzeylerinin arasındaki farklılığa yönelik analiz incelendiğinde, yaş ilerledikçe iş performansına ilişkin ortalamaların arttığı görülmektedir. Buna göre iş performansı ortalaması en yüksek 38 yaş ve üzerindekielerde en düşük ise 25 yaş ve altındakilerdedir. İş performansı ortalaması; en yüksek lisansüstü, en düşük ise lise grubundadır. Diğer bir ifadeyle eğitim düzeyi

arttıkça iş performansının arttığı söylenebilir. Analiz sonuçları, iş performansı boyutu için toplam çalışma süresi değişkeninde istatistiksel olarak farklıdır. Ortalamalara bakıldığında ortalama puanın 10 yıl ve üzeri çalışanlarda en yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların meslekleri için yapılan analiz sonuçları göre en yüksek ortalamanın diğer sağlık personelinde en düşük ortalamanın ise hemşire/ebe grubundadır. Analiz sonucu, iş performansının çalışılan birim değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığını göstermektedir. Laboratuvar/görüntüleme ve idari birimlere ilişkin ortalamalar diğer birimlerin ortalamalarından daha yüksektir. Analiz sonucuna göre iş performansı kadro değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Diğer kadro durumunda olan personelin iş performansı 657 Devlet Memuru ve 4/B sözleşmeli personelin ortalamasından daha yüksektir. Cinsiyet, medeni durum ve idari görev değişkenleri istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur (Tablo 8). Bu bulgulara göre H7 kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların Kişisel ve Demografik Özellikleri ile İş Performansı Düzeylerinin Arasındaki Farklılığa Yönelik Analiz

BOYUT	YAŞ								χ^2	p		
	≤25		26-31		32-37		≥38					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
İş Performansı	76	141,16	75	141,33	78	160,87	79	173,54	7,744	0,042		
BOYUT	EĞİTİM								χ^2	p		
	Lise		Ön Lisans		Lisans		Lisansüstü					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
İş Performansı	41	136,34	71	147,47	174	156,91	22	189,66	7,090	0,034		
BOYUT	TOPLAM ÇALIŞMA SÜRESİ								χ^2	p		
	≤3 yıl		4-9 yıl		≥10 yıl							
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
İş Performansı	91	155,41	87	132,02	130	168,90			9,422	0,009		
BOYUT	MESLEK								χ^2	p		
	Hemşire/Ebe		Sağlık Teknisyeni /Teknikeri		Diğer Sağlık Personeli		İdari Personel					
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
İş Performansı	180	144,02	75	158,84	30	190,40	23	175,57	9,298	0,026		
BOYUT	ÇALIŞILAN BİRİM								χ^2	p		
	Dâhili Birimler		Acil ve Yoğun Bakım		Cerrahi Birimler		Laboratuvar/ Görüntüleme Birimleri				İdari Birimler	
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.			n	Sıra Ort.
İş Performansı	86	147,59	73	147,73	89	144,14	40	188,83	20	186,35	11,202	0,024
BOYUT	KADRO								χ^2	p		
	657 Devlet Memuru		4/B Sözleşmeli		Diğer							
	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.	n	Sıra Ort.				
İş Performansı	190	151,95	98	151,78	20	192,05			8,003	0,035		

Tablo 9’da yapılan korelasyon analizi sonuçları verilmektedir. Örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye arasında orta derecede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkide bulunmaktadır ($r=0,309$; $p<0,01$). İş performansı ve psikolojik sermaye arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki olduğu saptanmıştır ($r=0,718$; $p<0,01$). İş performansı ve örgütsel bağlılık arasında ise zayıf derecede pozitif yönlü ilişki söz konusudur ($r=0,230$; $p<0,01$). İş performansı ve psikolojik sermaye boyutları öz yeterlilik ($r=0,683$; $p<0,01$), umut ($r=0,640$; $p<0,01$), dayanıklılık ($r=0,612$; $p<0,01$) ve optimizm ($r=0,528$; $p<0,01$) arasında güçlü düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel bağlılık ve iş performansı değişkenleri için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre; duygusal bağlılık ($r=0,241$ $p<0,01$), devam bağlılığı ($r=0,105$ $p<0,01$), normatif bağlılık ($r=0,219$; $p<0,01$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Fakat devam bağlılığı ile ilişki saptanmamıştır. Örgütsel bağlılık ve öz yeterlilik ($r=0,179$; $p<0,01$), umut ($r=0,315$; $p<0,01$), dayanıklılık ($r=0,221$; $p<0,01$) ve optimizm ($r=0,357$; $p<0,01$), arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında zayıf düzeyde pozitif yönde ilişki tespit edilmiştir. Psikoloji sermaye ile duygusal bağlılık ($r=0,332$ $p<0,01$), devam bağlılığı ($r=0,136$; $p<0,01$) ve normatif bağlılık ($r=0,287$; $p<0,01$) arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına göre zayıf düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9: Araştırmanın Katılımcılarının Psikolojik Sermaye, Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Algılarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Psikolojik Sermaye Ölçeği (1)	1									
Öz Yeterlilik (2)	0,866**	1								
Umut (3)	0,897**	0,736**	1							
Dayanıklılık (4)	0,873**	0,692**	0,700**	1						
Optimizm (5)	0,789**	0,516**	0,618**	0,611**	1					
Örgütsel Bağlılık Ölçeği (6)	0,309**	0,179**	0,315**	0,221**	0,357**	1				
Duygusal Bağlılık (7)	0,332**	0,197**	0,310**	0,252**	0,393**	0,920**	1			
Devam Bağlılığı (8)	0,136**	0,071	0,209**	0,076	0,104	0,778**	0,567**	1		
Normatif Bağlılık (9)	0,287**	0,164**	0,275**	0,201**	0,357**	0,883**	0,709**	0,593**	1	
İş Performansı Ölçeği (10)	0,718**	0,683**	0,640**	0,612**	0,528**	0,230**	0,241**	0,105	0,219**	1

** p<0,01

Korelasyon analizlerinin ardından değişkenler arasındaki etkiyi saptayabilmek için regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizleri için ön şart niteliğindeki koşullar Durbin Watson değerleri ve çoklu bağlantıyı gösteren Tolerance ve VIF değerleridir. Tablo 10 incelendiğinde bu değerlerin kabul edilebilir ve regresyon modellerinin kullanılabilir olduğu söylenebilir (Alpar, 2022). Regresyon analizinin ilk modele göre örgütsel bağlılıktaki değişimin yaklaşık %10'u pozitif psikolojik sermaye tarafından açıklanmaktadır. İkinci modelde, pozitif psikolojik sermayenin, iş performansı üzerinde pozitif yöndeki etkisi %52'dir. Buna göre pozitif psikolojik sermaye her iki değişkeni de etkilemektedir. Üçüncü modele göre örgütsel bağlılık değişkeninin, iş performansına etkisi %5'dir. Dördüncü modelde ise, iş performansı üzerinde pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık etkisi analiz edilmiştir. Model anlamlı olup, açıklama yüzdesi %51,2'dir. Modelde psikolojik sermaye anlamlı ancak örgütsel bağlılık anlamsız bulunmuştur. Buna göre psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık ayrı ayrı olarak iş performansını anlamlı şekilde etkilemekte iken modele birlikte girdiklerinde örgütsel bağlılık anlamsız olmaktadır. Bu bulgulara göre H1, H2 ve H3 kabul edilmiştir ve H4 kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 10: Araştırmanın Katılımcılarının Psikolojik Sermaye, Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Algıları Arasındaki Etkinin Belirlenmesi İçin Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	S.H.	β	t	p	R	R ²	F	p	Durbin-Watson	Çoklu Bağlantı	
												Tolerans	VIF
Örgütsel Bağlılık	(Sabit)	1,717	0,304		5,647	0,000							
	Psikolojik Sermaye	0,428	0,075	0,309	5,692	0,000	0,309	0,096	32,400	0,000	1,822	1,00	1,000
İş Performansı	(Sabit)	0,912	0,193		4,739	0,000							
	Psikolojik Sermaye	0,828	0,048	0,718	18,031	0,000	0,718	0,515	325,116	0,000	1,728	1,00	1,00
İş Performansı	(Sabit)	3,665	0,169		21,629	0,000							
	Örgütsel Bağlılık	0,199	0,048	0,230	4,139	0,000	0,230	0,053	17,127	0,000	1,093	1,00	1,00
İş Performansı	(Sabit)	0,899	0,203		4,436	0,000							
	Psikolojik Sermaye	0,855	0,050	0,715	17,053	0,000						0,904	1,106
	Örgütsel Bağlılık	0,008	0,036	0,009	0,215	0,830	0,718	0,515	162,074	0,000	1,726	0,902	1,117

Tablo 11 incelendiğinde hipotezlerin ilk üçünün kabul edildiği, kalan dördünün ise kısmen kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 11: Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

	Hipotezler	Sonuç
H1	Psikolojik sermaye, örgütsel bağlılığı istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.	Kabul
H2	Psikolojik sermaye, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.	Kabul
H3	Örgütsel bağlılık, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.	Kabul
H4	Psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık, iş performansını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.	Kısmen kabul
H5	Katılımcıların psikolojik sermaye algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.	Kısmen kabul
H6	Katılımcıların örgütsel bağlılık algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.	Kısmen kabul
H7	Katılımcıların iş performansını algısında kişisel ve demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde fark vardır.	Kısmen kabul

TARTIŞMA

Bu araştırma; pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansı arasındaki ilişkinin sağlık çalışanları örnekleminde incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca sağlık çalışanlarının sosyo-demografik özelliklerinin psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansına ilişkin algılarında farklılık oluşturup oluşturmadığının ortaya konması da araştırmanın amaçları arasında yer almıştır. Çalışma bulgularının tartışması, çalışmaya ilişkin sonuç ve öneriler şu şekildedir:

Araştırma sonucunda, pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye arasında zayıf derecede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki vardır. Psikolojik sermaye ile örgütsel bağlılığın boyutları arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre örgütsel bağlılıktaki değişimin yaklaşık %10'u psikolojik sermaye tarafından açıklanmaktadır. Alan yazında yapılan çalışmalar araştırmanın bulgusunu destekler niteliktedir (Çınar, 2011; Çakmak ve Arabacı, 2017; Uygungil ve İşcan, 2018; Yazar ve Özutku, 2019; Yalap ve Baygın, 2020). Bu durumda çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin artırılması ile içinde bulunduğu örgüte olan bağlılığında artış olabileceği söylenebilir. Yüksek örgütsel bağlılığın faydaları (iş gören devir hızının azalması, iş gören performansının artması, hasta/müşteri memnuniyetinin artması vb.) göz önüne alındığında sağlık kurumları yöneticilerinin bu faydalardan yararlanmalarında çalışmada pozitif psikolojik sermaye algısının artırılması önem arz etmektedir.

Çalışmanın bir diğer bulgusu, pozitif psikolojik sermayenin iş performansını etkilediği yönündedir. Alanyazındaki diğer çalışmalarda da benzer bulgu tespit edilmiştir (Erkuş ve Afacan Fındıklı, 2013; Öğüt ve Kaplan, 2015; Kızanıklı ve Çöp, 2017; Karaman ve ark., 2020; Çavmak ve Acar, 2020). Çalışanların iş performansını artırmak isteyen yöneticilerin çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeylerini artırmaları önerilmektedir.

Çalışma sonucunda örgütsel bağlılığın iş performansı üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık boyutları ile iş performansı arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgular alanyazında yer alan çeşitli çalışmalarla uyumludur (Uygur, 2007; Rafiei ve ark., 2014; Koçak, 2017; Boz ve ark., 2021). Buna göre sağlık kurumları yöneticileri için diğer hedef ve amaçların yanında oldukça önem arz eden iş performansını artırmak için yapılması gerekenler arasında çalışanların örgüte (hastaneye) bağlılığını artırmak da yer almaktadır. Bu durumda çalışanların iş dağılımı, ücret, çalışma koşulları, hizmet içi eğitimleri, ihtiyaçları olduğunda yöneticilerine kolaylıkla ulaşabilmeleri gibi hususların dikkate alınması önerilebilir. Ayrıca çalışmada pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılığın iş performansı üzerinde kısmen etkisi olduğu saptanmıştır. Analiz sonucuna göre; pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılığın iş performansını açıklama yüzdesi %51,2'dir. Psikolojik sermaye iş performansını anlamlı olarak etkilemektedir. Ancak örgütsel bağlılık modelde anlamsız bulunmuştur. Yapılan incelemelerde pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık değişkenlerinin aynı anda modellenerek iş performansına etkisinin araştırıldığı bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Analiz sonucu yorumlandığında pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık ayrı ayrı iş performansını etkilemekle birlikte modele birlikte alındığında pozitif psikolojik sermaye değişkeni anlamlı iken örgütsel bağlılık değişkeni anlamlı bulunmamaktadır.

Bir diğer araştırma bulgusu, katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerinin pozitif psikolojik sermaye algısına kısmen etkisi olduğu yönündedir. Yaş değişkeni açısından tüm boyutların istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve yaş arttıkça ortalamaların arttığı belirlenmiştir. Alanyazında bu bulguyu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Yıldız ve Örüçü, 2016; Akduru, 2019). Pozitif psikolojik sermaye toplam çalışma süresi 10 yıl ve üzerinde olanlar için en fazla, toplam çalışma süresi 4-9 yıl olanlar için ise en azdır. Erkmen ve Esen (2012) tarafından yürütülen bir araştırmada kıdem yükseldikçe pozitif psikolojik algının yükseldiğini belirlemiştir. Çalışanların mesleklerini yaparken kurumda geçirdikleri süre ile birlikte tecrübelerinin artmasının bu durumu ortaya çıkardığı söylenebilir. Meslek değişkeni için psikolojik sermaye hemşire/ebe grubunda en az olarak belirlenmiştir. Yıldız ve Örüçü (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmada doktor ve diş hekimlerinin pozitif psikolojik sermaye düzeyinin düşük olduğu belirlenmiştir. Medeni durum değişkenine göre psikolojik sermaye boyutlarından öz yeterlilik boyutunda ortalama puan evlilerde daha yüksektir. Koç ve Keklik (2019) tarafından yapılan çalışmada anlamlı olmamakla birlikte evli olanların ortalamasının bekârlara göre yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum evliliğin sosyallik, hayat açısından düzen şeklinde ifade edilen faydalarının bir sonucu şeklinde yorumlanabilir. Çalışılan birime göre psikolojik sermaye algısında en düşük ortalama acil ve yoğun bakım çalışanlarında iken en yüksek ortalama ise laboratuvar/görüntüleme birimleri çalışanlarıdır. Kadro durumuna göre psikolojik sermaye algısı diğer kadroda çalışanlarda en yüksek iken 4/B sözleşmeli çalışanlarda ise en düşüktür. Diğer kadro durumları ele alınacak olunursa 4924 sayılı kanuna göre sözleşmeli çalışmakta olan personel aynı kadro ve kıdemdeki personele göre daha yüksek ücret almaktadır. Ücret düzeyinin yüksek olması psikolojik sermayeyi artırmaktadır. 4/B sözleşmeli personelin tayin hakkının olmaması, eşit işe daha düşük ücret, izin haklarının ilk bir yıldan sonra tanımlanması gibi sebeplerin pozitif psikolojik sermayelerinde düşük ortalamaya sebep olabilir.

Çalışmanın bir diğer bulgusuna göre, katılımcıların kişisel ve demografik özellikleri örgütsel bağlılık algısını kısmen etkilemektedir. Yaş değişkeni için devam bağlılığı boyutu dışında diğer boyutlar için farklılık olduğu saptanmıştır. Skor ortalamaları, 38 ve üzeri yaş grubunda en yüksektir. Alanyazında bu bulguyu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Durna ve Eren, 2005; Özkaya ve ark., 2006). Bu durumun sebebi, ilerleyen yaş ile birlikte kişinin olgunlaşması, olası iş imkânı alternatiflerinin azalması ve yeni bir düzen kurma durumunun zorlaşması olabilir. Toplam çalışma süresine göre örgütsel bağlılık puan ortalamaları 10 yıl ve üzeri çalışanlarda en yüksek bulunmuştur. Çalışmanın bu bulgusunun ortaya çıkmasında çalışma ortamına ve çalışma arkadaşlarına olan aşinalık, kurulmuş olan sıkı dostluklar ve ayrıca başka bir örgütte, aynı hakları, pozisyonu ve rahatlığı yaşamamanın olası olamayacağı düşüncesinin etkili olduğu düşünülmektedir. Meslek grubu içerisinde örgütsel bağlılık düzeyi en yüksek çalışan grubu idari personeldir. Yapılmış olan çalışmalar araştırmanın bu bulgusunu destekler niteliktedir (Günlük, 2010; Şimşek ve Aslan, 2012). Çalışılan birim değişkeni için yapılan analizlerde idari birim çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri diğer birim çalışanlarına göre daha fazla iken hastalarla doğrudan iletişim yoğun olduğu birimlerde örgütsel bağlılık daha düşüktür. Bu durumu hastalarla doğrudan iletişim halinde çalışan personelin mesai dışı saatlerde de çalışma, hasta ve yakınları tarafından daha fazla şiddete uğrama ve daha stresli koşullarda çalışmanın ortaya çıkardığı düşünülebilir. Kadro değişkeni için 657 Devlet Memurları kadrosunda çalışanlarda örgütsel bağlılık daha yüksektir. Bu durum 657 sayılı kanunla verilmiş olan iş güvencesiyle, kendilerini güvende hissetmeleri, işten çıkarılma kaygısı olmaması ile açıklanabilir. Başka bir neden ise diğer kadro çalışanlarıyla aralarında bulunan sosyal haklar ve ücret farkı olabilir. Örgütsel bağlılık, idari görevi olanlarda daha yüksektir. Bunun nedeni; daha fazla söz sahibi olma, fikirlerini beyan edebilme veya bir konuda fikrine müracaat edilme olabilir.

Araştırmanın bir diğer bulgusundan hareketle, katılımcıların kişisel ve demografik özelliklerinin iş performansı algısına kısmen etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Yaş ilerledikçe iş performansına ilişkin ortalamalar artmaktadır. Bu durum yaşı ilerlemesiyle birlikte mesleki tecrübenin artması ile açıklanabilir. İş performansı boyutunda eğitim düzeyi arttıkça iş performansının arttığı söylenebilir. Alanyazında bu bulguyla tutarlı çalışmalar bulunmaktadır (Tayfun ve Çatır, 2013; Türkoğlu ve Yurdakul, 2017). Artan eğitimle beraber iş ile ilgili bilgi artmakta ve bu durumun da iş performansını arttığı söylenebilir. İş performansı boyutu için toplam çalışma süresi değişkeninde, ortalama puanın 10 yıl ve üzeri çalışanlarda en yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum çalışanların kıdemlerinin arttıkça işi daha iyi bilmelerinin, uzmanlaşmalarının doğal sonucu olduğunu göstermektedir. İş performansı algısında en yüksek ortalama diğer sağlık personelinde en düşük ortalama ise hemşire/ebe grubundadır. Hemşireler sağlık sektöründe birçok birimde çalıştırılmaktadır. Çalışılan birimlerin farklılaşması daha fazla iş yükü doğurmakta ve her bir birimde şartlar değişmektedir. Ayrıca hemşirelerin sayısal yetersizliği iş yüklerini artırmakta ve hastanelerin matris örgütlenme yapısı hemşirelerden beklentileri artırmaktadır. Bu durumların hemşirelerde iş performansını azalttığı söylenebilir. Laboratuvar/görüntüleme ve idari birimlere ilişkin iş performansı ortalamaları diğer birimlerin ortalamalarından daha yüksektir. Bunun nedeni; sağlık sektörü içerisinde bazı meslek gruplarının

hastalarla daha az etkileşim içerisinde olmaları ile açıklanabilir. Ayrıca idari personelin vardiyalı sistemde çalışmalarının da sonucu etkilediği düşünülmektedir. Diğer kadro durumunda çalışan personelin iş performansı 657 devlet memuru ve 4/B sözleşmeli personelin ortalamasından daha yüksektir. 4/B sözleşmeli olarak işe başlayan personelin ilk bir yıl içerisinde izin haklarının olmaması ve dört yıl boyunca başka bir yere tayin olamamalarının iş performanslarını etkilediği düşünülmektedir. Ayrıca diğer kadrosunda çalışan personel arasında iş güvencesinin daha az olduğu grupların da yer almasının dikkate alınması gereklidir. Diğer bir ifadeyle bu grupta yer alan personelin işe devam edebilmeleri için yüksek performansa sahip olmalarının gerekli oluşu, bu grupta iş performansını artıran husus olarak görülmektedir.

Çalışma sonucunda, yaş ve deneyimi daha fazla olan çalışanların pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansları daha yüksek olarak belirlenmiştir. Bu nedenle genç ve işe yeni başlayan/iş tecrübesi az olan personele gerek hizmet içi eğitim gerekse yönetici ve deneyimli çalışanların katkıları ile yaptıkları işin olumlu ve olumsuz yönlerinin anlatılması, örgütün üyesi olmanın kendilerine katkısının somut örneklerle anlatılması önerilebilir. Hemşire/ebe unvanındaki personele yöneticileri tarafından daha fazla zaman ayrılarak örgütsel bağlılık ve iş performansları artırılmaya çalışılmalıdır. Çalışanların kadro farklılıkları pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansları etkileyebilmektedir. Bu nedenle çeşitli faydaları için (özellikle kırsal ve yerleşim yerlerine hizmet götürebilme, hızlı atama süreci vb.) tercih edilen sözleşmeli sağlık personeli uygulaması gözden geçirilmelidir.

Çalışmada doğrudan hasta ve hasta yakını ile iletişim halindeki birimlerde çalışan personelin pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performanslarının düzeyinin düşük olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle daha yoğun ve vatandaşla direkt iletişim halindeki birimlerde çalışan personel için hizmet içi eğitim, birimler arası rotasyon, mümkünse daha fazla ücret gibi uygulamalar önerilebilir. Sağlık çalışanlarının pozitif psikolojik sermayelerini artırıcı uygulamalar hayata geçirilmelidir. Böylece sağlık kurumları için önem arz eden çalışanların örgütsel bağlılık ve iş performansı da artacaktır. Pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansının artırılması için çalışanların iş güvencesinin sağlanmasının, sağlıkta şiddetin azaltılması, çalışanların sorunları olduğunda rahatça dile getirebilecekleri bir örgüt ikliminin oluşturulması, iş sağlığı ve güvenliği, ücret, özlük hakları konusunda olumlu adımlar atılması önerilebilir.

Bu araştırma, Yozgat Bozok Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ve Sorgun Devlet Hastanesi çalışanları ile sınırlıdır. Araştırma, verilerin toplanmış olduğu örneklem ile sınırlıdır. Bu nedenle araştırma sonuçları, Yozgat ya da Türkiye'nin tamamı için geçerli değildir. Gelecekte farklı şehirler ya da Türkiye'yi kapsayan çalışmaların yapılması önerilebilir. Pozitif psikolojik sermayenin örgütsel davranışın güncel konuları (örgütsel sağlık, örgütsel patoloji vb.) ile ilişkisi araştırılabilir. Pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve iş performansını artırmaya yönelik nitel araştırmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akçay, V.H. (2012). Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Tatmini İle İlişkisi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 123-140.
- Akduru, H.E. (2019). Farklılık İkliminin Pozitif Psikolojik Sermaye Üzerindeki Etkisinde Etik Liderlik ve Psikolojik Güvenliğin Rolü: Bir Araştırma, Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktay, D.D. (2010). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki ve Askeri Hastanede Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Allen, N.J., Meyer, J.P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Allen, N.J., Meyer, J.P. (1996). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(3), 252-276.
- Alpar, R. (2022). Spor Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik Güvenirlik: SPSS’de Çözümleme Adımları ile Birlikte, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Altaş, S.S., Çekmecelioğlu, H.G. (2015). Örgütsel Adalet Algısının İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Üzerindeki Etkileri: Okul Öncesi Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29(3), 421-439.
- Avey, J.B., Reichard, R.J., Luthans, F., Mhatre, K.H. (2011). Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes Behaviors and Performance. *Human Resource Development Quart*, 22(2), 127-152.
- Avey, J.B., Wersing, T.S., Luthans, F. (2008). Can Positive Employees Help Positive Organization Change? Impact of Psychological Capital and Emotions on Relevant Attitudes and Behaviors. *Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70.
- Balcı, A. (2003). Örgütsel Sosyalleşme Kuram Strateji ve Taktikler, Pagem Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Benligiray, S. (2020). İnsan Kaynakları Yönetimine Giriş, H.Z. Tonus, D. Paşaoğlu Baş (Eds.), İnsan Kaynakları Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Boz, D., Duran, C., Uğurlu, E. (2021). Örgütsel Bağlılığın İş Performansına Etkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 345-355.
- Çakmak, M.S., Arabacı, İ.B. (2017). Öğretmenlerin Pozitif Psikolojik Sermaye Algılarının İş Doyumları ve Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(62), 890-909.
- Çavmak, D., Acar, F. (2020). Pozitif Psikolojik Sermaye ile Performans Algısı Arasındaki İlişki: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 7(2), 203-212.
- Çetin, M.Ö. (2004). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Çınar, E. (2011). Pozitif Psikolojik Sermayenin Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çöl, G. (2008). Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Durna, U., Eren, V. (2005). Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-220.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Erkmen, T., Esen, E. (2012). Psikolojik Sermaye Konusunda 2003-2011 Yıllarında Yapılan Çalışmaların Kategorik Olarak İncelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 89-103.
- Erkuş, A., Fındıklı, M.A. (2013). Psikolojik Sermayenin İş Tatmini, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42(2), 302-318.
- Günlük, M. (2010). Muhasebecilerin Mesleki ve Örgütsel Bağlılık, İş Memnuniyeti ve İşten Ayrılma Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Hoş, C., Oksay, A. (2015). Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık ile İş Tatmini İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 1-24.
- Iraz, R., Akgün, Ö. (2011). Örgütsel Bağlılığın Çalışan Performansı Üzerine Etkilerini Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 225-250.
- Karaman, M., Macit, M., Kuşcu Karatepe, H. (2020). Psikolojik Sermayenin İş Performansına Etkisi: Sağlık Çalışanlarında Bir Uygulama. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 127-146.
- Kızanlık, M., Çöp, S. (2017). Otel İşletmesi Çalışanlarında Pozitif Psikolojik Sermaye ile İş Performansı Algısı Arasındaki İlişki. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 268-287.
- Kirkman B.L., Rosen, B. (1999). Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team Empowerment. *Academy of Management Journal*, 42 (1), 58-74.
- Koç, A.D., Keklik, B. (2019). Hastane Çalışanlarının Demografik Özelliklerinin Pozitif Psikolojik Sermaye ve Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi İle Aralarındaki İlişkinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(4), 1045-1066.
- Koçak, H. (2017). İşletmelerde Örgütsel Bağlılık Kavramı ve İş Performansı Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kohli, A.K. (1985). Some Unexplored Supervisory Behaviors and Their Influence on Salespeople's Role Clarity, Specific Self-Esteem, Job Satisfaction and Motivation. *Journal of Marketing Research*, 22(4), 424-433.

- Kumlu, T. (2017). Otel işletmesi Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermaye Düzeyleri ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Leong, C., Furnham, A., Cooper, C. (1996). The Moderating Effect of Organizational Commitment on the Occupational Stress Outcome Relationship. *Human Relations*, 49(10), 1345-1363.
- Luthans, F., Youssef, C.M. (2004). Human, Social and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160.
- Luthans, F., Avey, J.B., Patera, J.L. (2008). Experimental Analysis of a Webbased Training Intervention to Develop Positive Psychological Capital. *Academy of Management Learning and Education*, 7(2), 209-221.
- Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B., Norman, S.M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Vogelgesang, G.R., Lester, P.B. (2006). Developing the Psychological Capital of Resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1), 25-44.
- Miraglia, M., Alessandri, G., Borgogni, L. (2015). Trajectory Classes of Job Performance: The Role of Self-Efficacy and Organizational Tenure. *Career Development International*, 20(4), 424-442.
- Morillo, C.R. (1990). The Reward Event and Motivation. *The Journal of Philosophy*, 87(4), 169-186.
- Mowday, R.T., Porter, L.W., Steers, R.M. (1982). *Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*, Academic Press, New York.
- Öğüt, A., Kaplan, M. (2015). Sağlık Sektöründe Psikolojik Sermayenin İş Performansı Üzerindeki Etkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(30), 86-99.
- Özkaya, M.O., Deveci Kocakoç, İ., Karaa E. (2006). Yöneticilerin Örgütsel Bağlılıkları ve Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkileri İncelemeye Yönelik Bir Alan Çalışması. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 75-90.
- Özutku, H. (2008). Örgüte Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılık ile İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79-97.
- Paşa, M. (2007). Stresin Bireysel Performans Üzerindeki Etkileri ve Bir Uygulama. Doktora Tezi. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Pawirosumarto, S., Sarjana, P., Muchtar, M. (2017). Factors Affecting Employee Performance of PT. Kiyokuni Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 59(4), 602-614.
- Peterson, S.J., Luthans, F., Avolio, B.J., Walumbwa, F.O., Zhang, Z. (2011). Psychological capital and Employee Performance: A Latent Growth Modeling Approach. *Personnel Psychology*, 64(2), 427-450.
- 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.
- Rotundo, M., Sackett, P.R. (2002). The Relative Importance of Task, Citizenship and Counter Productive Performance: A Policy Capturing Approach. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 66-80.
- Sigler, T.H., Pearson, C.M. (2000). Creating an Empowering Culture: Examining The Relationship Between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment. *Journal of Quality Management*, 5(1), 27-52.
- Şimşek Evren, E., Çakıcı, A.C. (2022). Örgüte ve Yöneticiye Bağlılığın İş Performansına Etkisinde Gelirin Düzenleyici Rolü: Otel Mutfak Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 754-778.
- Şimşek, M.Ş., Aslan, Ş. (2012). Meslekî ve Örgütsel Bağlılığın, Örgütsel Davranışa İlişkin Sonuçlarla İlişkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(23), 414-454.
- Tayfun, A., Çatır, O. (2013). Örgütsel Sessizlik ve Çalışanların Performansları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 114-134.
- Tiryaki, T. (2005). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Torlak, N.G., Kuzey, C. (2019). Leadership, Job Satisfaction and Performance Links in Private Education Institutes of Pakistan. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(2), 276-295.
- Türkoğlu, T., Yurdakul, Ü. (2017). Mobilya Endüstrisinde Çalışanların İş Doyumu İle İş Performansı Arasındaki İlişkinin Araştırılması. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 18(1), 88-97.
- Uludağ, G. (2018). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 171-193.
- Uygungil, S., Işcan, Ö. (2018). Pozitif Psikolojik Sermaye, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 435-453.
- Uygur, A. (2007). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması Yönelik Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 71-85.
- Wasti, S.A. (2000). Meyer ve Allen'in Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlilik Analizi. 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Wiener, Y. (1982). Commitment in Organizations: A Normative View. *Academy Management Review*, 7(3), 418-428.
- Yalap, O., Baygın, E. (2020). Psikolojik Sermaye ve Örgütsel Bağlılık Etkileşimi: Öz-Şefkatin Aracı Rolü. *Journal of Organizational Behavior Review*, 2(1), 49-67.

- Yazar, F., Özutku, H. (2019). Psikolojik Sermayenin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma. AKÜ İİBF Dergisi, 21(2), 70-81.
- Yıldız, H., Örü, E. (2016). Sağlık Sektörü Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermaye Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 14(1), 269-285.
- Zincirkıran, M., Çelik, G. M., Ceylan, A. K., Emhan, A. (2015). İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti, İş Stresi ve İş Tatmininin Örgütsel Performans Üzerindeki Etkisi: Enerji Sektöründe Bir Araştırma. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, 52(600), 59-71.

Katılım Bankalarının Kârlılığı Üzerinde Sürdürülebilirlik Performanslarının Etkisi: Panel Veri ile Türkiye Üzerine Bir Uygulama

The Effect of Sustainability Performance on the Profitability of Participation Banks: An Application on Turkey with Panel Data

Fatih AKBAŞ *

ÖZ

Sürdürülebilir bankacılığa geçişte, bankaların sürdürülebilir uygulamalarını paylaşmaları finansal ve sosyal performanslarını raporlamaları önemli bir adımdır. Türk bankacılık sistemindeki aktif büyüklüğü %7'ler civarında olan katılım bankaları, kuruldukları günden beri büyüyerek sektörün önemli aktörü olma yolunda ilerlemektedir. Katılım bankalarının çevresel ve sosyal risk yönetimi uygulamaları sektörün, sürdürülebilir finansa katkısını arttıracaktır. Katılım bankaları, sürdürülebilirliğe katkılarını sürdürülebilirlik raporları ya da yıllık faaliyet raporlarındaki uygulama açıklamalarıyla kamuoyuyla paylaşmaktadır. Bu açıklamaların bankaların kârlılıklarıyla ilişkisi, olumlu ise bu uygulamaların tüm iş süreçlerine, olumsuz olması ise sadece yasal zorunluluktan dolayı yapmalarına sebep olabilir. Katılım bankalarının kurumsal sürdürülebilirlik raporlamalarının kârlılık üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını incelemek bu nedenle önemli bir konudur. Çalışmada panel veri yöntemi kullanılarak katılım bankaların sürdürülebilirlik açıklamalarının kârlılıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Kârlılık değişkeni olarak Özkaynak kârlılığı (ROE) bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Model Huber – Eicker – White tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Gerçekleştirilen panel veri analizi sonucunda katılım bankalarının kârlılığı üzerinde sürdürülebilirlik açıklamalarının önemli derecede etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre katılım bankalarının kurumsal sürdürülebilirliğe ilişkin açıklamalarının, gönüllülük esasına dayalı bir şekilde artarak devam edebileceğini göstermektedir.

ANAHTAR KELİMELELER

Katılım Bankası, Panel Veri, ROE, Kurumsal Sürdürülebilirlik

ABSTRACT

In the transition to sustainable banking, it is an important step for banks to share their sustainable practices and report their financial and social performance. Participation banks, which have an asset size of around 7% in the Turkish Banking System, have been growing since their establishment and are on their way to becoming an important actor in the sector. Participation banks' environmental and social risk management practices will increase the sector's contribution to sustainable finance. Participation banks share their contributions to sustainability with the public through sustainability reports or application disclosures in annual reports. The relationship of these disclosures with the profitability of the banks may cause these practices to be included in all business processes if they are positive, and if they are negative, it may cause them to do so only due to legal obligation. Therefore, it is important to examine whether the corporate sustainability reporting of participation banks has an impact on profitability. In this study, the impact of sustainability disclosures of participation banks on their profitability is analysed using the panel data method. Return on Equity (ROE) is determined as the dependent variable. The model was estimated using the Huber - Eicker - White estimator. As a result of the panel data analysis, it was concluded that sustainability disclosures have a significant effect on the profitability of participation banks. According to this result, it shows that participation banks' disclosures on corporate sustainability can continue to increase on a voluntary basis.

KEYWORDS

Participation Bank, Panel Data, ROE, Corporate Sustainability

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 07.01.2023		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 08.03.2023
Atıf	Akbaş, F. (2023). Katılım Bankalarının Kârlılığı Üzerinde Sürdürülebilirlik Performanslarının Etkisi: Panel Veri ile Türkiye Üzerine Bir Uygulama. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 83-94.	

* Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, İkizce Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, fatihakbas@odu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2474-8913

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, kalkınmayı, insan ihtiyaçlarının kesintisiz bir şekilde karşılanmasını hedefleyen küresel bir çerçevede temellendirmektedir. 1987 yılında kabul edilen Brundtland raporu literatürde en yaygın kullanılan sürdürülebilir kalkınma (SK) tanımını, SK, “*gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden şimdiki neslin ihtiyaçlarını karşılayan kalkınmadır*” şeklinde yapmıştır (Bilgili, 2017:561). Literatürde tanım kabul görse de birçok çalışmada raporun belirsiz (Wallner, 1999:49) ve çelişkili bir dil kullanması (Bartlett, 1998:242) eleştirilmiştir. Kavramın iş düzeyinde yansımaları kurumsal sürdürülebilirliktir. Kurumsal sürdürülebilirlik, “*firmaların paydaşlarının ihtiyaçlarını gelecekteki paydaşlarının ihtiyaçlarından ödün vermeden karşılamak*” şeklinde tanımlanabilir. Firmaların bu amacı gerçekleştirebilmeleri için ekonomik sürdürülebilirlikleri yeterli olmayacaktır. Bunun yanında sosyal ve çevresel sermaye tabanlarını da sürdürülebilir hale getirmek zorundadır. Uzun dönemde bu üç unsurun aynı anda karşılanması gerçekleşirse firmalar kurumsal sürdürülebilir bir yapıya kavuşacak ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayabilecektir (Dyllick ve Hockerts, 2002:131–32). Literatürde kurumsal sürdürülebilirlik kavramının, sürdürülebilir kalkınma ve kurumsal sosyal sorumluluk terimleriyle bazen eşanlamlı kullanıldığı görülmektedir. Kurumsal sürdürülebilirliğin, kârlılığı ve kurumsal büyümeyi kabul eden bunların yanında firmaların, toplumsal hedef olarak gösterilen, çevrenin korunması, sosyal adalet, eşitlik ve ekonomik kalkınmayı da takip etmesini içermesi gerekmektedir. Kurumsal sürdürülebilirliğe katkı sağlayan kavramlar ve sağladıkları katkılar şu şekilde özetlenebilir:

- Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin neden sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlaması gerektiğiyle ilgili etik argümanlar
- Sürdürülebilir kalkınma, konunun sınırları ve ortak toplumsal hedef tanımı
- Paydaş teorisi, Şirketler neden sürdürülebilir hedeflere doğru çalışma gerektiğiyle ilgili ticari argümanlar
- Kurumsal hesap verilebilirlik, şirketlerin neden sürdürülebilirlik hedefleri hakkında rapor vermesi gerektiğine ilişkin etik argümanlar (Wilson, 2003).

Birleşmiş Milletler 1972 yılında dünyada yaşanan çevresel sorunları ele almak amacıyla Birleşmiş Milletler Çevre Programını (UNEP) kurmuştur. UNEP 1992 Rio, 2002 Johannesburg ve 2005 dünya zirvesinde önemli görevler üstlenerek uluslararası çevre politikalarında önemli bir kuruluş haline gelmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). UNEP, finans sektörünün çevreye katkısının olacağı inancı sonrası sektörde yer alan kuruluşlarla gönüllülük esasına dayanan çalışmalara başlamış, 1992 yılında bankacılık inisiyatifi, 1995 yılında sigorta sektörünün önemli aktörleriyle bir araya gelerek ekonomik kalkınma, insan refahı ve sağlıklı bir çevre arasında denge taahhüdünü içeren sigorta sektörünün çevre taahhüdü beyanını ortaya koymuştur. 1999 yılında bu iki yapı bir araya gelerek UNEP Finans Girişimi (UNEP FI) oluşturulmuştur (UNEP Finance Initiative, 2022b). UNEP FI sürdürülebilir ekonomiler oluşturmak için finansal sistemin aktörlerini bir araya getirerek sürdürülebilir finansı şekillendiren, dünyanın önde gelen sürdürülebilirlik çerçevesini yapan ve finans sektörünü sürdürülebilirlik konusunda devreye sokan ilk kuruluştur (UNEP Finance Initiative, 2022a). Birleşmiş Millet 2015 yılında sürdürülebilir kalkınma zirvesi düzenlemiştir. Zirve sonrası gezegenin korunması ve insanların barış ve refah içinde yaşamını gerçekleştirilmesi için 17 temel amaç ve 169 alt hedeften oluşan “*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri*”, zirveye katılan 193 üye ülke tarafından kabul edilmiştir. Mevcut finansal sistemin çevre ve iklim üzerindeki olumsuz etkileri, finansal sistemin değişmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu gereklilik Paris İklim Anlaşması sonrası küresel çapta sürdürülebilir finansa geçişi hızlandırmıştır. UNEP FI 2019 yılında, Paris İklim Anlaşması ve Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine bankacılık sektörünün uyumlaştırılması amacıyla “*Sorumlu Bankacılık İlkelerini*” yayınlamıştır (UNEP Finance Initiative, 2022c). Avrupa Birliği Paris İklim Anlaşmasındaki hedefleri gerçekleştirmeyi amaçlayan Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatını 2019 yılında yürürlüğe koymuştur. 2050 yılına kadar karbon nötr hedefini ortaya koyarak birliğin tüm ekonomik politikalarını bu çerçevede şekillendirmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir bir ekonomiyi hedefleyen bu mutabakat, sürdürülebilirlik kavramının çok geniş bir alanı kapsamı dolayısıyla kapsayıcılığının genel bir çerçeveye ve ilkelere bağlanması zorunluluğunu getirmiştir. Bu bağlamda Avrupa Yeşil Mutabakatının uygulanabilmesi ve AB iklim hedeflerine ulaşılabilmesi amacıyla 2020 yılında AB Taksonomisi yürürlüğe konulmuştur. Taksonomi ekonomik faaliyetin sürdürülebilirlik kavramı içinde olması için sahip olması gereken 6 kriter belirlemiştir. Bunlar: “*İklim değişikliğinin azaltılması, İklim değişikliğine uyum denizlerin ve diğer su kaynaklarının sürdürülebilir bir şekilde kullanımı ve korunması, Döngüsel bir ekonomiye geçilmesi, Hava kirliliğinin önlenmesi ve kontrolü, Biyoçeşitliliğin ve ekosistemin iyileştirilmesi ve korunması*”. Bu altı kriterden 4 tanesi 2023 Ocak ayında yürürlüğe girecektir (Canikli, 2022: 30; Narter & Partners, 2021). AB finansal olmayan verilerin raporlanmasıyla ilgili 2014 yılında kabul edilen direktifleri 2022 yılında Kurumsal Sürdürülebilirlik

Raporlama Direktifi (CSRD) ismiyle güncellenmiştir. Direktifler çevresel, sosyal ve insan haklarının yanında yönetim faktörlerini de kapsayan sürdürülebilirlik konularını raporlama zorunluluğu getirmektedir (Alkan, 2022).

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BANKACILIK VE RAPORLAMA

Bankalar finansal aracılık hizmetini, fon fazlası olan birimlerden fon eksikliği olan birimlere aktarma yoluyla gerçekleştirmektedir. Ekonomik büyüme ve ülke refah seviyesinin artırılmasında ülke içi tasarruflar önem taşımaktadır. Bankalar tasarrufları finansal sistem içine kullandıkları krediler aracılığıyla aktarmakta bu fonlar yatırımlara dönüşmektedir. Benzer şekilde yabancı sermaye akımları da bankalar aracılığıyla finansal sisteme aktarılmaktadır. Ülkelerin yatırım yapabilmeleri için ihtiyaç duydukları fonlarda gene kredi mekanizması yoluyla aktararak yatırımlara dönüşmektedir. Bankaların verimli yatırımları fonlamaları, büyüme, istihdam ve milli gelir üzerinde artışlara katkı sağlamaktadır (Varsak vd., 2017:543; Tandoğan ve Özyurt, 2013:53). Bankaların diğer sektörlerde yer alan firmalara göre çevre üzerindeki olumsuz etkileri daha azdır. Bankaların içsel faaliyetlerinden ziyade verdikleri hizmet dolayısıyla çevresel etkileri ortaya çıkmaktadır. (Ak Bingöl ve Türk, 2019:83). Bankalar dolaylı ve doğrudan olmak üzere iki şekilde sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlar. Doğrudan negatif etki ticari bir işletme olarak faaliyetleri sırasında ortaya çıkan atıklardan kaynaklanmaktadır. Bunlara örnek elektrik, su tüketimi, kâğıt kullanımı verilebilir. Tek bir bankanın atık miktarı küçük görünse de tüm bankacılık sektörünün faaliyetleri sırasında ortaya çıkacak atık miktarı yüksek olacaktır. Bankalar iş süreçlerinde kâğıt kullanımını azaltmak için e-kâğıt e-imza gibi elektronik uygulamalara geçebilir; elektrik tüketimini, binaları güneş ve rüzgârdan enerji elde edecek şekilde dönüştürerek azaltabilir. Bu uygulamalar bankaların sürdürülebilir kalkınmaya doğrudan pozitif etkileri içinde örneklendirebiliriz. Dolaylı etki ise bankaların kullandıkları krediler, finansal hizmetler ve yaptıkları yatırımlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu hizmetleri kullanan birimler yaptıkları faaliyetler ile çevre ve toplum üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler yapmaktadır (Öner Kaya, 2010:80).

Literatürde bankaların ESG (çevresel, sosyal ve yönetsimsel-Environmental, Social, and Corporate Governance) uygulamalarını kullanarak sürdürülebilirlik performansları ölçülmesine yönelik çerçeve ve model önerileri bulunmaktadır. Jeucken 2001 yılında bankaların sürdürülebilirliğe yönelik aldığı önlemleri anlamak amacıyla bir model önermiştir. Model, iletişim, genel yayınlanmış bilgiler, genel finansman, özel ürünler ve sosyal sorunlar, yardımlardan oluşan beş gruba ayrılmış performans göstergesinden oluşmaktadır. Bu göstergeler kullanılarak Jeucken 34 uluslararası bankanın sürdürülebilir bankacılık performanslarını karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir (Saxena vd., 2021:47). Modelde, sürdürülebilir bir banka olabilmek için her bankanın geçmesi gereken dört katman bulunmaktadır. Her bir katman, altında yer alan katmanın özelliklerini de taşımaktadır. En iç katman *savunucu bankacılık* olarak isimlendirilmektedir. Bu katmanda bankalar sürdürülebilirlik uygulamalarına sahip değildir. Banka çıkarlarını doğrudan ve dolaylı olarak etkilediği için çevresel konulara direnç göstermektedir. İkinci katman *önleyici bankacılıktır*. Zorunlu uygulamalar sebebiyle sürdürülebilirlik uygulamalarının yapıldığı aşamadır. Mevzuat ya da toplum baskısı sebebiyle bu uygulamalar yapılmaktadır. Uygulamalar sonucunda ortaya çıkan verimlilik, tasarruf ve maliyetler günlük işlerle bütünleştirilmektedir. Üçüncü katman saldırgan bankacılıktır. Kazan-kazan felsefesine dayanan bu aşamada bankalar sürdürülebilirlik uygulamalarını iç ve dış faaliyetlerinde uygulamaktadır. Bankaların çevre dostu ürün ve hizmet geliştirip pazarlaması buna örnek verilebilir. En üstte yer alan son katman sürdürülebilir bankacılıktır. Bu aşamada bankalar hem maliyetlerini azaltmakta hem de piyasada sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmektedir. Faaliyetlerin tümünde sürdürülebilir uygulamalarını yer aldığı bu aşamada temel amaç alınan kararın finansal getirisinden çok sürdürülebilir olmasıdır (Jeucken ve Bouma, 1999:30–31).

Bankaların sürdürülebilir kalkınmada oynayacağı rolün artması bankaların sürdürülebilirlik uygulamalara geçmesiyle yükselecektir. Sürdürülebilirlik uygulamaları bankacılık sektöründe *sosyal bankacılık* faaliyetleriyle başlamıştır. Bankalar toplumsal gelişmenin sağlanması amacıyla hayırseverlik ve topluluk gelişimine yönelik programları uygulamaktadır. Bankaların sürdürülebilir kalkınmadaki sonraki rolü, bankacılık operasyonlarına etik uygulamaların ve ticari değerlerin katıldığı *etik bankacılıktır*. Sürdürülebilir bankacılık aşaması en üst noktayı ifade etmektedir. Bankaların finansman sağlarken çevreye zarar veren endüstrileri dışlaması, çevre yönetim sistemlerini birleştirdikleri *yeşil bankacılık uygulamaları* ve ESG konularının dahil edildiği bankacılık faaliyetlerinde çevresel ve sosyal etkilerinin yönetildiği sürdürülebilir bankacılıktır. Sürdürülebilir bankacılık “*çevresel, sosyal ve etik hususları iş stratejisine dahil ederek ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik ederek bankacılık işini yürütmek*” şeklinde tanımlanabilir (Kumar ve Prakash, 2019: 691).

Türk bankacılık sektöründe sürdürülebilirlik alanında yapılan önemli gelişmeler Türkiye Bankalar Birliği tarafından 2014 yılında sektöre yönelik sürdürülebilirlik kılavuzunu hazırlamasıyla başlamıştır. 2014 yılından itibaren Türk Bankacılık sektöründe sürdürülebilirlik raporlaması ile ilgili önemli gelişmeler yaşanmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler özellikle 2021 yılında kümelenmiştir. Aşağıda bu önemli gelişmeler listelenmiştir.

2016 yılında Türk bankaları tarafından yeşil tahvil ihracı gerçekleştirilmiştir. 2017 yılında dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik inisiyatifi olan UN Global Compact üyesi 7 banka “Global Compact Türkiye Sürdürülebilir Finansman Bildirgesi’ni” imzalamıştır. 2017 yılında 5 banka, G20 ülkeleri finansal istikrar grubu tarafından kurulan İklim Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü (Task Force on Climate-related Financial Disclosures-TCFD) tarafından oluşturulan kurumların iklim değişikliğiyle ilgili risk ve fırsatları nasıl yönettiklerini raporlamalarına yönelik çıkartılan çerçevenin destekleyicisi olmuştur. 2021 yılı itibariyle 9 bankanın da yer aldığı sürdürülebilirlik endeksini oluşturmuştur. 2021 yılında TSKB TCFD tarafından tavsiyelere göre hazırlanan ilk iklim riskleri raporunu yayınlamıştır. 2021 yılı sonu itibariyle 3 kamu, Takasbank’la beraber 5 özel banka entegre rapor yayınlamıştır. 2021 yılında sürdürülebilirlik alanında yapılan bir başka gelişmede, sürdürülebilir sermaye benzeri borçlanma araçlarının bankalar tarafından ihraç edilmeye başlanmasıdır. Sermaye Piyasası Kurulu tarafından kurumsal yönetim tebliğinde yapılan değişiklik sonucu 2021 yılı itibariyle 12 bankaya raporlama zorunluluğu getiren “Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi” raporlarını yayımlanmıştır. Bu ilkeler halka açık ortaklıklardan ilkelere uyup uymadıklarını “uy ya da açıkla” prensibiyle raporlama zorunluluğu getirmiştir (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, 2021). UNEP FI Sorumlu Bankacılık İlkelerine 2021 yılında imzacı olan banka sayısı 7’ye ulaşmıştır. Bu bankalarda 6 tanesi 2022 Mart ayı itibariyle yıllık raporlamalarını yapmıştır (UNEP Finance Initiative, 2022d).

2. LİTERATÜR

Literatürde kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sürdürülebilirliğin kârlılık üzerine etkisinin incelendiği çalışmalar genellikle ticari ve sınai firmaları üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmalar şu şekilde sıralanabilir. Waddock ve Graves (1997), finansal performans ve kurumsal sosyal performans arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında veri seti olarak S&P 500 firmalarını belirlemişlerdir. Çalışmada 469 firma örneklem olarak alınmıştır. Finansal performans göstergeleri olarak firmaların 1989 yılına ait aktif kârlılık (ROA) ve özkaynak kârlılığı (ROE) ile satış getirilerini, kontrol değişkeni olarak aktif ve satışların toplamını, bağımlı değişken olarak 1990 yılına ait verileri içeren, KLD firması tarafından oluşturulan kurumsal sosyal performans indeksini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda finansal performans ve kurumsal sosyal sorumluluk arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. McWilliams ve Siegel (2000), yaptıkları araştırmalarında finansal performans ve kurumsal sosyal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmalarında araştırma geliştirme faaliyetlerinin (Ar&Ge) sosyal sorumluluk ile yakın ilişkisi olduğunu, bu konudaki çalışmalarda yer alan denkleme firmaların Ar&Ge faaliyetlerinin de eklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Artiach vd. (2010), 2002-2006 yıllarında Dow Jones sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmalar ve geleneksel firmaların kurumsal sürdürülebilirlik performansları ile firmaya özgü faktörler arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Analiz sonucunda ROE ve kurumsal sürdürülebilirlik arasında pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir. Bir diğer çalışmada Önder (2017), BIST100 endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sürdürülebilirlikleri üzerinde kârlılıklarının etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Vergi öncesi karın bağımlı değişken olarak kullanıldığı çalışmada, analizler çoklu doğrusal regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda işletme kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirliğin etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Düzer ve Önce (2017), çalışmalarında BİST100 endeksinde GRI raporlama ilkelerine göre sürdürülebilirlik raporu yayınlayan ve yayınlamayan benzer büyüklük ve faaliyet alanında bulunan şirketler üzerinde araştırma yapmışlardır. Bağımsız iki örnek t testi ile Mann Whitney U testinin kullanıldığı analiz sonucunda, raporlama yapan şirketlerin finansal performanslarının (ROA, ROE) diğer işletmelere göre üstün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özkan vd. (2018), 2011-2016 yılları arasında BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmalara ait kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performansları üzerindeki etkisinin panel veri analizi kullanarak araştırmışlardır. Yapılan içerik analizi sonucu tespit edilen bağımsız değişkenlerden çalışan, risk, çevre, risk yönetimi ve müşteri değişkenlerinin kârlılığı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Gürnlü (2019), 2014-2018 döneminde BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan finans sektörü dışındaki firmalara ait verileri dengeli panel yöntemi kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada uzun dönemde endekste yer almanın firmaların itibar ve finansal başarılarına etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda Tobin’s q oranı üzerinde endekste yer almanın etkisi tespit edilememişken, ROA üzerinde sınırlı ve pozitif etki tespit edilmiştir. Sak ve Dalgar (2020), BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan 35 banka dışı işletmenin 2013-2016 yıllarına ait verilerini kullanarak işletmelerin finansal performansları ile kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları arasındaki ilişki panel veri analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada finansal performans

göstergesi olarak ROA kullanılmıştır. Analiz sonucunda ROA üzerinde kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Binboğa ve Özdi (2021), 2019 yılında BİST borsa endeksi ve sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmaların, sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp almamalarının finansal performanslarına etkisi incelemişlerdir. Analizler entropi ve TOPSİS teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Analiz sonucunda firmalar arasında belirgin bir farklılık tespit edilmemiştir. Horasan ve Aktaş (2021), BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan imalat sektöründeki 4 firmanın endekste yer almasının performansları üzerinde etkisinin olup olmadığını TOPSİS yöntemini kullanılarak araştırmışlardır. 2014 kasım öncesi dört yıl ve sonrası dört yıl (2011-2018) dönemlerine ait veriler kullanılmıştır. Analiz sonucunda bir firma dışında üç firmanın endekse dahil olmasının finansal performanslarına olumlu yansıdığı tespit edilmiştir. Özevin (2022), yaptığı çalışmada BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan 12 firmanın sürdürülebilirlik performansını ölçmüştür. Araştırmada firmaların 2017, 2018 ve 2019 yıllarına ait çevresel, sosyal ve finansal performans göstergeleri hesaplanarak, hangi firmaların kurumsal sürdürülebilirlik performansının daha başarılı olduğunu hesaplamıştır. Yapılan analiz sonucunda firmaların başarılarında finansal performanslarının yanında çevresel ve sosyal performansının da önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde kurumsal sürdürülebilirliğin hizmet sektöründe yer alan firmaların kârlılığına olan etkisini inceleyen çalışmalarda bulunmaktadır. Bankaların bu çalışmalar içindeki payı nisbi olarak azdır. Hizmet sektöründe yer alan firmalara yönelik çalışmalardan literatürde öne çıkan bazı çalışmalara aşağıda yer verilecektir.

Hamdan Zyadat (2016), 2008-2014 yılların kapsayan çalışmada Ürdün'de faaliyette bulunan İslami bankaların sürdürülebilirlik performansının ROA, ROE ve hisse başına kazanç üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda sürdürülebilirlik performansının ROA ve hisse başına kazanç üzerinde etkisini tespit ederken, ROE ile anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Jan vd. (2019), İslami bankaların finansal performansları ve bankaların sürdürülebilirlik uygulamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 2008-2017 yıllarını kapsayan çalışmalarında, İslami finans endeksi ile pozitif ilişki tespit ederken, sürdürülebilirlik performansının finansal performans üzerinde etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Çankaya ve Şimsek (2021), G8 ülke borsalarında faaliyet gösteren bankaların ESG skorları ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. ROA ve ROE ile çevre skoru arasında negatif, sosyal skoruyla pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit ederken, yönetim skorunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Jyoti ve Kharma (2021), panel veri regresyon analizi kullanarak yaptıkları çalışmada 2014-2018 verileri kullanılarak Bombay Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören hizmet sektörü şirketlerinin sürdürülebilirlik performansının, finansal performansları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada kontrol değişkeni olarak toplam varlıklar kullanılmıştır. Araştırma sonucunda seçilen şirketlerin çevresel performansları ile ROA, ROE arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Karadeniz vd. (2021), BİST de yer alan 11 adet konaklama firmasının sürdürülebilirlik performansları ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu nedenle söz konusu firmaların 2017-2018 yıllarına ait faaliyet raporlarına GRI ilkelerine uygun 46 faktör temelinde içerik analizi yapmışlardır. Daha sonra bu firmaların 2018-2019 yıllarına ait muhasebe temelli ve piyasa temelli performanslarını hesaplamışlardır. Yapılan analiz sonucunda sürdürülebilirlik performansları yüksek olan firmaların, pay getirilerinin, büyüme oranlarının ve büyüklük değerlerinin de yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Korga ve Aslanoğlu (2022), BİST Sürdürülebilirlik endeksine kayıtlı firmaların 2018-2020 yıllarına ait verilerini kullanarak yaptıkları panel veri analizi sonucunda, firmaların finansal performansları ile sürdürülebilirlik performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Kontrol değişkeni olarak kullandıkları, toplam aktiflerin firmaların sürdürülebilirlik performansları üzerine olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çetenak vd. (2022), Türkiye'de faaliyette bulunan mevduat bankaların ESG skorlarının finansal performansları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda sosyal ve kurumsal yönetim skorlarının ROA ve Tobin q üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğunu, çevresel skorun ise iki değişken üzerinde de istatistiksel olarak etkisinin olmadığını tespitini yapmışlardır. Dinçer ve Tarakçıoğlu Altınay (2022), BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan bankaların sürdürülebilirlik kapsamında yaptıkları açıklamaların finansal performansları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Analiz sonucunda belirlenen kârlılık değişkenlerinden ROA anlamlı bir etki tespit edilmiştir.

Katılım bankaların kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirliğin etkisinin incelendiği çalışma ise literatürde bulunmamaktadır. Bu çalışma ile söz konusu eksiklik kapatılacak ve konvansiyonel bankalar ile karşılaştırma yapma imkânı kazanılabilecektir.

3. VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada 2018-2021 döneminde faaliyette bulunan katılım bankalarına ait veriler kullanılarak, bankaların kârlılığı üzerinde sürdürülebilirlik performanslarının etkisi incelenmiştir. Veriler bankaların internet sitelerinde yayımlanan yıllık faaliyet raporlarından elde edilmiştir. Katılım bankalarının kârlılığı üzerinde sürdürülebilirlik performanslarının etkisinin incelenmesi için oluşturulan model Eşitlik (1)'de gösterilmiştir. Dönem ve birimi içeren verilere ait bilgilerin istenilmesi durumunda panel veri kullanılır (Yerdelen Tatoğlu, 2005:13). Çalışmada dengeli panel veri yöntemi kullanılarak analizler yapılmıştır. Örneklem dönemi 2018-2021 olarak belirlenmiştir. Bu dönem, yöntemi uygulamak için en fazla kesit gözlemi içermesinden dolayı seçilmiştir. Örneklemde altı adet katılım bankası yer almaktadır. Bu bankalar Albaraka Türk, Kuveyt Türk, Türkiye Finans, Vakıf, Ziraat ve Emlak katılım bankalarıdır.

$$ROE_{i,t} = OzkAkt_{i,t} + TopkTopak_{i,t} + TakKre_{i,t} + Tsur_{i,t} + LnTopakt_{i,t} \quad (1)$$

Muhasebe temelli finansal performans göstergeleri objektif olma özelliklerinin öne çıkması nedeniyle yoğun olarak kullanılmaktadır (Düzer ve Önce, 2017:642). Modelde yer alan bağımlı değişken ROE'dir. Muhasebe temelli finansal performans göstergelerinden olan ROE değişkeni Eşitlik 1'de gösterilen modelde, t zamanda i katılım bankasının özkaynak kârlılığı oranını göstermektedir, Eşitlik 1'de gösterilen modelde 5 adet bağımsız değişken yer almaktadır. OzkAkt bağımsız değişkeni t zamanda i katılım bankasının özkaynaklarının aktiflere oranını, TopkTopak bağımsız değişkeni t zamanda i katılım bankasına ait aktif kalitesini, TakKre bağımsız değişkeni t zamanda i katılım bankasının takipteki krediler oranını, Tsur bağımsız değişkeni t zamanda i katılım bankasının sürdürülebilirlik puanını, LnTopakt bağımsız değişkeni t zamanda i katılım bankasının aktif toplamının doğal logaritmasını göstermektedir (Salihoğlu, 2020:219).

Banka kârlılığı ölçümünde aktif kârlılık oranı, özkaynak kârlılık oranı ve net faiz gelirleri literatürde en çok kullanılan oranlardır (Berger vd., 1987; Bourke, 1989; Doğan, 2013; Short, 1979). Çalışmada bankaların performansının ölçümünde ROE kullanılmıştır. Net kârın/ özkaynaklara oranı olarak hesaplanmaktadır. Bankaların finansal performansını gösteren en önemli kriter olan ROE, banka hissedarlarının yatırdıkları her 1 Türk lirası için ne kadar getiri elde ettiklerini ortaya koymaktadır (Tunay ve Silpar, 2006:4). Özkaynakların aktiflere oranı (OzkAkt) bankaların sermaye yeterliliğini temsil etmektedir (Karataş ve Okuyan, 2017; Onuonga, 2014). Oran bankaların karşılaşılabilecekleri riskleri iyi yönetebilmeleri için gerekli özkaynak miktarını ifade etmektedir. Yüksek sermaye yeterliliğine sahip bankaların, düşük sermaye yeterliliğine sahip bankalara göre kârlılık düzeylerinin daha yüksek olması beklenmektedir (Yaman, 2021:85–86). Bankaların aktif kalitesinin ölçülmesinde kullanılan oranlardan biri de (Toplam kredi+ Alacaklar) / Aktif toplamı (TopkTopak) oranıdır (Emir ve Atukalp, 2018; Gökalp, 2014; Sarıtaş vd., 2016). Bankaların işlevsel fonksiyonu olan krediye dönüştürme faaliyeti ile aktif kalitesi arasında da ilişki bulunmaktadır. Bankalar kullandıkları kredilerin geri dönüşünü (kredi kalitesi) artırdıkça aktif kalitesi de yükselecektir (Tekin, 2013:19). Eşitlik 1'de Tsur şeklinde ifade edilen sürdürülebilirlik puanı Aras vd. (2016) oluşturduğu “*Türk Bankacılık Sektörü'ne Özgü Kurumsal Sürdürülebilirlik Kriterlerinin Listesi*” kullanılarak hesaplanmıştır. Puanlama bankaların faaliyet raporları taranarak elde edilmiştir. Kriterde yer alan açıklamalar 1, olmayanlar ise 0 puan verilerek toplamda 69 kriter puanlanmıştır. Sürdürülebilirlik puanı 1'e yaklaştıkça iyi sürdürülebilirlik uygulamalarına sahip olduklarını, puanın 0'a yaklaşması bankaların kriterleri karşılayamadıklarını ortaya koymaktadır. Takipteki krediler oranı (TakKre) sermaye yapısı için önemli bir risktir. Oran yükseldikçe operasyonel risklerin artması, bankanın kârlılığının azalması beklenmektedir (Wu, 2020:3). Bankaların aktif büyüklüğünün doğal logaritması (LnTopakt) modelde kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Bankaların aktifleri büyüdükçe, portföy çeşitliliği artacaktır. Bankaların büyümesi ölçek ekonomisi avantajı da sağlayacaktır. Maliyetler düşecek dolayısıyla kârda artacaktır (Ekinci ve Poyraz, 2019: 982). Çalışmalarında aktif büyüklüğünü, Önder ve İrkörücü (2020), Astarlıoğlu (2017), li ve Yu (2010) ve Sakıncı (2015) kontrol değişkeni olarak kullanmışlardır.

Katılım bankaların kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirlik raporlamalarının etkisinin incelendiği Eşitlik 1'deki modelde yer alan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Gözlem	Ortalama	Standart Hata	En düşük	En yüksek
ROE	24	13,5815	9,683731	1,66	49,34
OzkAkt	24	10,88703	18,56316	4,115765	97,5
TopkTopak	24	57,37759	14,19588	0	79,95
TakKre	24	3,381219	1	0	7,25

Tsur	24	0,6153382	0,2382928	0,0869565	0,9565217
LnTopakt	24	17,67146	1,082604	13,94548	19,35311

Tablo 1 incelendiğinde özkaynak kârlılığının en düşük 1.66 en yüksek 49,34 olarak gerçekleştiği, bu oranların oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 1 TL'lik özkaynak ile ortalama 13 TL kâr sağlanmıştır. Toplam sürdürülebilirlik puanları (Tsur) ortalama 0,61 olurken en düşük 0,086 en yüksek 0,95'tir. Yeni faaliyet başlayan kamu katılım Bankalarının sürdürülebilirlik raporlamalarındaki eksikliklerin ortalamaı düşürdüğü ifade edilebilir. Özkaynakların aktiflere oranında %97,5 gibi çok yüksek bir oran çıkması, faaliyet raporu yayınlayan ancak bankacılık işlemlerine başlamayan Emlak Katılım Bankasından kaynaklanmıştır. Kullandırılan kredilerin aktiflere oranını gösteren TopkTopak ortalama %57, kullandırılan kredi ve alacak toplamı en yüksek oran %79 dur. En düşük oranın 0 çıkması faaliyet raporu düzenleyen ancak bankacılık faaliyetlerine başlamamış Emlak Katılım Bankasından kaynaklanmıştır.

Eşitlik 1'de yer alan modelin panel veri ile analizinde havuzlanmış veri (Pooled OLS), rassal etkiler (random effect) ve sabit etkiler (Fixed effect) yöntemlerinden hangilerinin kullanılacağına karar vermeden önce birim ve zaman etkilerinin varlığını sınamak gerekmektedir. Eğer birim ve zaman etkilerinin her ikisi de geçerli olursa o zaman iki yönlü modele göre yöntemin belirlenmesi gerekebilecektir. Tablo 2 de bu testler yapılmıştır.

Tablo 2. Tahminciler Arasında Karar Vermek İçin Kullanılan Testler

	TYZESE	TYBESE	TYBEEÇO	TYZEEÇO	IYEÇO	Score Testi
F istatistiği	1,7790	10,5580				
Ki-Kare Değeri			10,8790	0,0000	11,8060	13,49
Olasılık Değeri	0,1944	0,0030	0,0000	1,0000	0,0030	0,0000

Tablo 2 incelendiğinde, iki yönlü modelin (IYEÇO) %1 istatistiki önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu hem kesit hem de zaman etkilerin olduğunu göstermektedir. Sonucun tekyönlü zaman ve kesit testleriyle de incelenmesi gereklidir. Birim etkilerin varlığının sınanması için tekyönlü birim etkileri sabit etkiler (TYBESE) ve tekyönlü birim etkiler en çok olabilirlik (TYBEEÇO) testleri yapılmıştır. Testlerin olasılık değerleri %1 istatistiki önem düzeyinde anlamlı olduğunu dolayısıyla, birim etkiler olduğunu havuzlanmış veri modelin sabit etkiler karşısında geçerli olmadığını göstermektedir. Zaman etkilerin varlığının sınanması için yapılan testlerde, %10 istatistiki önem düzeyinde bile TYZESE ile TYZEEÇO testlerinin olasılık değerleri anlamlı değildir. Bu sonuç zaman etkisinin olmadığını, birim etkilerinin geçerli olduğunu göstermiştir. Düşük örneklemelerde Breusch-Pagan LM testi yerine Score testi, klasik modeli tesadüfi etkiler modeli karşısında test etmekte kullanılmaktadır. Score testinin sonucu modelin tekyönlü birim etkilere sahip olduğunu göstermektedir.

Tek yönlü birim etkilerin varlığının kanıtlanması sonrası modelin tahmininde hangi tahmincisinin kullanılması gerektiği Hausman testi ile anlaşılmaktadır. Hausman Testi modelin sabit etkiler tahmincisinin mi yoksa tesadüfi etkiler tahmincisinin uygulanması gerektiğini ifade etmektedir.

Tablo 3. Hausman Testi

Hipotez	Test Adı	Test İstatistiği	Olasılık değeri
$H_0: \sigma_u^2 = 0$	Hausman Testi	14,44	0,013
$H_1: \sigma_u^2 \neq 0$			

Tablo 3'e bakıldığında test istatistiğinin 14,44 olarak hesaplandığı, olasılık değerinin ise 0,0130 olduğu görülmektedir. Bu testin %5 istatistiki önem düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuç H_0 hipotezinin reddini, dolayısıyla sabit etkiler tahmincisinin kullanılması gerektiğini ifade etmektedir.

Tablo 4. Temel Varsayımların Testi

Hipotez	Test Adı	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
H ₀ : Otokorelasyon yok	Baltagi – Wu LBI Testi	2,76	Test İstatistiği <2 ise otokorelasyon önemlidir.
H ₁ : Otokorelasyon Var	Bhargava, Franzi ve Narendranathan'ın DW Testi	2,39	
H ₀ : Sabit Varyans	Değiştirilmiş Wald Testi	63,49	0,0001
H ₁ : Değişen Varyans			
H ₀ : Kesit Bağımlılık Yok	Pesaran CD Testi	1,563	0,1181
H ₁ : Kesit Bağımlılık Var			

Panel veri analizinin sabit etkiler yöntemi ile analizine geçmeden önce gerekli varsayımları sağlayıp sağlamadığı araştırılacaktır. Panel veri analizinde sağlıklı ve tutarlı tahminler elde edebilmek için otokorelasyon, değişen varyans ve birimler arası kesit bağımlılık problemlerinin bulunmaması gerekmektedir. Tablo 4'te otokorelasyon testinde olasılık değeri yerine literatürde yer alan Baltagi – Wu LBI ile Bhargava, Franzi ve Narendranathan'ın DW Testlerinin istatistiği kullanılmıştır. Buna göre söz konusu testlerin test istatistiğinin 2 değerinin altında olması otokorelasyonun varlığına işaret etmektedir. Otokorelasyonun varlığına yönelik yapılan Baltagi-Wu LBI testleri ve Bhargava, Franzi ve DW testlerinin test istatistiğinin 2,76 ve 2,39 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu sonuçlar 2 değerinin üzerinde olduğu için otokorelasyon sorunu olmadığı sonucuna varılmıştır. Değişen varyans sorunu için Değiştirilmiş Wald testi yapılmıştır. Testin olasılık değerinin %1 istatistiki önem düzeyinde anlamlı çıkması H₀ hipotezinin reddini, yani değişen varyans sorunu vardır sonucunu ortaya koymuştur. Üçüncü ve son varsayımın sınanmasında kesit bağımlılık probleminin varlığı test edilmiştir bu test için Pesaran CD testi kullanılmıştır. Yapılan analizin sonucunda H₀ hipotezinin kabul edilmesi gerektiği dolayısıyla modelde birimler arası korelasyonun bulunmadığı söylenebilir. Sadece değişen varyans sorunu bulunduğundan Eşitlik 1'de yer alan modelin tahmin edilmesi için Huber – Eicker – White tahmincisi kullanılacaktır. Huber – Eicker – White tahmincisi değişen varyans problemi altında sabit ve tutarlı tahminler üretilmesine yardım etmektedir.

Tablo 5. Modelin Analiz Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Olasılık Değeri
OzkAkt	-0,0922	0,22343	0,697
TopkTopak	-0,5001	0,16709	0,030**
TakKre	-1,8784	1,12272	0,155
Tsur	23,8784	10,92933	0,081***
LnTopakt	-7,8262	2,85001	0,041**
Sabit	173,2421	65,18071	0,045**
F - İstatistik	31369,97		0,001*
R ² = 0,5796 Gözlem Sayısı: 6 x 4 = 24			

* %1 istatistiki önem düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. ** %5 istatistiki önem düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. *** %10 istatistiki önem düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Huber Eicker White ve sabit etkiler yöntemine göre gerçekleştirilen panel veri analizinin Tablo 5'te raporlanan analiz sonuçlarına göre TopkTopak %5, Tsur %10 ve LnTopakt değişkeni %5 istatistiki önem düzeyinde anlamlıdır. Diğer değişkenler OzkAkt ve TakKre %10 istatistiki önem düzeyinde bile anlamlı çıkmamıştır. Anlamlı çıkan değişkenlerden TopkTopak ve LnTopakt değişkenlerinin katsayılarının negatif, Tsur değişkeninin ise pozitif olduğu görülmektedir. F-İstatistik değerinin olasılık değeri ve R² değerinin modelin genel olarak anlamlı ve iyi açıklama gücüne sahip bir model olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara göre, TopkTopak, LnTopakt ve Tsur değişkenlerindeki bir birimlik artış ROE değişkenini sırasıyla -0,5001,-7,8262 ve 23,8784 birim etkileyecektir. Bu sonuçlara göre ROE değişkeni üzerinde en büyük etkiye Tsur değişkeni sahiptir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sürdürülebilir bankacılığa geçişte, bankaların sürdürülebilirlik uygulamalarını paylaşmaları finansal ve sosyal performanslarını raporlamaları ile gerçekleşmektedir. Türk bankacılık sistemindeki aktif büyüklüğü %7'ler civarında olan katılım bankaları, kuruldukları günden beri büyüyerek sektörün önemli aktörü olma

yolunda ilerlemektedir. Katılım bankalarının çevresel ve sosyal risk yönetimi uygulamalarını sektörün, sürdürülebilir finansa katkısını arttıracaktır. Katılım bankaları, sürdürülebilirliğe katkılarını sürdürülebilirlik raporları ya da yıllık faaliyet raporlarındaki uygulama açıklamalarıyla kamuoyuyla paylaşmaktadır. Bu açıklamaların bankaların kârlılıklarıyla ilişkisi, olumlu ise bu uygulamaların tüm iş süreçlerine, olumsuz olması ise sadece yasal zorunluluktan dolayı yapmalarına sebep olabilir. Katılım bankalarının kurumsal sürdürülebilirlik raporlamalarının kârlılık üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını incelemek bu nedenle önemli bir konudur. 2008-2021 yılları arasındaki Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasının etkisinin incelendiği bu çalışmada bankaların kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarına gönüllü olarak katılımını etkileyecek önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Analiz sonucunda 3 değişken ile özkaynak kârlılığı arasında ilişki tespit edilmiştir. Aktif kalitesi değişkeni ile özkaynak kârlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Aktif kalitesi değişkenindeki 1 birimlik değişim özkaynak kârlılığı üzerinde -0,5001 değişime yol açacaktır. Demirgüç-Kunt ve Huizinga (1998), Abreu ve Mendes (2002) ve Naceur (2003)’de çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmiştir. Bankaların kullandıkları kredilerdeki artış kredibilite üzerinde negatif etki yapmakta bu da kârlılığı olumsuz etkilemektedir. Toplam aktiflerin doğal logaritması değişkeni ile özkaynak kârlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Toplam aktiflerin doğal logaritması değişkenindeki 1 birimlik değişim özkaynak kârlılığı üzerinde -7,8262 değişime yol açacaktır. Banka büyüklüğü olarak ifade edebileceğimiz aktif toplamı ile kârlılık arasında literatürün aksine negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Salihoğlu (2020), Athanasoglou vd. (2008) çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmiştir. Banka büyüklüğünün artması maliyet artışlarına bu da kârlılığın azalmasına neden olmaktadır. Yöneticilerin yüksek riskleri bertaraf etmek için kredilerde seçici olması kullandırılan kredilerin azalmasına sebep olacaktır. Bunlara ek olarak yeni kurulan küçük bankaların pazar paylarını arttırmalarını incelemeleri, hızlı büyüme isteği, kârlılığı ötelemelerine sebep olmaktadır (Athanasoglou vd., 2008: 128; Salihoğlu, 2020:221). Sürdürülebilirlik puanı değişkeni ile özkaynak kârlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Sürdürülebilirlik puanı değişkenindeki 1 birimlik değişim özkaynak kârlılığı değişkeni üzerinde 23,8784 birimlik bir artışa yol açacaktır. Düzer ve Önce (2018), Artıcah vd. (2010) benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Çalışmanın kârlılık üzerinde pozitif bir etkiye sahip olması, bankaların ilerleyen dönemlerde tüm iş süreçlerine sürdürülebilir uygulamalarını entegre etmesine sebep olabilir. Portföyünde orta ölçekli işletmelerin yoğunlaştığı katılım bankalarının sürdürülebilir ekonomiye yönelik finansal hizmet ve ürünleri geliştirmesi, sürdürülebilir kalkınmanın ihtiyaç duyduğu alt yapı yatırımlarının yanında ekonominin en önemli dışı konumundaki kobilerinde, sürdürülebilir ekonomiye geçişte önemli aktörler haline dönüşebilir. Türkiye’de kamu katılım bankalarının sayısının artması, kaynakların verimli bir şekilde dönüşüme katkı sağlayacak yatırımlara aktarılmasında önemli rol oynayacaktır. Mevduatın krediye dönüşümünde katılım bankalarının oranı konvansiyonel bankalara son yıllarda yaklaşmıştır. Fonlarını finansmana dönüştürme başarısının, yeşil tahvil benzeri İslami finansa uygun yeşil sukuk ihraçlarıyla gerçekleştirilmesi, yenilenebilir enerji sektörünü destekleyecek, bu da sürdürülebilir ekonomiye katkı sağlayacaktır. Türkiye’de yeşil finansmanın başlangıç aşamasında olması bu alana yönelik kredi ve sermaye piyasası araçlarının kısıtlılığının sebebidir. Ancak, bu çalışma sonuçlarının gösterdiği gibi kârlılık üzerinde önemli bir etkisi olan sürdürülebilirlik uygulamaları, küresel ekonomik durum el verdiği sürece, sektöre yönelik ürün ve hizmetleri geliştirme isteğini ve hızını arttırmaya etkisi olacaktır.

Türkiye’de katılım bankalarının kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirlik performansının etkisinin incelendiği bu çalışma ile literatürde katılım bankaları açısından önemli bir eksiklik giderilmiştir. Çalışmada kârlılık üzerinde etkisi olan değişken sayısının artırılması, veri setinin faaliyette bulunan tüm banka türlerinin eklenerek yeni çalışmalar yapılabilmesi gibi, veri setine farklı ülkelerde yer alan katılım bankalarının eklenmesi ya da farklı analiz teknikleri kullanılarak sürdürülebilirlik performansı ve banka kârlılığı arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalar yapılabilir. Bu şekilde katılım bankalarının kârlılığı üzerinde kurumsal sürdürülebilirlik performansına yönelik çalışmalar çeşitlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- A.Waddock, S. ve Graves, S. B. (1997). The Corporate Social Performance–Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303–319.
- Ak Bingöl, B. ve Türk, A. (2019). Türkiye’de Yeşil Bankacılık. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(20), 81–92.
- Alkan, Y. (2022). Kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasının eksenini değiştiriyor. [www.mazars.com.tr](https://www.mazars.com.tr/Anasayfa/Blog/Guendem/Suerdueruelebirlilik-raporlamasinin-ekseni-degisiyor), Erişim Tarihi:22.10.2022, <https://www.mazars.com.tr/Anasayfa/Blog/Guendem/Suerdueruelebirlilik-raporlamasinin-ekseni-degisiyor>
- Aras, Güler ve diğ. (2016). Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığında Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Topsis Yöntemiyle Karşılaştırılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 27(81), 58–81.
- Artiach, Tracy and et al. (2010). The determinants of corporate sustainability performance. *Accounting & Finance*, 50(1), 31–51.
- Astarlıoğlu, M. (2017). Yerel Piyasa Koşullarının İhracat Performansı Üzerine Etkileri: Hollanda ve Türkiye’deki Kobiler Üzerine Kantitatif Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(3), 1–18.
- Athanasoglou, Panayiotis P. and et al. (2008). Bank-Specific, Industry-Specific and Macroeconomic Determinants of Bank Profitability. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 18(2), 121–136.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2021). 2022-2025 Sürdürülebilir Bankacılık Stratejik Planı. <https://www.bddk.org.tr/>, Erişim Tarihi:18.10.2022, <https://www.bddk.org.tr/KurumHakkinda/EkGetir/18?ekId=107>
- Bartlett, A. A. (1998). Malthus Marginalized: The Massive Movement To Marginalize The Man’s Message. *The Social Contract*, 8(3), 239–252.
- Berger, Allen and et al. (1987). Competitive viability in banking. *Journal of Monetary Economics*, 20(3), 501–520.
- Bilgili, M. Y. (2017). Ekonomik, Ekolojik ve Sosyal Boyutlarıyla Sürdürülebilir Kalkınma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 559–569.
- Binboğa, G. ve Özdil, T. (2021). Sürdürülebilirliğin işletme performansına etkisinin çok kriterli karar verme teknikleriyle incelenmesi. *International Review of Economics and Management*, 9(2), 182–199.
- Bourke, P. (1989). Concentration and other determinants of bank profitability in Europe, North America and Australia. *Journal of Banking & Finance*, 13(1), 65–79.
- Canikli, S. (2022). Sürdürülebilir Finans Mekanizmaları, Araçları ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(21), 26–39.
- Çankaya, S. ve Şimsek, O. (2021). Examining The Relationship Between ESG Scores And Financial Performance In Banks: Evidence from G-8 Countries. *Pressacademia*, 14(1), 169–170.
- Çetenak, Emin Hüseyin ve diğ. (2022). ESG (Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetim) Skorunun Firma Performansına Etkisi: Türk Bankacılık Sektörü Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (63), 75–82.
- Diñçer, Ö. ve Tarakçioğlu Altınay, A. (2022). The Effect of Declarations of Sustainability Reports on Financial Performances of Banks in Turkey. *International Journal of Business and Economic Studies*, 4(2), 112–126.
- Doğan, M. (2013). Katılım ve Geleneksel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği. *Muhasebe ve Finans Dergisi*, (58), 175–188.
- Düzer, M. ve Önce, S. (2017). Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Finansal Performans: BİST’te İşlem Gören Şirketler İçin Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 637–648.
- Düzer, M. ve Önce, S. (2018). Sürdürülebilirlik Performans Göstergelerine İlişkin Açıklamaların Finansal Performans Üzerine Etkisi: BİST’te Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(1), 93–117.
- Dyllick, T. ve Hockerts, K. (2002). Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11, 130–141.
- Ekinci, R. ve Poyraz, G. (2019). The Effect of Credit Risk on Financial Performance of Deposit Banks In Turkey. *Procedia Computer Science*, 158, 979–987.
- Emir, M. ve Atukalp, M. E. (2018). Türk Bankacılık Sisteminde Mevduat Bankalarının Aktif Kalitesi ve Karlılık Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3), 577–600.
- Gökalp, F. (2014). Kriz Öncesi ve Kriz Sonrası Dönemler İtibariyle Katılım Bankaları ve Ticari Bankaların Karlılığı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 191–201.
- Gürünlü, M. (2019). Sürdürülebilirlik ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: BİST Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (84), 177–190.
- Hamdan Zyadat, A. A. (2016). The Impact of Sustainability on the Financial Performance of Jordanian Islamic Banks. *International Journal of Economics and Finance*, 9(1), 55.
- Horasan, E. ve Aktaş, F. (2021). Kurumsal Sürdürülebilirliğin BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki İmalat Sektörü Şirketlerinin Finansal Performansına Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(4), 2607–2626.
- Jan, Amin and et al. (2019). The Nexus of Sustainability Practices and Financial Performance: From The Perspective of Islamic Banking. *Journal of Cleaner Production*, 228, 703–717.

- Jeucken, M. H. A. ve Bouma, J. J. (1999). The Changing Environment of Banks. *The Greening of Finance*, (27), 21–35.
- Jyoti, G. ve Khanna, A. (2021). Does sustainability performance impact financial performance? Evidence from Indian service sector firms. *Sustainable Development*, 29(6), 1086–1095.
- Karadeniz, Erdiñç ve diğ. (2021). Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansı Ve Finansal Performans: Borsa İstanbul Konaklama Şirketlerinde Bir Araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 58(655), 135–159.
- Karataş, Y. ve Okuyan, H. A. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Kârlılık Analizi. *Ege Akademik Bakis (Ege Academic Review)*, 17(3), 395–406.
- Korga, S. ve Aslanoğlu, S. (2022). Sürdürülebilirlik Performansı ile Finansal Performans İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25(2), 633–645.
- Kumar, K. ve Prakash, A. (2019). Developing A Framework for Assessing Sustainable Banking Performance of The Indian Banking Sector. *Social Responsibility Journal*, 15(5), 689–709.
- Li, L. ve Yu, Z. (2010). The Impact of Derivatives Activity on Commercial Banks: Evidence from U.S. Bank Holding Companies. *Asia-Pacific Financial Markets*, 17(3), 303–322.
- McWilliams, A. ve Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility And Financial Performance: Correlation Or Misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21(5), 603–609.
- Narter & Partners. (2021). Avrupa Birliği Taksonomisi Nedir? <https://www.narterlaw.com/>, Erişim Tarihi:15.10.2022, <https://www.narterlaw.com/avrupa-birligi-taksonomisi-nedir/>
- Onuonga, M. S. (2014). The Analysis of Profitability of Kenya's Top Six Commercial Banks: Internal Factor Analysis. *American International Journal of Social Science*, 3(5), 94–103.
- Önder, Ş. (2017). İşletme Karlılığına Kurumsal Sürdürülebilirliğin Etkisi: BİST'te Bir Uygulama. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(4), 937–956.
- Önder, Ş. ve İrkörücü, İ. E. (2020). Bağımsız Denetim Kalitesi ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 86, 141–152.
- Öner Kaya, E. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma Sürecinde Bankaların Rolü ve Türkiye ' de Sürdürülebilir Bankacılık Uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 75–94.
- Özevin, O. (2022). Measuring Sustainability Performance by Entropy And Topis Methods: An Application On BİST Companies. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (95), 75–98.
- Özkan, Azzem ve diğ. (2018). Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kârlılık Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(3), 560–577.
- Sak, A. F. ve Dalgat, H. (2020). Kurumsal Sürdürülebilirliğin Firmaların Finansal Performansına Etkisi: BİST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksindeki Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (85), 173–186.
- Sakıncı, İ. (2015). Doğrudan Yabancı Yatırım Kararlarının Belirleyicileri: Firma Düzeyinde Türkiye Uygulaması. *Verimlilik Dergisi*, (4), 7–25.
- Salihoğlu, E. (2020). Küresel Kriz Ertesinde Türkiye'de Ticari Bankaların Kârlılık Performanslarının Belirleyicileri. *Maliye ve Finans Yazıları*, (114), 211–240.
- Sarıtaş, Hakan ve diğ. (2016). Banka Karlılığı ile Finansal Oranlar ve Makroekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkilerin Sistem Dinamik Panel Veri Modeli ile Analizi: Türkiye Araştırması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 87–108.
- Saxena, Deepika and et al. (2021). Sustainable Banking: A Roadmap To Sustainable Development. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 5(3), 42–56.
- Short, B. K. (1979). The relation between commercial bank profit rates and banking concentration in Canada, Western Europe, and Japan. *Journal of Banking & Finance*, 3(3), 209–219.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2022). Uluslararası Kuruluşlar ve İlişkilerimiz. <https://www.mfa.gov.tr/>, Erişim Tarihi:10.10.2022, <https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-cevre-programi.tr.mfa>
- Tandoğan, D. ve Özyurt, H. (2013). Bankacılık Sektörünün Ekonomik Büyüme ve Sürdürülebilir Ekonomik Kalkınma Üzerine Etkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Nedensellik Testleri (1981-2009). *M.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(2), 49–80.
- Tekin, İ. (2013). Türkiye'deki Kamu Bankaları ve Özel Bankaların Performansını Etkileyen Faktörler: Panel Veri Analizi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir*.
- Tunay, K. B. ve Silpar, A. M. (2006). Türk Ticari Bankacılık Sektöründe Karlılığa Dayalı Performans Analizi-I. *Türkiye Bankalar Birliği Araştırma Tebliğleri Serisi*, 2006/1. İstanbul.
- UNEP Finance Initiative. (2022a). History. <https://www.unepfi.org/>, Erişim Tarihi:10.10.2022, <https://www.unepfi.org/about/about-us/history/>
- UNEP Finance Initiative. (2022b). About Us. <https://www.unepfi.org/>, Erişim Tarihi:10.10.2022, <https://www.unepfi.org/about/>
- UNEP Finance Initiative. (2022c). Principles for Responsible Banking. www.unepfi.org/, Erişim Tarihi:10.10.2022, <https://www.unepfi.org/banking/bankingprinciples/>
- UNEP Finance Initiative. (2022d). Signatories, <https://www.unepfi.org/banking/prbsignatories/>, Erişim Tarihi:10.10.2022,
- Varsak, Serkan ve diğ. (2017). *Journal of Economics Library*. The impact of participation banks on macroeconomic indicators in Turkey, 4(4), 543–551.

- Wallner, H. P. (1999). Towards Sustainable Development of Industry: Networking, Complexity and Eco-Clusters. *Journal of Cleaner Production*, 7(1), 49–58.
- Wilson, M. (2003). Corporate Sustainability: What is it and where does it come from? *Ivey Business Journal*, Erişim Tarihi: 05.10.2022, <https://iveybusinessjournal.com/publication/corporate-sustainability-what-is-it-and-where-does-it-come-from/>
- Wu, M.-L. (2020). Examining the Internal Determinants of Profitability of Commercial Banks in China: A Panel Data Modeling Based Empirical Study. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 8(3), 1–12.
- Yaman, S. (2021). Bankalara Özgü Faktörlerin Banka Karlılığına Etkisi: Türkiye Bankacılık Sektörü Üzerine Panel Veri Analizi. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 3(2), 77–100.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2005). Sermaye Piyasası'nda Riskin Sınırlı Bağımlı Değişkenli Panel Veri Modelleri ile Analizi (Yayınlanmamış Doktora Tezi).İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Z Kuşağının Online Satın Alma Davranışında Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığı ve FoMO: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma¹

Social Media Usage Habits in Online Purchasing Behavior of Generation Z and FoMO: A Study on University Students

Fatmanur BİNİCİ UYGUN *
Ahmet KALENDER **

ÖZ

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, pazarlama alanına da yansımıştır. Çevrimiçi satın alma davranışı yaygınlaşarak tüketim algısına farklı bir boyut kazandırmıştır. Teknoloji ile büyüyen Z kuşağı, bugünün ve geleceğin önemli bir tüketici kesimini oluşturmaktadır. Bu çalışma; Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve FoMO duygularına odaklanarak bu unsurların çevrimiçi satın alma davranışı üzerindeki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada Z kuşağından oluşan 594 kişi üzerinde gerçekleştirilen alan araştırması bulgularına yer verilmiştir. Bulgular neticesinde; Z kuşağının günlük sosyal medya kullanım süresi ve amaçları ile internetten alışveriş yapmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak Z kuşağının internetten alışveriş yapması, alışveriş yapma sıklığı, aylık alışveriş tutarları ile FoMO arasında bir ilişki bulunamamıştır. FoMO duygusu, Z kuşağının internete her erişimde sosyal medyaya bağlanma, günlük internet kullanım süresi, sosyal medyayı kullanım sıklığı, günlük sosyal medya kullanım süresi ile anlamlı bir farklılık gözlemlenmektedir. Bu nedenle sosyal medyanın FoMO duygusunun yaratılmasında etkili bir şekilde kullanımıyla çevrimiçi satın alma davranışı gerçekleştirilebilecektir.

ANAHTAR KELİMELELER

Z Kuşağı, Çevrimiçi Satın Alma, Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığı, FoMO

ABSTRACT

Today, the development of information and communication technologies has also been reflected in the field of marketing. Online purchasing behavior has become widespread and has brought a different dimension to the perception of consumption. Generation Z, growing with technology, constitutes an important consumer segment of today and the future. This work; it aims to reveal the role of these elements on online purchasing behavior by focusing on the social media usage habits and FoMO emotions of the Z generation. In the study, the findings of the field research carried out on 594 people from the Z generation are included. As a result of the findings; There was a significant relationship between the use of social media by the Z generation and their online shopping. No relationship was found between the Z generation's online shopping, shopping frequency, monthly shopping amounts and FoMO. The feeling of FoMO makes a significant difference in terms of connecting to social media, daily internet usage time, frequency of using social media, and daily social media usage time. For this reason, online purchasing behavior can be realized with the effective use of social media in creating the feeling of FoMO.

KEYWORDS

Generation Z, Online Purchasing, Social Media Usage Habits, FoMO

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 12.01.2023		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 25.03.2023
Atıf	Binici Uygun, F. ve Kalender, A. (2023). Z Kuşağının Online Satın Alma Davranışında Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığı ve FoMO: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 95-110.	

¹ Bu çalışma 2022 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında tamamlanan “Z Kuşağının Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarında Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Hedonik Tüketim Eğilimleri ve FoMO (Fırsatları Kaçırma Korkusu)’nun Rolü” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD, fatmanurbinic68@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7423-879X

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, kalender@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7183-1010

GİRİŞ

Tarihi dönemler içerisinde ortaya çıkan her teknolojik gelişme bireylerin tutum ve davranışlarına da yansımakta ve bunları kullanan kuşaklar arasında farklılıklar oluşturabilmektedir. Bu farklılıklar genellikle teknolojiye bakış açısı ve ondan yararlanma biçimlerinden kaynaklanmaktadır (Yıldız, 2019: 696). Bu bağlamda günümüzde Z kuşağı olarak adlandırılan genç nesil daha önceki kuşaklara oranla özellikle yeni iletişim teknolojilerini vazgeçilmez görmekte ve daha çok yararlanma eğilimi taşımaktadır. Tamamen dijital olan bu nesil “anında çevrimiçi” olarak bilinmekte ve dijital ortamların sunduğu sosyal etkileşim olanaklarını değerlendirmektedir (Levickaite, 2010: 173). Görsel medyaya iyi yanıt veren, bilgiyi hızlı bir şekilde işleyen Z kuşağı, tek bir düğmeye basarak karşısında tüm sonuçları görmek istemektedir (Childs, 2015).

Daha genç yaşta sosyal medya kullanan Z kuşağının davranış, deneyim ve tutumları da teknolojik gelişme ayak uydurarak değişmiştir. Bu nedenle çevrimiçi perakendecilerin Z kuşağı müşterilerinin güçlü taleplerinden yararlanması büyük bir olasılıktır (Weinswig, 2016: 6). Her anını sosyal medyada paylaşan kişiler, başkalarının yaptıklarının daha iyi veya ilginç olabileceği konusunda endişeye kapılmakta ve ayrıca başkalarının sahip olduğu ürün, hizmet veya deneyimlerin aynısına veya daha iyisine sahip olmayı istemektedirler. Bu durum, başkalarından geri kalmamak adına sürekli takip eden bireyleri kontrolsüz tüketime yönlendirebilmektedir (Aydın, 2018a: 3). Sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan Z kuşağı için sanal dünyalar gerçekliği yansıtmaktadır. Kendi profilini olduğu gibi sergilemekte ve ayrıca etkileşimli bir platform ortamı sunan sosyal medya sayesinde birbirlerinin kararlarını etkileyerek çevrimiçi satın alma davranışına yönelebilmektedirler. Bu noktada sosyal medyanın giderek artan kullanımıyla FoMO, yani fırsatları kaçırma korkusu ortaya çıkabilmektedir. FoMO alanın önde gelen yazarlarından Przybylski vd. (2013: 1841) tarafından, bireyin kendisi olmadığı halde başkalarının ödüllendirici deneyimler yaşıyor olabileceğine dair yaygın bir endişe olarak tanımlanmaktadır. Tanhan ve arkadaşları ise (2022: 75) literatürde yer alan çeşitli tanımların değerlendirilmesinden FoMO’nun, kişinin diğer bireylerin hayatlarında olup bitenleri izleyememe korkusu olarak tanımlanabileceğini ifade etmektedir. Marie ve Grybś (2013: 269) sosyal medyanın yayılmasına tepki olarak ortaya çıkan tüketici davranışlarından bir tanesinin de FoMO olduğunu, bu korkuyla tüketicilerin attıkları her adımda sosyal medyadan bilgilendiklerini, tüketicilerin diğerlerinin yaptıklarının daha ilgi çekici olmasından korkarak başka insanların faaliyetlerini gözlemlediğini belirtmektedir.

Türkiye’de hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre 16-74 yaş aralığında bulunan bireylerin internet kullanım oranı 2021 yılında %82.6 iken 2022 yılında %85’tir. 16-24 yaş grubunda bulunan bireylerin internet kullanım oranı ise %95.5’tir. İnternet kullanım oranı cinsiyete göre değerlendirildiğinde ise erkeklerin %89.1’i, kadınların %80.9’u internet kullanmaktadır. Yine 2021 yılında, 16-74 yaş arasında bulunan bireylerin internet üzerinden ürün sipariş verme ve satın alma oranı %44.3 iken, 2022 yılında %46.2 olduğu görülmüştür. Cinsiyete göre bu oran erkeklerde %49.7 iken, kadınlarda %42.7’dir. Önceki yılda ise bu oranlar, erkeklerde %48,3 ve kadınlarda %40.3 olarak gözlemlenmiştir (TÜİK, 2022). Bu sonuçlar ülkemizde internet kullanımının önceki yıllara oranla daha da arttığını, çevrimiçi alışverişin giderek yaygınlaştığını, özellikle Z kuşağı içerisinde değerlendirilen büyük çoğunluğun neredeyse tamamına yakınının internet kullandığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede Taichon’un (2017: 40) da belirttiği gibi, interneti kullanmaya, sosyal medyaya katılmaya ve daha küçük yaşta çevrimiçi alışveriş yapmaya eğilimli olduklarından Z kuşağının algılarını, davranışlarını ve çevrimiçi ortamlarda etkilendikleri kaynakların araştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmada, yukarıdaki ifadelerden hareketle Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve FoMO duygusunun çevrimiçi satın alma davranışındaki rolüne odaklanılmaktadır. Konuyla ilgili literatür özetine yer verildikten sonra Selçuk ve Aksaray Üniversitelerinde öğrenim gören 594 öğrenciyle yapılan alan araştırmasının bulguları değerlendirilmektedir.

1. Z KUŞAĞININ ONLİNE SATIN ALMA DAVRANIŞINDA SOSYAL MEDYA VE FoMO

Modern bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi tüketici davranışlarını etkileyerek çevrimiçi satın alma davranışını ortaya çıkarmaktadır. Dünyanın her yerinde tüketiciler yılın her günü 24 saat çevrimiçi olarak alışverişlerini gerçekleştirebilmektedirler (Bellman vd., 1999: 32).

Diğer kuşaklar arasında en genç nesil olan Z kuşağının satın alma gücü de giderek artmaktadır. Teknoloji meraklısı bir nesil olmaları, yeni iletişim araçlarını kullanabilme yetenekleriyle internet hayatlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Dabija ve Lung, 2019: 1). Online erişim noktalarının çeşitlenmesiyle birlikte artık çocukların keşfetme ve öğrenme imkânları gelişmiştir. Böylece Z kuşağı yetenekli tüketiciler olarak gelişmeye devam etmektedir (Taichon, 2017: 38). Kendisinden önceki kuşaklara göre daha fazla alternatifini bulunan Z kuşağı, tüketiciler olarak dört temel eğilimle karakterize edilebilir. Bunlar; yeniliğe odaklanma, rahatlık konusundaki ısrar, güvenlik arzusu ve gerçeklerden kaçma eğilimidir (Wood, 2013: 1).

Bu kuşak, günün her saatinde takip ettikleri markalarla, şirketlerle veya bireylerle bağlantı kurabilmektedirler. Hayal güçlerini her alanda kullanabilme yetenekleri, bilgi arama ve satın alma davranışlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu nedenle şirketler yeni gerçeklere uyum sağlayarak ve ürün veya hizmetlerini kişisel pazarlama yoluna giderek Z kuşağının sadakatlerini kazanma imkânını kullanabilirler (Dabija ve Lung, 2019: 3). Örneğin Z kuşağının beğenilerini dikkate alan Apple, App Store'daki uygulamalarının yaklaşık %10'unu üniversite düzeyine kadar olan çocuklara yönelik olarak yaptığından satışlarını arttırmıştır (Medium, 2018).

Önemli olan bir diğer nokta ise Z kuşağının dikkat süresidir. Microsoft tarafından 2015 yılında gençler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre dikkat süresinin 2000 yılında 12 saniye iken 8 saniyeye düştüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Teknoloji ve dikkat süresi arasında bir ilişki olduğunu ortaya koyan Microsoft araştırması, insanların internet ve sosyal medya kullanımları ne kadar artarsa, aynı anda birden fazla ekrana göz atarlarsa dikkat sürelerinin de bir o kadar düşeceğini sonucuna varmıştır (Weinswig, 2016: 13). Bu durumda dikkat süreleri kısa olan Z kuşağını kaybetmemek için pazarlamacıların konuşma ve içeriklerle hızlı bir şekilde yakalamaları gerekmektedir (Childs, 2015). Ayrıca Z kuşağı Facebook profillerini silerek İntagram, Youtube ve Snapchat'e yönelmişlerdir. Bu nedenle Facebook'un ve dizüstü bilgisayarların ötesini düşünmek gerekmektedir (Hendler, 2016).

Z kuşağının yönelimleri dikkate alındığında sosyal medyanın gücünden yararlanmak daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Doğrudan pazarlamanın aksine Z kuşağına daha yakın olan gruplarla iş birliği içinde olunabilir. Ayrıca sürekli olarak telefonla erişim sağlayan Z kuşağı için mobil pazarlamaya önem verilmesi gerekmektedir. İletişimi ve etkileşimi seven bu kuşağın kendini değerli hissetmesi için düzenli ve etkili bir şekilde iletişim kurmak önemlidir. Bunların yanı sıra görsel olarak etkileyici, kısa ve özgün içerikler sunulması, uzlaştırıcı ve eşitliğe teşvik edici paylaşımlarda bulunulması Z kuşağına yönelik pazarlama stratejilerinde dikkat edilmesi gereken hususlardır (İthinkso, 2021). 2019'da yayınlanan bir rapora göre sosyal medyada geçirilen sürenin ve etkileşimin artmasıyla birlikte markalar, sosyal medyayı marka bilinirliklerinin artması ve ürünlerini ön plana çıkarmak amacıyla kullanmaktadırlar. Ayrıca markaların pazarlama stratejilerinde influencer'lar önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu gelişmeler, tüketicilerin sosyal medya üzerinden ürünü incelemeye ve satın almaya yönelmelerine neden olmuştur (TÜSİAD, 2019: 18, 23). Yapılan bir araştırmaya göre sosyal medya uygulamaları ile Z kuşağı tüketici davranışları arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya platformları üzerinden yürütülen stratejiler, Z kuşağının satın alma davranışlarını etkilemektedir (Esen ve İçil, 2019: 194).

Diğer nesillere göre daha donanımlı olan, etiket ve markayı geri plana atarak kaliteyi ön planda tutan Z kuşağı, bir ürün veya hizmete hemen sahip olmak, onu tüketmek ve yeni bir ürün deneyimine yönelmektedir. Marka sadakatlerinin zayıf ve doyumsuz olmaları şirketler için olumsuz bir durum olarak görülse de bu kuşağın birbirlerini hızlı bir şekilde etkilediği fark edilmiştir. Yani pazarlamacılar Z kuşağına yönelik stratejiler geliştirilerek küçük yaşlarda Z kuşağının aklına ve kalbine yerleşebilir. Bu durumda Z kuşağı iyi takip edilmeli, hızlı ve güncel olunmalıdır (Altuntuğ, 2012: 209; Tuna, 2002; Kartal ve Tatlı, 2020: 214; Baruönu, 2020: 45).

E-ticaret için yeni fırsatlar sunan sosyal medya ve sosyal ağ hizmetleri giderek daha da popüler hale gelmektedir (Curty ve Zhang, 2013: 260). Akıllı telefonların, beğeni ve takipleşmenin yaygınlaşmasıyla sosyal bir etkinlik olarak görülen alışveriş daha da akıcı hale gelmiştir (Barnes, 2014: 11). Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla FoMO duygusu da popüler hale gelmiştir. Attığı her adımı sosyal medyadan paylaşan kişiler sosyal hayattan dışlanma korkusuyla sosyal medyaya bağımlı hale gelmişlerdir. Başkalarının tükettiği ürün veya hizmetlerin aynısı veya daha iyisine sahip olmak isteyenler kontrolsüz tüketime yönelebilmektedir (Aydın, 2018a: 3).

Toplum içerisinde birey kendini bütünleşmemiş hissettiği zaman kaygı durumu oluşmaktadır. Bu kaygı durumunu gidermek adına birey toplumun davranışlarını takip etme ve taklit etme yoluna giderek gruplarla bütünleşmesini sağlayacak davranışlar içerisine girebilmektedir (Kang, Cui ve Son, 2019: 6). Günümüzde teknolojik imkanların gelişmesi ve bunlara ulaşmanın kolaylaşması bireyin kendisini başka insanlarla kıyaslama konusunda daha fazla motive etmekte ve FoMO duygusunu açığa çıkartmaktadır. Bu nedenle FoMO bireylerde satın alma davranışını doğurmaktadır (Bekman, 2020: 160-161). Ayrıca diğer kişilere uyma noktasında istekli davranan insanlar başkalarının etkisi altına girebilmektedir. Bu yönden bakıldığında tüketiciler, etkilendikleri kişiler sayesinde herhangi bir marka ile ilgili bir fikir oluşturmaları ve bu fikirlerini değiştirmeleri muhtemel bir durumdur (Kang, Cui ve Son, 2019: 5).

2. FoMO İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

FoMO ile ilgili çalışmalar 2013 yılından sonra artmaya başlamıştır. Çalışmaların büyük çoğunluğu nicel olarak gerçekleştirilmiş ve genellikle FoMO'yla ilişkili üç konu üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunlardan ilki

FoMO'nun bireyler üzerindeki genel etkileridir. İkincisi FoMO'nun internet ve sosyal medyayla ilişkisidir. Sonuncusu ise FoMO'nun tüketici davranışı üzerindeki etkilerine odaklanan çalışmalardır.

FoMO'nun bireyler üzerindeki etkilerini ele alan önemli çalışmalardan birisi Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından yapılmıştır. Yazarlar FoMO'nun bireysel farklılıklarını ortaya koymak için 10 maddelik ölçek geliştirmiş ve gençler üzerinde yaptıkları üç araştırmanın bulgularını paylaşmışlardır. Buna göre; özellikle genç erkekler FoMO'ya daha fazla yönelmekte, yeterlilik, özerklik ve ilgililik için temel psikolojik ihtiyaçlardan daha az tatmin olduğunu kanıtlayan bireylerde daha yüksek FoMO seviyeleri gözlenmekte, FoMO'su yüksek olanlar Facebook'u daha sık kullanma eğilimi taşımakta ve motorlu araç kullanırken SMS ve e-posta yazma ve kontrol etme cazibesine kapılma ihtimalleri artmaktadır (Przybylski vd., 2013: 1846-1847).

FoMO'yu internet ve sosyal medyayla ilişkilendiren çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bir çalışmada kişinin kaçırdığı bir sosyal grup etkinliğinin fotoğraflarının sosyal medyada yayınlanmasıyla FoMO arasındaki ilişki araştırılmış ve bu fotoğrafları görmenin FoMO'yu ürettiği sonucuna varılmıştır (Rifkin vd., 2015: 246). Bright ve Logan (2018: 1213) reklamcılık faktörlerinden müdahalecilik ve tutumun sosyal medya yorgunluğunu nasıl etkilediğini ve ayrıca FoMO ve mahremiyeti incelemiştir. Araştırmacılar reklam faktörlerinden ziyade FoMO'nun sosyal medya yorgunluğu üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tomczyk ve Lizde (2018), FoMO bağlamında internetin sorunlu kullanım ölçeğini teşhis etmeyi amaçlamış ve ortalaması 13 yaş olan katılımcılar üzerinde araştırma yapmışlardır. Bulgularına göre FoMO belirtisi gösteren katılımcıların oranı %20, internete bağımlı olma riski taşıyanların oranı ise %30'dur. Araştırmayla ayrıca boş zaman etkinliklerin FoMO'yu en aza indirdiği ve cinsiyetle bir ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yalçın Çınar ve Mutlu (2019: 140) üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerini belirlemek ve internet bağımlılığının ilişkili olduğu etmenleri incelemeyi amaçlamışlardır. Yazarlar araştırmalarının sonucunda; internet bağımlılığı ile FoMO, dikkat eksikliği, hiperaktivite ve nevroitik kişilik özelliği arasında pozitif yönlü bir ilişki bulmuşlardır. Gürdin (2019: 1273) 19-25 yaş aralığında bulunan gençlerle online olarak gerçekleştirdiği çalışmada FoMO'nun hedonik sosyal medya üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak katılımcıların FoMO duygusuyla sosyal medyayı hedonik bir şekilde tükettiğini ortaya koymuştur.

FoMO'nun tüketici davranışı üzerindeki etkisiyle ilgili olarak Hodkinson (2016: 14), FoMO çekiciliğine karşı tüketicilerin verdiği tepkiyi incelemiş ve dışarıdan başlatılan FoMO çağrılarının alıcılarda önemli ticari, bilişsel ve duygusal tepkiler oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Hayran vd. (2016: 1) FoMO'nun ne zaman ve nasıl oluştuğunu, diğer duygusal durumlardan nasıl farklı olduğunu ve tüketici davranışı üzerindeki sonuçlarını araştırmıştır. Sonuç olarak; FoMO'nun kişinin çevresinde meydana gelen olumlu ve kendi kendine ilgili deneyimlerin farkındalığı tarafından yönlendirildiği görülmüştür. Ayrıca, FoMO'yu deneyimlemenin, mevcut bir deneyimi tekrar etme niyetini azalttığını ve mevcut deneyime ilişkin değerlemeyi ve tavsiye niyetlerini azaltabileceğini ve bu nedenle, tüketici sadakati için bir tehdit oluşturabileceği öne sürülmektedir. FoMO ve tüketici davranışıyla ilgili başka bir çalışma Çetinkaya ve Şahbaz (2019: 394) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarlar yaptıkları online anket sonucunda, sosyal medya kullanmayla FoMO arasındaki ilişkinin tüketicinin tatil satın alma niyetini pozitif yönde etkilediğini bulmuşlardır. Diğer bir çalışma da üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış ve sonucunda satın alma davranışını sosyal medya algısı ve FoMO'nun etkilediği gözlenmiştir (Şahin ve Çavuş, 2020: 175). Konuyla ilgili çalışmaları bulunan Bekman (2022a: 573) FoMO'nun tüketicinin satın alma davranışını artırdığını ve onları satın almaya yönlendirdiğini bulmuştur. Diğer bir çalışmada Bekman (2022b: 553) Trendyol örneğinde FoMO'nun satın alma davranışını nasıl etkilediğini araştırmış ve tüketici davranışını FoMO'nun oldukça etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Aydın (2018b: 421) öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada mal ve hizmetlerdeki kıtlık algısının sosyal medyadaki FoMO'yu nasıl etkilediğini araştırmış, bu algının FoMO ve içgüdüsel alışveriş üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu bulmuştur.

Yukarıda sözü edilen araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; FoMO'nun insan davranışının çeşitli boyutları üzerinde etkisinin bulunduğu, gençlerin daha fazla FoMO'ya yöneldiği, özellikle tüketim davranışını FoMO'nun etkilediği ve tüketici sadakati üzerinde bir tehdit oluşturabileceği, sosyal medyayı aktif olarak kullanan katılımcıların FoMO'yu aktif bir şekilde yaşadığı ortaya çıkmaktadır.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

FoMO duygusunun Z kuşağının çevrimiçi satın alma davranışındaki rolüne ilişkin bir alan araştırması yapılmıştır. Araştırmanın amacı, önemi, evren ve örnekleme, kullanılan ölçekler, hipotezleri gibi bilgilere aşağıda kısaca yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve FoMO duygularını ortaya koymak ve bu eğilimlerin çevrimiçi satın alma davranışındaki rolünü ortaya çıkarmak araştırmanın temel amacını yansıtmaktadır. Ayrıca araştırmayla; teknoloji içerisinde büyüyen Z kuşağının, interneti ve sosyal medyayı ne sıklıkla kullandığı, internet ve sosyal medya kullanım sıklığının artması ile FoMO düzeylerinin ne yönde olacağına ilişkin veriler ortaya konulmaya çalışılacaktır.

3.2. Araştırmanın Konusu

Teknolojinin içinde bulunan Z kuşağı, pazarlamacıların etkileşim içerisinde olabilecekleri önemli bir alan haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya Z kuşağının önemli bir kısmını içinde barındırmaktadır. Sosyal medya pazarlamacılar açısından değerlendirildiğinde hız, düşük maliyet, etkileşim vb. özelliklerinden dolayı tüketicilere ulaşma noktasında kolaylık sağlayabilmektedir. Bu nedenle pazarlamacıların, tüketicilerin özelliklerini kavrayarak satış stratejileri yürütmeleri gerekmektedir.

Tüketiciler artık bir ürün veya hizmeti satın alırken sadece ihtiyaçlarına göre satın alma davranışında bulunmayabilmektedirler. Giderek artan sosyal medya alışkanlığı, FoMO duygusuyla eksiklik hissetmemek için satın almak gibi farklı durumlar tüketicileri satın alma davranışına yönlendirebilmektedir. Çalışmada, Z kuşağının çevrimiçi satın alma davranışlarında sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve FoMO (Fırsatları Kaçırma Korkusu)'ya bakılarak aralarındaki ilişki incelenecektir.

3.3. Araştırmanın Önemi

Teknolojinin gelişimiyle birlikte, geleneksel satın alma davranışlarının yanında tüketicilere birçok yönden kolaylık sağlayan çevrimiçi satın alma davranışı popüler hale gelmiştir. Teknolojinin içinde doğup büyüyen Z kuşağı, teknolojinin sunduğu tüm olanakları değerlendirebilmekte ve diğer kuşaklara göre internette daha fazla zaman geçirmekte, sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır.

Teknoloji ve sosyal medyanın gelişimi beraberinde FoMO duygusunu da getirmiştir. FoMO duygusu, insanların başkalarının sahip oldukları ürün, deneyim veya fırsatlara sahip olamadıklarında ortaya çıkan eksiklik duygusunu oluşturmaktadır. Sosyal medya başkalarını kolayca takip edebileceğimiz bir platform olduğundan bu durum sosyal medyada FoMO duygusunun daha yoğun yaşandığı bir ortam olarak kendisini gösterebilecektir. Pazarlamacılar ise bu durumda sosyal medya alışkanlıkları ile Z kuşağının FoMO derecesini daha iyi kavrayarak çevrimiçi satın alma stratejileri geliştirerek ürün veya hizmete yönelik arzu uyandırılmasını gerçekleştirebilecektir. Önemli olan pazarlamacıların teknolojiye ayak uydurarak Z kuşağı ile nasıl etkileşim kurabileceklerini anlamaktır. Literatüre bakıldığında FoMO, yeni bir kavram olduğundan konu ile ilgili az çalışma bulunduğu göz önüne alındığında bu araştırma hem pazarlama stratejilerinin gelişmesi için hem de ileride yapılacak olan çalışmalar için önemli olabilecektir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmayla sınanmak üzere geliştirilen 9 temel hipotez aşağıda yer almaktadır.

H₁= Katılımcıların cinsiyeti ile internetten alışveriş yapma sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂ = Katılımcıların cinsiyeti ile FoMO duyguları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃= Katılımcıların internetten satın alma durumu ile FoMO duyguları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄ = Katılımcıların internete her erişimlerinde sosyal medyaya bağlanma durumları ile FoMO duyguları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅ = Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile internetten alışveriş yapma sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆ = Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi ile aylık internetten yapılan alışveriş tutarı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₇ = Katılımcıların internetten alışveriş yapma sıklıkları ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₈ = Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₉ = Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile FoMO duyguları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Alan araştırması, kolaylık sağlaması ve imkânlar bakımından Selçuk Üniversitesi ve Aksaray Üniversitesi olmak üzere iki farklı üniversitede seçilen bazı fakültelerde 2021-2022 eğitim-öğretim yılında devam eden

2000 ve sonrası doğan öğrenciler üzerinde yürütülmüştür. Araştırma 22.12.2021-28.12.2021 tarihleri arasında Selçuk Üniversitesi; İletişim Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Edebiyat Fakültesi ve Aksaray Üniversitesi: İletişim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi olmak üzere toplam 7 fakültede gerçekleştirilmiştir.

3.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Konya ve Aksaray ilinde Lisans öğrenimi gören Z kuşağı (2000 ve sonrası) bireyleridir. Çalışmada evrene ulaşmanın kısıtları göz önüne alındığında tesadüfi örnekleme yöntemlerinden rastgele örneklem tekniği kullanılarak 594 öğrenciyle yüzyüze anket yapılmıştır. Örneklem hacminin belirlenmesinde, Krejcie ve Morgan (1970: 608) tarafından nicel araştırmalar için örneklem genişliğinin belirlenmesine ilişkin evren/örneklem tablosu dikkate alınmıştır. Tabloya göre Evren>1.000.000 için örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Ancak çalışmada veri eksikliğinin önlenmesi için 594 katılımcıdan yüz yüze veri toplanmıştır.

3.7. Anket Formu ve Kullanılan Ölçekler

Anket formunda üç temel soru grubu bulunmaktadır. Bunlardan ilk grupta, sosyo-demografik özellikler, internet alışveriş davranışı ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik sorular yer almaktadır. Daha sonraki sorular ise fırsatları kaçırma korkusuna yönelik ölçek sorularından oluşmaktadır. FoMO ölçeği; Przybylski ve diğerleri (2013) tarafından geliştirmiş ve Gökler, Aydın, Ünal ve Metintaş (2016) tarafından “Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi” adlı çalışmayla Türkçeye uyarlanmıştır. Toplam 10 sorusu bulunan ve beşli Likert tipinde olan ölçeğin Türkçeye uyarlanan biçimi aynen alınarak anket formunda yer verilmiştir. Anket formu oluşturulduktan sonra iki uzmana incelettirilerek son şekli verilmiştir. Araştırmanın etik izni için Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Etik Kurulu’na başvurularak 01.11.2021 tarih ve E-166590 sayılı yazıyla araştırma onayı alınmıştır.

3.8. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Anket yapımı tamamlandıktan sonra genel olarak kontrol edilmiş ve kodlanarak elektronik ortama aktarılmıştır. Verilerin analizinde SPSS İstatistik 26.0 programı kullanılmıştır. Öncelikle ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla faktör analizi ve güvenirlik analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezleri sınamak için ise farklı teknikler kullanılmıştır. Kategorik değişkenler arasında farkı veya ilişkiyi ortaya koymak için Ki-Kare analiz tekniği, iki farklı grubun ortalama farklarının karşılaştırılmasında ise t testi uygulanmıştır. Birbirinden bağımsız iki grubun bir değişkenle ölçülen ortalamaları karşılaştırılmak istendiği için t testi çeşitlerinden bağımsız gruplar için t testi kullanılmıştır. İkiiden fazla grup olduğunda ise ANOVA tekniği kullanılarak değişkenler arasındaki farklılık tespit edilmeye çalışılmıştır. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla ise normalliğin sağlandığı durumlarda TUKEY testi, sağlanmadığı durumlarda ise Games-Howell testine bakılmıştır.

3.9. Araştırma Ölçeklerinin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmada kullanılan FoMO ölçeği için faktör analizine uygunluğunun belirlenmesinde öncelikle KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) örnek yeterliliği testine, sonrasında Bartlett’s testine bakılmıştır. Fırsatları kaçırma korkusu ölçeğinin KMO değeri 0.798 (Tablo 1) p değeri ise <0.001 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, faktör analizinin uygulanmasında örnek büyüklüğünün yeterli olduğunu ve faktör analizinin yapılması için gerekli şartların sağlandığı göstermektedir.

Tablo 1 Fırsatları Kaçırma Korkusu KMO ve Bartlett's testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,798
Bartlett's Test Sonucu	Chi-Square	2217,947
	ss	45
	p	,000

Varimax yöntemi kullanılarak yapılan analizde ölçekte geçen ifadelerinin uygunluğu tespit edilmiştir.

Tablo 2 Fırsatları Kaçırma Korkusu Ölçeği Faktör Analizi

İfadeler	Faktör Yükleri
1.Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	,613
2.Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	,610
3.Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim	,731
4.Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim	,726
5.Arkadaşlarımın ‘aralarındaki şakaları, muhabbetleri’ anlamak benim için önemlidir	,624
6.Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ederim	,563
7.Arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkır	,652
8.İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir	,598
9.Planlanmış bir toplantıyı kaçırmak canımı sıkır.	,426
10.Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim	,619

Analiz sonucunda, fırsatları kaçırma korkusu ölçeğinin tek bir faktör altında birleştiği görülmüştür. En yüksek faktör yüküne sahip olan ifade (,731) “arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim”, en düşük ifade ise (,426) “planlanmış bir toplantıyı kaçırmak canımı sıkır” olmuştur.

Sosyal bilimler alanında ölçekler için gerekli olan bir diğer test ise güvenilirlik testidir. Güvenilirlik testi için Cronbach Alfa değerlerine bakılmıştır. Tablo 3’te görüldüğü üzere alfa değerinin 0.819 çıkması, fırsatları kaçırma korkusu ölçeğinin, güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 3: Güvenirlik Analiz Sonuçları

Ölçek Adı	Cronbach's Alpha Değeri	Soru Sayısı
Fırsatları Kaçırma Korkusu Ölçeği	,819	10

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRMELER

Araştırmanın bu kısmında elde edilen veriler tablolar halinde sunularak yorumlanmıştır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Aşağıda bulunan tabloda katılımcıların yaş, cinsiyet ve gelir durumu ile ilgili bilgi verilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	N	%
Yaş	18-19	216
	20-21	378
	Toplam	594
Cinsiyet	Erkek	171
	Kadın	423
	Toplam	594
Aylık Harcama Miktarı	0-500	165
	501-1000	250
	1001-2000	148
	2001 ve üzeri	31
	Toplam	594

Z kuşağında bulunan bireylerin yaş dağılım oranlarına bakıldığında %36.4’ü 18-19 yaşında, %63.6’sı ise 20-21 yaşlarındadır. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında ise %71.2’si kadınlardan oluşurken %28.8’i erkeklerden oluşmaktadır. Son olarak katılımcıların gelir durumu incelendiğinde 0-500 TL geliri olanların oranı %27.7, 501-1000 TL gelir durumunda bulunanların oranı %42.1, 1001-2000 TL gelir düzeyinde bulunanların oranı %25, 2001 ve üzeri gelir durumuna sahip olanların oranı ise %5.2 olduğu görülmektedir.

4.2. Katılımcıların Çevrimiçi Satın Alma Davranışları

Katılımcıların günlük internet kullanım süreleri, internetten alışveriş yapıp yapmadıkları, İnternette alışveriş yapma sıklıkları ve aylık internetten yapılan alışveriş tutarı ayrı ayrı tablolarla yorumlanmaktadır.

Tablo 5: Günlük İnternet Kullanım Süresi

Günlük internet kullanım süresi	N	%
60 dakikadan az	27	4.5
61-120 dakika arası	118	19.9
121-180 dakika arası	176	29.7
181-240 dakika arası	135	22.7
241 dakika ve fazlası	138	23.2
Toplam	594	100.0

Katılımcıların günlük internet kullanım sürelerine bakıldığında %4.5'i 60 dakikadan az, %19.9'u 61-120 dakika arası, %29.7'si 121-180 dakika arası, %22.7'si 181-240 dakika arası, %23.2'si ise 240 dakikadan fazla internet kullanmaktadır. Bu durumda 60 dakikadan az internet kullanan katılımcıların oranının oldukça az olduğu, 121-180 dakika arası günlük internet kullanım sıklığının fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 6: İnternette Alışveriş Yapan Katılımcılar

İnternette alışveriş yapma	N	%
Evet	537	90.4
Hayır	57	9.6
Toplam	594	100.0

“İnternette alışveriş yapar mısınız?” sorusuna 537 kişi %90,4 oranla evet derken, 57 kişi %9,6 oranla hayır demiştir. Bu durumda araştırmaya katılanların büyük bir kısmı internetten alışveriş yapmaktadır.

Tablo 7: Aylık İnternette Yapılan Ortalama Alışveriş Tutarı

İnternette aylık ortalama alışveriş yapma tutarı	N	%
0-250 TL arası	385	64.8
251-500 TL arası	125	21.0
501-750 TL arası	45	7.6
751-1000 TL arası	22	3.7
1001-1250 TL arası	10	1.7
1251-1500 TL arası	2	0.3
1501 TL ve üzeri	5	0.8
Toplam	594	100,0

Katılımcıların aylık internetten yapmış oldukları ortalama alışveriş tutarlarına bakıldığında 0-250 TL arası alışveriş yapan katılımcıların oranı %64,8; 251-500 TL arası alışveriş yapanların oranı %21'dir. Diğer oranlara bakıldığında 501-750 TL arası alışveriş yapanlar katılımcıların %7.6'sını, 751-1000 TL arası alışveriş yapanlar %3.7'sini, 1001-1250 TL arası alışveriş yapanlar %1.7'sini, 1251-1500 TL arası alışveriş yapanlar % 0.3'ünü, 1501 TL ve üzeri alışveriş yapanlar ise %0.8'ini oluşturmaktadır. Bu veriler, araştırmaya katılanların yaklaşık %85'inin ayda 500 TL'ye kadar internet alışverişini yaptıklarını göstermektedir.

4.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımları

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarını öğrenmek amacıyla internete her girişlerinde sosyal medya sitesine bağlanıp bağlanmadıkları, sosyal medyayı ne kadar süredir kullandıkları, sosyal medya kullanım sıklıkları, günlük sosyal medya kullanım süreleri ve en fazla kullandıkları sosyal medya hesapları tablolar halinde değerlendirilmektedir.

Tablo 8: İnternete Her Erişimde Sosyal Medya Sitelerine Bağlanma

Sosyal medya sitelerine bağlanma durumu	N	%
Evet	551	92.8
Hayır	43	7.2
Toplam	594	100.0

Katılımcılardan %92.8'i internete her erişimlerinde en az bir kere sosyal medya sitesine bağlandıklarını belirtirken %7.2'si bağlanmadıklarını söylemiştir.

Tablo 9: Sosyal Medyanın Ne Kadar Süredir Kullanıldığı

Sosyal medyanın ne kadar süredir kullanıldığı	N	%
1 Yıldan Az	27	4.5
1-2 Yıl	45	7.6
3-4 Yıl	115	19.3
5-6 Yıl	156	26.3
6 yıldan fazla	251	42.3
Toplam	594	100.0

Sosyal medyayı 1 yıldan az zamandır kullanmaya başlayanların oranı %4.5, 1-2 yıldır kullananların oranı %7.6, 3-4 yıldır kullananların oranı 19.3, 5-6 yıldır kullanmaya başlayanların oranı %26.3, 6 yıldan fazla süredir sosyal medya kullananların oranı ise %42.3'tür. Bu veriler doğrultusunda, katılımcıların yaklaşık %70'inin sosyal medyayı en az 5 yıldan beri kullandıkları ifade edilebilir.

Tablo 10: Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

Sosyal medya kullanım sıklığı	N	%
Her Gün	565	95.1
Haftada 1-2 Gün	7	1.2
Haftada 3-4 Gün	12	2.0
Haftada bir	2	0.3
Daha seyrek	3	0.5
Hiç	5	.09
Toplam	594	100.0

Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıklarına bakıldığında %95.1'i her gün kullandığını, %1.2'si haftada 1-2 gün, %2'si haftada 3-4 gün, %0.3'ü haftada bir, %0.5'i daha seyrek kullandığını ve son olarak da %0.9'u'ı hiç sosyal medya kullanmadıklarını söylemiştir. Bu verilere göre katılımcıların çok büyük çoğunluğu, her gün sosyal medyada vakit geçirmektedir.

Tablo 11: Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri

Günlük sosyal medya kullanım süreleri	N	%
0-15 Dk	11	1.9
16-30 Dk	27	4.5
31-60 Dk	93	15.7
61-120 Dk	162	27.3
121-180 DK	134	22.5
180 dakikadan fazla	167	28.1
Toplam	594	100.0

Tablo 11'deki veriler çerçevesinde katılımcıların çoğunluğunun günlük medya kullanım süresi bir saatten fazladır. Günlük medya kullanım süreleri ayrıntılı olarak değerlendirildiğinde; katılımcıların %1.9'unun günlük sosyal medya kullanım süresinin 0-15 dakika, %4.5'inin 16-30 dakika, %15.7'sinin 31-60 dakika, %27.3'ünün 61-120 dakika, % 22.5'inin 121-180 dakika ve % 28.1'inin ise 180 dakikadan daha fazladır.

Tablo 12: En Çok kullanılan Sosyal Medya Hesapları

En çok kullanılan sosyal medya hesapları	N	%
Facebook	39	3.3
Twitter	196	16.8
İnstagram	489	42.0
Youtube	327	28.1
Diğer	114	9.8
Toplam	1165	100.0

Not: Soruda N sayısının örneklem hacmini geçmesinin nedeni birden fazla seçeneğin işaretlenebiliyor olmasıdır.

Katılımcılar en çok kullandıkları sosyal medya hesaplarının birden fazlasını işaretleyebilmişlerdir. Tabloda katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesaplarının frekansı verilmiştir. %42.0’la Instagramı tercih eden 489 kişi, %28.1’le Youtube’u tercih eden 327 kişi, %16.8’le Twitter’ı tercih eden 196 kişi, diğer hesapları işaretleyen %9.8 oranla 114 kişi, %3.3 oranla Facebook’u tercih eden 39 kişi bulunmaktadır. Z kuşağının en fazla tercih ettiği sosyal medya hesabının Instagram ve Youtube olduğu görülmektedir.

4.4. Hipotezlerin Testine İlişkin Analizler

Çalışmanın hipotezlerinin test edilmesine ilişkin değerlendirmeler aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 13: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İnternette Alışveriş Yapma Sıklıkları

Alışveriş sıklığı	Cinsiyet				X^2	SD	P
	Kadın	%	Erkek	%			
Günde En Az Bir	6	1.4	2	1.2	8.89	5	.114
İki Üç Günde Bir	7	1.7	6	3.5			
Haftada Bir	41	9.7	15	8.8			
Ayda Bir	175	41.4	53	31.0			
Daha Seyrek	166	39.2	77	45.0			
Hiç	28	6.6	18	10.5			
Toplam	328	100.0	266	100.0			

Katılımcıların cinsiyetlerine göre internette alışveriş yapma sıklıkları ki-kare testi ile incelenmiştir. Yapılan test sonucunda anlamlı bir farklılığın olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır ($X^2=8.89$, $p>.05$). Yine tablo incelendiğinde kadınların çoğu ayda bir (%41.4) alışveriş yapma tercihinde bulunmuşlardır. Erkekler ise (%45.0) daha seyrek alışveriş yapmaktadırlar. Buna göre “Katılımcıların cinsiyeti ile internette alışveriş yapma sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 14: FoMO ve Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t	sd	P
FoMO Ölçeği	Kadın	473	2.80	.67	1.688	592	.092
	Erkek	171	2.69	.77			

Tablo 14 incelendiğinde Z kuşağının fırsatları kaçırma korkusuna yönelik algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (($sd=592$), $t=1.688$, $p>.05$). Buna göre “Katılımcıların FoMO duygusu ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 15: FoMO Ölçeği ve İnternette Satın Alma Durumuna göre T-Testi Sonucu

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t	sd	P
FoMO Ölçeği	Evet	537	2.77	.69	.089	592	.929
	Hayır	57	2.76	.77			

Tablo 15’te, Z kuşağının internette alışveriş yapma durumları Fırsatları Kaçırma Korkusu ile karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma sonucunda, Z kuşağının internette satın alma durumu ile fırsatları kaçırma korkusunun anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür (($sd=592$), $t=.089$, $p>.05$). Buna göre “Katılımcıların

FoMO duygusu ile internetten satın alma durumları arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16: FoMO Ölçeği ve İnternete Her Erişimlerinde Sosyal Medyaya Bağlanma Durumlarına Göre T-Testi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t	sd	P
FoMO Ölçeği	Evet	551	2.79	.69	2.863	592	.004
	Hayır	43	2.47	.75			

Tablo 16’da Z Kuşağının internete her erişimlerinde sosyal medyaya bağlanma durumları ile FoMO arasındaki ilişki yer almaktadır. Bu karşılaştırılma sonucunda Z kuşağının internete her erişiminde sosyal medyaya bağlanma durumu ile fırsatları kaçırma korkusu arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ((sd=592), t=2.863, p<.05). İnternete her erişiminde sosyal medyaya bağlanan katılımcılar (X=2.79), bağlanmayanlara oranla (X=2.47) FoMO duygusuna eğilimlidirler. Buna göre “Katılımcıların FoMO duygusu ile internete her erişimlerinde sosyal medyaya bağlanma durumları arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 17: Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Aylık İnternette Yapılan Alışveriş Tutarı Arasında ANOVA Analizi

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	X	SS	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlı fark
0-15 Dk	11	1.09	.301	G. Arası	16.066	5	3.213			
16-30 Dk	27	1.22	.506	G. İçi	657.358	588	1.118			
31-60 Dk	93	1.52	.962	Toplam	673.604	593		2.873	.014	3-1, 4-1, 5-1,2
61-120 Dk	162	1.50	.966							
121-180 Dk	134	1.67	1.100							
180 dakikadan fazla	167	1.79	1.234							
Toplam	594	1.60	1.607							

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile internetten yapmış oldukları alışveriş tutarları arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur [(sd=5, 588), F = 2.873; p<.05]. Tabloyu incelediğimizde yapılan Games-Howell testine göre sosyal medyayı 31-60 dakika arası (X=1.52) ve 61-120 dakika arası (X=1.50) kullananların, internetten satın alma tutarı 0-15 dakika arası (X=1.09) kullananlardan anlamlı derece daha yüksektir. Ayrıca sosyal medyayı 180 dakikadan fazla (X=1.79) kullanan katılımcıların internetten satın alma tutarı, yine günlük 0-15 dakika (X=1.09) ve 16-30 dakika arası (X=1.22) kullananlardan anlamlı derece daha yüksektir. Sonuç olarak “Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi ile aylık internetten yapılan alışveriş tutarı arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo18: Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile İnternette Alışveriş Yapma Sıklıkları Arasında Ki-Kare Analizi

	İnternette Alışveriş Yapma Sıklığı												X ²	P
	Günde En Az Bir	%	İki Günde Bir	%	Üç Günde Bir	%	Haftada Bir	%	Ayda Bir	%	Daha Seyrek	%	Hiç	%
0-15 Dk	0	0	0	0	0	0	0	3	27.3	6	54.5	2	18.2	
15-30 Dk	0	0	0	0	1	3.7	11	40.7	11	40.7	4	14.8		
31-60 Dk	1	1.1	1	1	9	9.7	38	40.9	36	38.7	8	8.6		
61-120 Dk	1	.6	4	2.5	10	6.2	62	38.3	74	45.7	11	6.8		
121-180 Dk	3	2.2	4	3.0	18	13.4	44	32.8	54	40.3	11	8.2		
180 Dk +	3	1.8	4	2.4	18	10.8	70	41.9	62	37.1	10	6.0		
Toplam	8	1.3	13	2.2	56	9.2	228	38.4	243	41	46	7.7	7.60	.00

Ki-kare tablosunda beklenen değer %50'nin üzerinde olduğu için Fisher-Freeman-Halton Exact testine bakılmıştır. Yapılan Ki-kare testi sonucunda katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile internetten alışveriş yapma sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=7.60$, $p<.05$). Tabloya göre genel olarak katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça internetten alışveriş yapma sıklıkları da artmaktadır. Günlük 30 dakikaya kadar sosyal medya kullananlar içerisinde iki üç günde bir internet alışverişini yapan kimse bulunmamaktadır. Buna karşılık günlük 121-180 dakika arasında sosyal medya kullananlardan %2.2'si günde en az bir, %3'ü iki üç günde bir internetten alışveriş yapmaktadır. Günlük 180 dakikadan fazla sosyal medya kullananlarda da durum benzer olup % 1.8'i günde en az bir, %2.4'ü de iki üç günde bir internetten alışveriş yapmaktadır. İnternetten ayda birden daha seyrek alışveriş yapanların veya hiç alışveriş yapmayanların % 72.4'ü günlük 15 dakikaya kadar sosyal medya kullananlardır. 180 dakikadan fazla günlük sosyal medya kullananların ise yaklaşık % 47'si ayda birden daha seyrek alışveriş yapmakta veya hiç alışveriş yapmamaktadır. Sonuç olarak 4 numaralı "Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile internetten alışveriş yapma sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 19: FoMO ve İnternetten Alışveriş Yapma Sıklığı Arasında ANOVA Testi

İnternetten Alışveriş Yapma Sıklığı	N	X	ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P
Günde En Az Bir	8	2.75	.370	G. Arası	.650	5	.130		
İki Üç Günde Bir	13	2.91	.917	G. İçi	294.597	588	.501		
Haftada Bir	56	2.73	.675	Toplam	295.247	593		.260	.935
Ayda Bir	228	2.80	.714						
Daha Seyrek	243	2.70	.673						
Hiç	46	2.75	.853						
Toplam	594	2.77	.705						

Katılımcıların FoMO düzeyleri ile internetten alışveriş yapma sıklıklarına ilişkin yapılan ANOVA testi sonucunda iki değişken arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır [(sd=5, 588), $F= .260$; $p>.05$]. Yani "Katılımcıların internetten alışveriş yapma sıklıkları ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 20: Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ile FoMO Arasında ANOVA Testi

Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	N	X	ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Her Gün (1)	566	2.79	.702	G. Arası	7.883	5	1.577			
Haftada 1-2 Gün (2)	7	2.45	.425	G. İçi	287.364	588	.489			
Haftada 3-4 Gün (3)	12	2.44	.709	Toplam	295.247	593		3.226	.007	1-5
Haftada bir (4)	2	2.90	.282							
Daha Seyrek (5)	3	1.43	.585							
Hiç (6)	4	2.52	.665							
Toplam	594	2.77	.705							

Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları ile fırsatları kaçırma korkusu arasında yapılan ANOVA test sonucuna ait bilgiler tablo 20'de verilmiştir. Bu bilgilere göre katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları ile fırsatları kaçırma korkuları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir [(sd=5, 588), $F= 3.226$; $p<.05$]. Yapılan TUKEY testinde her gün ($X=2.79$) sosyal medya kullananların FoMO ortalamaları, daha seyrek ($X=1.43$) kullananlardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksektir. Yapılan analiz sonucunda "Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21: Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile FoMO arasında ANOVA Testi

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	X	ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
0-15 Dk (1)	11	2.16	.675	G. Arası	9.452	5	1.890			
16-30 Dk (2)	27	2.60	.768	G. İçi	285.795	588	.486			
31-60 Dk (3)	93	2.59	.632	Toplam	295.247	593		3.889	.002	4-1; 5-1; 6-1
61-120 Dk (4)	162	2.84	.710							
121-180 Dk (5)	134	2.84	.597							
180 dakikadan fazla (6)	167	2.81	.776							
Toplam	594	2.77	.705							

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile fırsatları kaçırma korkuları arasında yapılan ANOVA testi sonucunda tablo 21’de de görüldüğü gibi anlamlı bir farkın olduğu bulgusuna ulaşılmıştır [(sd=5, 588), F= 3.889; p<.05]. Yapılan TUKEY testi ile farklılığın olduğu gruplar saptanmıştır. Günlük sosyal medyayı 61-120 dakika (X=2.84), 121-180 dakika arası (X=2.84) ve 180 dakikadan fazla (X=2.81) kullanan katılımcıların FoMO ortalamaları sosyal medyayı günlük 0-15 dakika arası (X=2.16) kullanan katılımcılardan anlamlı olarak daha yüksektir. Böylece “Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile FoMO duyguları arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Günümüzün önemli bir parçası haline gelen internet sayesinde kişiler, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimini benimsemekle birlikte bu doğrultuda alışkanlıklarını geliştirmişlerdir. İnternet üzerinden birbirleri ile bağlantı kurabilen bireyler aynı zamanda elektronik ortamların sunmuş olduğu tüm imkânlardan yararlanabilmektedirler. Teknolojiyle büyüyen Z kuşağı yeni olan yazılımları kolayca öğrenerek uygulamaları profesyonelce kullanabilmektedir. Z kuşağı, günlük internet kullanım oranının artmasıyla geleneksel medyadan ziyade çevrimiçi platformlara yönelimlidirler. Bu yüzden bugün ve gelecekte tüketici pazarının gelişmesinde aktif rol oynayabilecek durumda olan Z kuşağının önemsenmesi gerekmektedir. Tüketicilerin çeşitli özellikleri dikkate alınarak gerçekleştirilen pazarlama araştırmalarında, aynı yaş grubuna ait bireyler tanımlanarak kuşak kavramına önem verilmelidir. İletişimi daha da güçlü hale getiren teknoloji sayesinde bireyler için erişim imkânı artmıştır. Özellikle sosyal medyayı hayatın gerçeği olarak gören Z kuşağı, bu platformlarda kendi gerçek kimliğini yansıtmaktadır. Bu nedenle pazarlamacılar Z kuşağı tüketicilerine iyi bir sosyal medya yönetimiyle ulaşarak hedef kitlelerinin beklenti ve isteklerini gözlemleyebileceklerdir.

Sosyal medya sayesinde kendi deneyimlerini paylaşabilen bireyler aynı zamanda başkalarını da takip edebilmektedirler. Sosyal medya araçları, kişinin arkadaşlarının ve tanıdıklarının ne yaptığını ne satın aldığını ve ne hakkında konuştuğunu bilmesini her zamankinden daha kolay hale getirmiştir. Böylece sosyal medya araçları birçok yönden olumlu olmakla birlikte insanları birbirine bağlayabilmektedir. Ancak, kişinin kendisinde olmayan deneyimlere başkalarının sahip olabileceğine dair yaygın bir endişe olarak tanımlanan FoMO duygusunu karşımıza çıkarmaktadır. Dijital ortamlar var olduğu sürece FoMO bireylerin kaçınılmaz bir duygusu olmaktadır. Bunların yanı sıra kişi, eksikliklerini farklı deneyim, ürün veya hizmetlere sahip olarak kapatmaya çalışacaktır. Bu durum ise pazarlamacılar için bir fırsat olarak düşünülebilir. Yani işletmeler, kişilerin FoMO duygularını tetikleyerek tüketime yönlendirebilir.

Bu çalışmada; Z kuşağının çevrimiçi satın alma davranışlarında sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve FoMO (Fırsatları Kaçırma Korkusu)’nun rolü üzerine 594 kişi ile alan araştırması gerçekleştirilmiş ve kurulan hipotezler test edilmiştir. Yapılan testler sonucunda belirtilen değişkenlerin Z kuşağının internetten alışveriş yapmayı gerçekleştirme konusunda hangi noktalarda, nasıl farklılaştığı tespit edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları (günlük sosyal medya kullanım süresi) ile çevrimiçi satın alma davranışları (internet üzerinden alışveriş yapma durumu, internet üzerinden yapılan alışveriş tutarı, internetten alışveriş yapma sıklığı) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak Z kuşağının çevrimiçi satın alma davranışları (internetten alışveriş yapma sıklığı, internetten satın alma durumu, aylık ortalama internet üzerinden yapılan alışveriş tutarı) ile FoMO arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bunun yanı sıra FoMO duygusu ile Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları (internete her erişimde sosyal medyaya bağlanma, sosyal medyayı kullanım sıklığı, günlük sosyal medya kullanım süresi) arasında anlamlı

bir farklılık olduğu görülmüştür. Bu nedenle FoMO eğiliminin sosyal medya kullanım alışkanlığıyla ilişkili olmasından dolayı sosyal medya aracılığıyla pazarlama stratejileri geliştirilebilir.

Araştırma Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve FoMO duygularının çevrimiçi satın alma davranışları üzerindeki rolünü ayrı ayrı incelediğinden özgün bir araştırmadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular neticesinde bu alanla ilgili yapılabilecek gelecek çalışmalara önerilerde bulunulabilir. Gelecek çalışmalarda X ve Y kuşağı da çalışmaya dâhil edilerek kuşaklar arasındaki farklılık incelenebilir. FoMO, yeni ve popüler bir kavram olduğundan sadece FoMO ve çevrimiçi satın alma davranışları arasındaki ilişkiye bakılarak FoMO duygusunu teşvik eden reklamlar tespit edilip bu reklamların incelemesi yapılabilir. Çalışmada FoMO ve çevrimiçi satın alma davranışı arasında ilişkinin bulunamaması, FoMO alanında kullanılan ölçeğin güncel olmamasından kaynaklı olabileceğinden FoMO'nun satın alma davranışına etkisine yönelik yeni bir ölçek geliştirilebilir. Bu çalışma yalnızca Aksaray Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi öğrencileri üzerinden sınırlandırıldığından daha geniş bir alana yayılan çalışmalar yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu Ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Aydın, H. (2018a). Sosyal Medya Trendi Olan FoMO'nun Pazarlama Alanında Kullanımı Üzerine Literatür Taraması. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Aydın, H. (2018b). Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (Fomo) İlgüdüsel Alımlara Etkisinin Öz Belirleme Kuramı İle Açıklanması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 415-426.
- Barnes, N. G. (2014). Social Commerce Emerges As Big Brands Position Themselves to Turn “Follows”, “Likes” and “Pins” into Sales. *American Journal of Management*, 14(4), 11-18.
- Baruönü, Ö. (2020). Hoşgeldin Z Kuşağı Müşterim. Ankara: Nobel.
- Bekman, M. (2020). Halkla İlişkiler Uygulamalarında Dijital Medyanın Kullanımı: Sosyal Medya Bağımlılığının FOMO ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almada Aracılık Rolü. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*.
- Bekman, M. (2022a). Hedef Kitlenin Gözetim Farkındalığının Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkisinde FOMO'nun Aracılık Rolü Ve Cinsiyetin Düzenleyici Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 551-580.
- Bekman, M. (2022b). The Effect of FoMO (Fear of Missing Out) on Purchasing Behavior in Public Relations Practices, *Selçuk İletişim Dergisi*, 15 (2), 528-557.
- Bellman, S., Lohse, G. L., & Johnson, E. J. (1999). Predictors of Online Buying Behavior. *Communications of The Acm*, 42(12), 32-38.
- Bright, L. F., & Logan, K. (2018). Is my Fear of Missing Out (FOMO) Causing Fatigue? Advertising, Social Media Fatigue, and the Implications for Consumers and Brands. *Internet Research*, 28(5), 1213-1227. doi:10.1108/IntR-03-2017-0112
- Childs, C. (2015). Marketing to Gen Z – consumers unlike previous generations. Ocak 19, 2021 tarihinde Ehotelier: <https://insights.ehotelier.com/insights/2015/06/23/marketing-to-gen-z-consumers-unlike-previous-generations/> adresinden alındı
- Curry, R. G., & Zhang, P. (2013). Website features that gave rise to social commerce: a historical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*(12), 260-279. doi:10.1016/j.elerap.2013.04.001
- Çetinkaya, F. Ö., & Şahbaz, R. P. (2019). Sosyal Medyada Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Kişinin Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 383-402.
- Dabija, D.-C., & Lung, L. (2019). Millennials Versus Gen Z: Online Shopping Behaviour in an Emerging Market. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 1-18. doi:10.1007/978-3-030-17215-2_1
- Esen, Ş., & İçil, H. B. (2019). Sosyal Medya Uygulamalarının, Marka Bağlılığı Ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Multidisciplinary Studies and Innovative Technologies*, 3(2), 188-195
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 53-59.
- Gürdin, B. (2019). Sosyal Medyanın Hedonik Tüketimi Ve FoMO'nun Gücü. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(3), 1259-1278.
- Hayran, C., Anık, L., & Gürhan Canli, Z. (2016). Feeling of Missing Out (FOMO) and Its Marketing İmplications. *Marketing Science Institute Working Paper Series*, 1-55.
- Hendler, E. J. (2016, Mayıs 11). Getting Social with Generation Z. Mart 20, 2021 tarihinde: <https://www.giftsanddec.com/business-news/getting-social-generation-z/> adresinden alındı
- Hodkinson, C. (2016). Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 1-23. doi: 10.1080/13527266.2016.1234504
- Ithinkso. (2021). Şubat 10, 2021 tarihinde Ithinkso Web Sitesi: <https://www.ithinkso.co/blog-z-kusagi-ve-pazarlama> adresinden alındı
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity Consumption Behavior and FoMO. *Sustainability*, 11(17), 1-18. doi:10.3390/su11174734
- Kartal, A., & Tatlı, E. (2020). Yeşil Reklamların Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 6(1), 208-224.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size For Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. doi:10.1177/001316447003000308
- Levickaite, R. (2010). Generations x, y, z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). *LİMES: Cultural Regionalistics*, 3(2), 170-183. doi:10.3846/limes.2010.17
- Marie, A., & Grybś, M. (2013). Modern Trends in Consumer Behaviour in Era of E-Communication. *Studia Ekonomiczne* (151), 263-273.
- Medium. (2018, Aralık 27). Engaging Generation Z: Marketing to a New Brand of Consumer. şubat 13, 2022 tarihinde <https://medium.com/@savetherobots123/engaging-generation-z-marketing-to-a-new-brand-of-consumer-786f45a94521> adresinden alındı

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29 (4), 1841-1848.
- Rifkin, J., Cindy, C., & Kahn, B. (2015). Fomo: How the Fear of Missing Out Leads to Missing Out. *NA Advances in Consumer Research*, Volume 43, Association for Consumer Research, 244-248.
- Şahin, E., & Çavuş, B. F. (2020). Sosyal Medya Algısı ve FoMO'nun Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 149-182.
- Taichon, P. (2017). Consumer socialization process: The role of age in children's online shopping behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 38-47. doi:10.1016/j.jretconser.2016.09.007
- Tanhan F, Özok, H.İ. & Tayiz, V. (2022), Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO): Güncel Bir Derleme, *Psikolojide Güncel Yaklaşımlar*, 14(1). 74-85.
- Tomczyk, L., & Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 541-549. doi:10.1016/j.childyouth.2018.03.048
- TÜİK. (2022, Ağustos 26). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. Kasım 21, 2022 tarihinde [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587) adresinden alındı
- TÜSİAD. (2019). E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar. https://tusiad.org.tr/yayinlar/raporlar/item/download/9228_dd99423af3c375774e32203b5a3e6daa adresinden alındı
- Tuna, B. (2002, Ekim 5). Sadakatsiz Z Kuşağı geliyor. Mart 20, 2021 tarihinde *Hürriyet*: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/sadakatsiz-z-kusagi-geliyor-101868> adresinden alındı
- Weinswig, D. (2016). Gen Z: Get Ready for the Most Self-Conscious, Demanding Consumer Segment. *Fung Global Retail & Technology*, 1-19.
- Wood, S. (2013). Generation Z as Consumers: Trends and Innovation. N.C. State University Institute for Emerging Issues, 1-3.
- Yalçın Çınar, Ç., & Mutlu, E. (2019). İnternet Bağımlılığının Benlik Saygısı, Dikkat, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Yaşam Doyumu ve Kişilik Özellikleri ile İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 133-142.
- Yıldız, A. (2019). X, Y ve Z Kuşağı tüketicilerinin Nomofobi Özelliklerinin Karşılaştırılması: Adıyaman İli Üzerine Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 695-726.

İş Motivasyonunun Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Kamu Çalışanları Örneği

The Effect of Job Motivation on Cyberloafing Behavior: The Case of Public Employees

Efekan Taha ÖZEL *
Abdullah YILMAZ **

ÖZ

Günümüzde hızla gelişen bilişim teknolojileri bireylerin hayatlarının her alanını olduğu gibi, iş yaşamlarını da etkilemektedir. Özellikle bilişim teknolojileri ve internete erişimin kolaylaşması bireylerin sanal dünya ile iç içe yaşamlarını zorunlu kılmaktadır. Toplum genelinde ve buna bağlı olarak örgütlerde bilişim teknolojileri kullanımının yaygınlaşması ile çalışanların sanal kaytarma davranışlarında artış görülmektedir. Sanal kaytarma davranışı literatürdeki birçok örgütsel kavram ile ilişki içerisinde ele alınabilmekle birlikte, bu çalışma “Çalışanların iş motivasyonları sanal kaytarma davranışlarını etkilemekte midir?” sorusu temelinde kurgulanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada, çalışanların iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Ego tükenmesi kuramı temelinde şekillendirilen çalışma kapsamında Konya ilinde bulunan kamu kurumlarında görevli 314 gişe çalışanı üzerinde araştırma yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 29 ve AMOS 24 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda iş motivasyonunun sanal kaytarma davranışı ve alt boyutları üzerinde negatif ve anlamlı etkileri tespit edilmiştir. Bu sonuçların sektör temsilcilerine, devlet organlarında görevli karar vericilere ve araştırmacılara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

ANAHTAR KELİMELELER

Motivasyon, İş Motivasyonu, Sanal Kaytarma, Sanal Kaytarma Davranışı, Ego Tükenmesi Kuramı

ABSTRACT

Today, rapidly developing information technologies have affected the work life of individuals as well as every aspect of their lives. Particularly, the ease of access to information technologies and the internet has made it necessary for individuals to live together with the virtual world. With the widespread use of information technologies in society and organizations, there is an increase in the cyberloafing behaviors of employees. Although cyberloafing behavior can be handled in relation to many organizational concepts in the literature, this study is based on the question “Does the work motivation of the employees affect their cyberloafing behaviors?”. In this direction, it is aimed to reveal the effect of employees' work motivation on cyberloafing behaviors. Within the scope of the study, which was shaped on the basis of ego depletion theory, a research was conducted on 314 employees working in a public institution in Konya. The data were analyzed using SPSS 29 and AMOS 24 programs. According to the findings, negative and significant effects of work motivation on cyberloafing behavior and its sub-dimensions were determined. It is thought that these results will guide sector representatives, decision makers in government institutions and researchers.

KEYWORDS

Motivation, Job Motivation, Cyberloafing, Cyberloafing Behavior, Ego Depletion Theory.

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 28.01.2023		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 24.02.2023	
Atıf	Özel, E. T. ve Yılmaz, A. (2023). İş Motivasyonunun Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Kamu Çalışanları Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 111-128.		

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, efezell97@gmail.com, Orcid: 0000-0003-3499-0797

** Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, abdullahyilmaz@selcuk.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7443-6064

GİRİŞ

Dünya üzerinde internet kullanımının artması ülkemizi de benzer şekilde etkilerken, bu gerçek TÜİK tarafından yapılan araştırmalar ile desteklenmektedir. TÜİK verilerine göre 2021 yılında hanelerin internet erişim oranı %92 olarak belirlenirken, bu oran bir önceki yıl %90,7 olarak kayıtlara geçmiştir (TÜİK, 2021). Yapılan araştırmalara göre internete erişim ve internet kullanımı her yıl artış göstermekte ve şüphesiz ki bu artış örgütlere de yansımaktadır. Bireylerin bilişim teknolojilerinde yaşanan yeniliklere hızla adapte olmaları, çalıştıkları kurumlarda da sanal dünyadan uzak kalamamalarına yol açmaktadır. İnternetin iş yerlerinde, evlerde, kafelerde ve açık alanlarda kolaylıkla ulaşılabilir olması, sosyal medya kullanımının artması, mekan ve zamandan münezzeh şekilde akıllı cihazlar sayesinde sosyal medyaya rahatlıkla erişilebiliyor olması bireyleri, internet kullanımı yönünde güdülemektedir. İnternetin günlük hayatta bu denli yer edinmesi, iş ortamında çalışanlar için yeni bir kaytarma aracı olarak belirmiş, bu durum sanal kaytarma kavramını doğurarak literatürde kendine yer edinmiştir.

Çalışanlar, standardize edilmiş iş yükü, her iş gününde aynı performansın sergilenmesinin beklenmesi ve tek düze hale gelmiş iş hayatı sonucunda motivasyon kaybı yaşamaktadırlar. Motivasyon kaybı yaşayan çalışma gruplarından biri de kamu kurumu çalışanlarıdır. Çalışanlar başka uğraşlara yönelip, iş haricinde aktiviteler ile ilgilenabilmektedirler. Söz konusu aktiviteler günümüz şartlarında çoğunlukla internet erişimi ile gerçekleşirken, çalışanlar buna bağlı olarak sanal kaytarma davranışlarını işaret eden hareketler sergilemektedirler. Günümüzde örgütlerin stratejik bir kaynak olarak gördükleri insan faktörü, çeşitli kaytarma davranışları gösterdiğinde örgüt içi verimlilik de buna bağlı olarak azalmaktadır. Bu nedenle örgütler değişen koşulları göz önünde bulundurarak, çalışanlarını tatmin etmek ve onların motivasyonunu yüksek tutmak ile yükümlüdürler (Çiçek, 2005: 152). Motivasyon düzeyi yüksek çalışanların kurumlarına daha faydalı oldukları ise bir gerçektir. Çalışan motivasyonu son yıllarda örgüt başarısı üzerinde etkisi olan en önemli faktörlerden biri olarak işaret edilirken, bireylerin birbirinden bağımsız istek ve ihtiyaçları doğrultusunda motivasyon düzeyleri farklılaşmaktadır (Rosak Szyrocka, 2014: 103). Bilişim teknolojilerinin sunduğu görevle ilgili olmayan çok sayıda cazip bilgi, en çalışkan bireyin bile dikkatini işinden uzaklaştırabilmektedir. Bu problem, çalışanların çevrimiçi dikkat dağınıklığı nedeniyle görevlerinden ne ölçüde uzaklaştıkları ve interneti iş için etkin bir şekilde kullanma motivasyonunu nasıl sağlayacakları üzerine odaklanmayı gerektirmektedir (Thompson vd., 2002: 150).

Yukarıdaki literatür üzerine, bu çalışmanın çıkış noktasını çalışanların iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışlarına yol açıp açmadığı problemi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışma “Çalışanların iş motivasyonları sanal kaytarma davranışlarını etkilemekte midir?” ve “İş motivasyonu ile sanal kaytarma davranışı kavramları kuramsal bir temelde buluşmakta mıdır?” soruları üzerine kurgulanmıştır. Literatür taraması sonucunda, iş motivasyonunun sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini ele alan sınırlı sayıda araştırmaya ulaşılmıştır. Ayrıca kamu kurumlarındaki gişe çalışanları genellikle rutin ve alışlagelmiş işlerle uğraşmakta ve bu işleri çoğunlukla teknolojik araç-gereçlerle yürütmektedirler. Her gün tekrar eden işlerin yapılmasının ise iş yerinde motivasyonu düşürmesi ve sanal kaytarma davranışını artırması muhtemeldir. Bu noktadan hareketle kavramlar arasındaki etkileşimin irdelenmesi gerekli görülmüştür. Çalışma, araştırma sonuçları ile kamu kurum ve kuruluşlarının yöneticileri ile devlet otoritelerine öngörü oluşturulması ve özellikle ulusal literatüre katkı sağlanarak sonraki araştırmalar için tartışma zemini sağlanması açısından önem arz etmektedir. Çalışma kapsamında öncelikle kavramsal çerçeveye yer verilmiş, sonrasında kamu kurumlarındaki gişe çalışanları üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın metodolojisi ile ampirik bulguları sunulmuştur.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İş Motivasyonu

Günümüzde çalışanlardan belirli bir performans beklenmekte, bulundukları örgüte ve işlerine karşı arzulu olmaları istenmektedir. Bu beklenti ve isteklerin karşılanması yüksek iş motivasyonu ile gerçekleşebilmektedir. Bireylerin motivasyonunu algılamaya yönelik kabul edilen ilk davranışlar Yunan filozoflarına dayanırken, motivasyon kavramı bireylerin eylemlerini gerçekleştirirken bu durumdan haz almaları gerektiği düşüncesi ile hedonizm görüşünün temeline odaklanmaktadır. Bu görüş ilk bakışta bireylerin zevk arama çabaları sebebiyle acıdan kaçınma eğilimleri olarak görülmüş, zamanla farklı düşünürler tarafından revize edilerek değişikliğe uğramıştır (Steers vd., 2004: 379-380). Motivasyon, Latince “movere” sözcüğünden türetilmiş; hareketlendirme, harekete geçirme anlamını yüklenmiştir (Kaplan, 2007: 3). Motivasyon, bir eylemde bulunmak için harekete geçmeyi, belirli bir hedef doğrultusunda itici bir güce ihtiyaç duyarak enerji sarf etmeyi açıklamaktadır (Ryan ve Deci, 2000: 54). Pinder’e (1998) göre motivasyon,

çoğunlukla bir amacı gerçekleştirebilmek adına ortaya konulan davranışların enerjisini ifade etmekte ve örgütsel bir davranış olarak da karşımıza çıkmaktadır. Buna bağlı olarak iş motivasyonu, örgütün ve çalışanların ihtiyaçlarının karşılanacağı bir ortamın oluşturulması ile bireylerin harekete geçmeleri için isteklendirilmeleri sürecini kapsamaktadır (Bedük, 2010: 178). İş motivasyonu olgusu, çalışanların örgüt içerisinde daha üretken olabilmeleri ve etkin rol alabilmeleri için bireylere işlerini sevdirmek, bulundukları örgütte mutlu ve memnun olmalarını sağlamak ve yetenekleri ile yapmış oldukları işlerin örtüşmesi adına önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Kaya vd., 2013: 2). İş motivasyonu hedeflere ulaşma noktasında çalışanın gayretinin yoğun ve istikrarlı olduğu, istekli ve arzulu olma durumu olarak görülmektedir (Aydıntan, 2021: 152).

Motivasyon, zamana bağlı olarak değişkenlik göstererek, bireylerin amaçları doğrultusunda karşılıklı olarak davranışsal, duygusal ve bilişsel etkileşim sürecini kapsamaktadır (Kanfer ve Chen, 2016: 7). Motivasyon, bireylerin gereksinim duygusu sonucu ortaya çıkmıştır. Gereksinimlerin karşılanması sonucunda bireylerin tatmin duygusu da artış göstermektedir. Söz konusu gereksinimler zamanla değişiklik gösterip, farklılaşmaktadır. Bu bağlamda motivasyon ile ilgili çeşitli teoriler ortaya atılırken, motivasyon kavramı literatürde kapsam ve süreç teorileri temelinde incelenmektedir. İçsel faktörlere yoğunlaşan kapsam teorilerinden literatürde en fazla kabul gören yaklaşımlar Abraham Maslow'un "İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı", Frederick Herzberg'in "Çift Faktör Kuramı", Clayton Alderfer'in "ERG Kuramı" ile David McClelland'ın "Başarma İhtiyacı Teorisi"dir (Koçel, 2011: 623). Maslow geliştirdiği İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı ile bireylerin günlük yaşantılarında belirli gereksinimler duyduğunu, bu gereksinimleri karşılayabilmek adına eylemde bulunmaları gerektiğini, söz konusu eylemlerin farklı birer motivasyon aracı olduğunu ifade etmiş; motivasyonu sınıflandırmaya tabi tutarak, birey ihtiyaçlarını bir piramide benzetmiş, bireylerin bu piramitteki sıralamaya bağlı olarak motive olabileceklerini öne sürmüştür (Maslow, 1943: 370-371). Maslow, birey ihtiyaçlarında önem sırasına göre "fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevgi, saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı" olmak üzere beşli bir ayrıma gitmiştir (Arnolds ve Boshoff, 2002: 698). Herzberg kuramı ile, örgütlerde hijyen faktörlerinin kendiliğinden oluşması gerektiğini, çalışanlar tarafından ekstra bir motivasyon unsuru olarak kabul edilmediğini, fakat hijyen etmenlerinin bulunmadığı durumlarda bireylerin bağlılıklarının azalarak, motivasyonlarında düşüş yaşandığını öne sürmektedir (Korkmazer ve Aksoy, 2017: 823). McClelland'ın Başarma İhtiyacı Teorisi'ne göre, bireyler motive olmak için çeşitli gereksinimlere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ihtiyaçlar başarı ihtiyacı, ilişki ihtiyacı ve güç ihtiyacı şeklinde ele alınmaktadır (Çiçek ve Bulak, 2020: 26). Alderfer'in Maslow'un geliştirmiş olduğu İhtiyaçlar Hiyerarşisini temel alarak geliştirdiği ERG kuramına göre ise, söz konusu piramidin basamakları var olma ihtiyacı, ilişki ihtiyacı ve büyüme ihtiyacı olarak revize edilmiştir (Yang vd., 2011: 7886).

Motivasyonu açıklamada süreç teorileri ise bireylerin hangi amaçlar çerçevesinde, nasıl motive oldukları ile ilgilenmektedir. Bu kapsamda bekleyiş, eşitlik ve amaç teorilerinden söz etmek mümkündür. Öncelikle Vroom'un bekleyiş teorisi, bireyin bir işe dair çaba sarf etmesinin bireyin ödülü isteme derecesi ve ödüllendirilme olasılığına bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Bu ikisinin yüksek olması bireyin motivasyonunu olumlu yönde etkileyecektir. Lawler – Porter Modeli, Vroom'un modelinin esas almakta ancak buna birtakım eklemeler yapmaktadır. Bu noktada bireyin gerekli yetkinliğe sahip olması ile algılanan rol devreye girmektedir. Eşitlik teorisi ise bireylerin iş ilişkilerinde eşit muamele görmelerinin onların motivasyonlarını etkileyeceğini savunmaktadır. Son olarak Locke tarafından geliştirilen Amaç Teorisi'nde bireylerin amaçlarının onların motivasyonlarını etkilediği yer almaktadır (Koçel, 2011: 628-638).

1.2. Sanal Kaytarma Davranışı

Günümüzde internetin hayatımızın merkezinde yer alması ve birçok örgütte altyapı düzeni ile işlemlerin internet aracılığıyla gerçekleştirilmesi sonucunda bireyler bilişim teknolojileri ve internet ile iç içe bir şekilde iş görmektedirler. Bu gelişmeyle birlikte işten kaytarmak için uzun öğle yemeklerine çıkmak, ofis ortamında iş arkadaşları ile sosyalleşmek, sık sık kişisel telefon görüşmeleri yapmak gibi çeşitli kaytarma eylemleri sergileyen bireylerin bu hareketleri, son dönemlerde yerini internet ortamında gerçekleştirilen sanal kaytarma davranışlarına bırakmıştır. Kavram, uluslararası literatürde "cyberloafing" (Lim, 2002; Blanchard ve Henle, 2008; Ugrin ve Pearson, 2013) ya da "cyberslacking" (Vitak vd., 2011; Garrett ve Danziger, 2008) olarak karşılık bulmaktadır. Ulusal yazında ise sanal kaytarma davranışı olarak kendine yer edinmiş olsa da "siber aylaklık" şeklinde de kullanılmaktadır (Ergün ve Altun, 2012; Serttaş ve Şimşek, 2017).

Sanal kaytarma davranışı, Robinson ve Bennett (1995: 558) tarafından örgüte karşı sergilenen sapkın eylemlerin ele alındığı çalışmaya dayanmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlükleri'ne göre kaytarmak, iş yapmaktan kaçmak olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Sanal kaytarma davranışı, çalışanların iş saatleri içerisinde, kendileri veya kurumlarına ait internet bağlantısını kullanarak, örgüt tarafından hoş karşılanmayan

ve iş dışı olarak nitelendirilen davranışlar sergilemeleridir (Karataş ve Avcı, 2017: 2323). Sanal kaytarma davranışı, çalışanın işinin gereklerini yapmak yerine örgütün internetini bireysel ihtiyaçları doğrultusunda kullanılmasıdır. Sanal kaytarma davranışı; iş ortamında gerçekleştirilen, iş ile ilgisi olmayan amaçlara yönelik yoğun bir şekilde internet kullanımı sonucunda örgütsel verimlilik kaybına neden olan davranışlar olarak ifade edilebilir. Bu noktada, normal olmayan bir davranış olarak ele alınmaktadır (Lim, 2002: 677; Whitty ve Carr, 2006: 237; Ulukapı vd., 2014: 66). Çalışma saatleri içerisinde gerçekleşen söz konusu bu davranış, gönüllülük esasına dayanmak ve aktif bir biçimde gerçekleştirilmektedir (Blanchard ve Henle, 2008: 1069). Ancak sanal kaytarma davranışının olumsuz yönlerine odaklananların yanı sıra, olumlu yönlerine dikkat çeken araştırmacılar da bulunmaktadır. Örneğin, Anandarajan vd. (2004) ile Stanton (2002), sanal kaytarmanın çalışanlar için bir mola ve dinlenme etkisi oluşturmalarının yanı sıra esneklik, işbirliği, yaratıcılık ve öğrenme ortamı oluşturabileceğini; benzer şekilde Garrett ve Dangizer (2008: 287), sanal kaytarma içeren davranışların üretkenlik ve verimlilik üzerinde olumlu etkilerinin olabileceğini, sanal kaytarmanın çalışanların yaratıcı davranışlarını artıran bir araç olarak görülebileceğini; Vitak vd. (2011) ise kısa zamanlı sanal kaytarmanın çalışanların stres ve yorgunluk düzeylerini azaltarak mutluluk, memnuniyet ve dinlenme gibi olumlu yansımaları olabileceğini ifade etmişlerdir.

İnternetin varlığı ile birlikte, çalışanların geçmişte yaptıkları kaytarma davranışları sanal kaytarma davranışına evrilmiştir. Ancak diğer kaytarma davranışlarına kıyasla sanal kaytarma davranışlarının daha yoğun sergilendiği, çalışanların gerçekleştirmiş oldukları sanal seyahatlerin örgütler üzerinde yansımalarının daha olumsuz olduğu ve buna bağlı olarak üretkenlik kayıplarının arttığı bilinmektedir (Lim, 2002: 678). Dahası internete bağımlı hale gelen çalışanların internetten yoksun kalma korkusu (Özkalp vd., 2012: 24), sanal kaytarma davranışlarına zemin hazırlamaktadır. Mastrangelo vd. (2006), sanal kaytarma davranışlarını ABCD yaklaşımı ile açıklamaktadırlar. Buna göre *Access to computers* (bilgisayarlara erişim), *Brakes from work* (işe ara verme), *Climate* (örgütsel iklim) ve *Differences* (bireysel farklılıklar) bir sanal kaytarma davranışının temelini oluşturmaktadır. Çalışanların ABCD'si, onları sanal kaytarma davranışına iten dinamikler olarak görülmektedir.

Literatürde sanal kaytarma davranışı birtakım sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Blanchard ve Henle (2008: 1070) literatürde sık kullanılan bir sınıflandırma ile, sanal kaytarma davranışlarını iki başlık altında incelemişlerdir: “Önemsiz sanal kaytarma davranışları ve önemli sanal kaytarma davranışları”. Şahsi e-posta gönderip almak, haber sayfalarında gezinmek, çeşitli web sitelerini ziyaret etmek, spor ve finans sitelerinde vakit geçirmek gibi davranışlar önemsiz sanal kaytarma davranışları olarak adlandırılırken; önemli sanal kaytarma davranışları ise internetten film ya da müzik indirmek, oyun oynamak, bahis sitelerini ziyaret etmek gibi aktiviteleri kapsamaktadır. Önemsiz sanal kaytarma davranışları, yapılmasında bir sakınca olmayan, kısa süreli ve sıradan davranışlar olarak görülürken; önemli sanal kaytarma davranışları daha uzun süreli, örgüt için bir tehdit unsuru olarak görülen, örgütü hukuki yaptırımlarla karşı karşıya bırakması muhtemel olan davranışlar olarak ele alınmaktadır (Keklik vd., 2015: 131).

Sanal kaytarma davranışı temelde üç kurama dayanmaktadır. Bunlar; ego tükenmesi kuramı, planlı davranış kuramı ve üretkenlik karşıtı iş davranışı kuramıdır (Özüdoğru ve Yıldırım, 2020: 469). Ego tükenmesi kuramı, sanal kaytarma davranışını açıklamada en çok kullanılan kuram olarak anılmaktadır. Ego tükenmesi kuramı bireylerin, irade güçlerini aşırı kullanmaları sonucunda bu güçlerinin zayıfladığına vurguda bulunmaktadır (Erdem, 2020: 3847). Bu noktada kurama göre otokontrol¹ insan vücudundaki bir kasa benzemektedir. Bir kas egzersizi kısa vadede fiziksel gücün tükenmesine yol açmaktadır. Kullandıkça yorulmakta ancak dinlenince iyileşmektedir. Sanal kaytarma davranışını açıklamada bu kuram, bir çalışanın otokontrol kaynakları tükendiğinde, bu kaynakları yerine koymak amacıyla sanal kaytarma davranışlarına yöneldiğini ileri sürmektedir. Başka bir deyişle, bireyin kendini kontrol etme ihtiyacı, kendi kendini düzenleyen kaynakların kısa vadede tükenmesi sonucunda gereklidir. Tekrar eden otokontrol sonucunda, bir yerden sonra bireyin bu yeteneği yetersiz kalacak ve birey ego tükenmesi yaşayacaktır. Ego tükenmesi, birey için faydalı olmayan dürtüsel veya üretken olmayan davranışlara yönelmesine neden olacaktır. Bu noktada bireyin yöneldiği üretken olmayan davranışlardan biri de sanal kaytarma davranışı olabilecektir. Sanal kaytarma davranışı; bireye o an fayda sağlayan ancak uzun vadede bazı maliyetlere yol açan, zevkli ancak verimsiz bir davranış olarak kabul görmektedir. Ancak otokontrol kaynağı tükenmeyen birey, sanal kaytarma davranışına karşı koyabilecektir (Muraven ve Baumeister, 2000; Marcus ve Schuler, 2004; Wagner vd., 2012: 1069; Askew vd., 2014: 510).

¹ Otokontrol olarak çevirisi yapılan self-regulation kavramı “harici bir otorite yerine içeriden kontrol veya denetim”, “öz denetim” olarak tanımlanabilir (Merriam-Webster Dictionaries, 2022; TDK, 2022).

Sanal kaytarma davranışını açıklamada ego tükenmesi kuramını benimseyen Wagner vd. (2012) bireylerin, otokontrol yeteneklerinde farklılıklar gösterdiklerini öne sürmüşlerdir. Bu noktada ego tükenmesi kuramı, bireylerin tamamen dinlenmiş olsalar bile neden hala sanal kaytarma yaptıklarını açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, sanal kaytarma davranışını açıklamada alternatif kuramlar ortaya atılmıştır. Bunlardan biri, planlı davranış kuramıdır (Askew vd., 2014: 511). Planlı davranış kuramı, davranışların üç öncülüne atıfta bulunmaktadır: Sosyal normlar, tutumlar ve algılanan davranışsal kontrol. Bu kuram, bireyin sanal kaytarma davranışında bulunma niyetini, sanal kaytarmaya ilişkin tutumunu ve sosyal normların sanal kaytarmayı destekleyici ya da sınırlandırıcı özelliği ile bireyin sanal kaytarma davranışı üzerinde algıladığı kontrol düzeyini açıklamaktadır (Örücü ve Özüdoğru, 2018: 68). Planlı davranış kuramına göre birey, yönetici ya da çalışma arkadaşlarına yakalanmadan sanal kaytarma davranışı girişiminde bulunacaktır. Bu noktada bireyin öz yeterliliği devreye girecektir (Askew vd., 2014: 511). Benzer şekilde, sanal kaytarmayı açıklamada planlı davranış kuramından yararlanan Sheikh vd. (2015) de sanal kaytarma davranışının dış kontrol sistemleri veya sınırlamalar ile değil, otokontrol yoluyla 'yönetilebilir' olduğunu savunmaktadırlar. İnternet aracılığı ile bilgiye kolay ve sürekli erişimin ve çevrimiçi olmanın bilgi paylaşımının önkoşulları olduğu düşünüldüğünde, sanal kaytarmayı önlemek için internet kullanımını sınırlamak etkili bir yöntem olamayacaktır.

Üretkenlik karşıtı iş davranış kuramı sanal kaytarma davranışını açıklamada kullanılan bir diğer kuramdır. Kuramın altı boyutundan biri olan "geri çekilme" sanal kaytarma davranışı ile ilişkilendirilmektedir. Buna göre; iş ortamında birey kendisinden beklenenden daha az bir süre çalışarak geri kalan zaman diliminde sanal kaytarma davranışında bulunacak, böylelikle görev tanımından saparak örgütün işleyişini aksatmış olacaktır (Spector vd., 2006: 450; Erdem, 2020: 3847). Ancak sanal kaytarmanın üretkenlik karşıtı iş davranışı kapsamında olumsuz bir davranış olarak belirtilmesine rağmen, stresin düşürülmesi ve motivasyonun yükseltilmesi noktasında yararlı olabileceğini savunan bilim insanları da mevcuttur (Merdan vd., 2022: 179).

1.3. İş Motivasyonu ile Sanal Kaytarma Davranışı Arasındaki İlişki

Örgütler rekabet ortamında gerekli kaynakların verimli kullanılabilmesi adına insan faktöründen en iyi şekilde faydalanmalıdır. Çalışanlar bulundukları örgüte faydalı olabilmek için zaman zaman itici bir güce ihtiyaç duymaktadırlar. Çeşitli formlarda ortaya çıkan bu itici güç, motivasyonun arkasındaki unsurlardan biridir (Bayrakçıken vd., 2021: 679). Motivasyon, çalışanların örgütlere daha faydalı olabilmeleri adına önemli bir aracı rolü görmektedir. Çalışanların motivasyonunu etkileyen birçok faktör bulunurken bu faktörler; çevresel koşullar, yönetim politikaları, örgütsel çalışma alanı, bireysel amaçların kurumun amaçları ile benzeşmesi, diğer beklentiler şeklinde sıralanabilir (Karakaya ve Ay, 2007: 57). Bu faktörlerin karşılanamaması ile iş motivasyonunda azalma meydana gelen çalışanlar çeşitli kaytarma davranışları sergilemektedir.

Spector (2000: 176) iş motivasyonunu, bireyi belirli davranışlarda bulunmaya teşvik eden içsel durum olarak görmektedir. Bunun yanında bireyin çaba ve motivasyonunun davranışın ısrarı, yoğunluğu ve yönünü belirlediğini belirtmiştir. İsrar zaman içinde bir çabaya devam eden katılımı, yoğunluk bireyin bir görevi yaparken harcadığı çabayı ve yön belirli bir davranışın seçimine ve diğer olası davranışların reddine işaret etmektedir. Bu doğrultuda bireyleri uzun süreler çalışmaya, büyük miktarda çaba göstermeye ve işle ilgili faaliyetleri seçmeye neyin motive ettiğini açıklamada otokontrol kavramı gündeme gelmektedir (Thompson vd., 2002: 151). Bireylerin iş ortamında davranışlarını kontrol edecekleri ve çalışma sürelerini kötüye kullanmaktan kaçınacakları bir gerçektir. Ancak belirli bir noktada kontrol kaynakları dezenformasyona uğrayabilecektir. Çalışanın bir anlığına kontrolü kaybetmesi sanal kaytarma davranışı ile sonlanabilecektir (Hensel ve Kacprzak, 2020: 932).

"Çalışanların iş motivasyonu sanal kaytarma davranışlarını etkilemekte midir?" temel sorusu ile yola çıkılan bu çalışmada, "İş motivasyonu ile sanal kaytarma davranışı kavramları kuramsal bir temelde buluşmakta mıdır?" sorusu gündeme gelmektedir. Bu çalışma, literatür taraması sonucunda iki kavramı da açıklamada kullanılan ego tükenmesi kuramı temelinde şekillendirilmiştir. Ego tükenmesi, benliğin normalde sahip olabileceği kaynaklara o an sahip olmadığı bir durumu ifade etmektedir. Ego tükenmesi, benliği geçici de olsa daha az yetenekli veya optimal olarak işlev görmeye daha az istekli hale getirmektedir. Bu durum ego tükenmesinin motivasyonel yönüne işaret etmektedir. Ayrıca ego tükenmesi kuramı sadece otokontrol ile değil, bunun yanı sıra çaba gerektiren seçimleri beraberinde getirmektedir. Ego tükenmesi kuramına göre, kaynak tamamen tükendiği için tam yetersizlikten ziyade kısmen tükenmiş bir kaynağın korunması söz konusudur. Bu nedenle, sağlanacak bir motivasyon, kişiye tükendiğinde bile kalan kaynağın bir kısmını harcaması için ilham verebilecektir (Baumeister ve Vohs, 2007: 125). Bu noktada bireyler, motivasyonlarını kayb ettiklerinde onu bulmayı sanal kaytarma davranışında arayabileceklerdir.

Günümüzde örgütler işlemlerini çoğunlukla internet üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu durum birçok çalışanın bilgisayarlar ile interneti kullanmalarını gerektirmektedir. İnternet ile çalışan bireylerin zaman zaman iş motivasyonlarında görülen düşüşler verimliliklerini etkilemektedir. Bu noktada interneti işlerini yerine getirmek amacıyla kullanan çalışanları motive etmek için etkili stratejiler bir ihtiyaçtır (Thompson vd., 2002: 149). Ego tükenmesi kuramı çalışanların davranışlarını kontrol edebilecekleri ve çalışma sürelerini kötüye kullanmaktan kaçınabileceklerini de savunmaktadır. Ancak belirli bir noktada kontrol kaynakları kritik bir değerin altına düşebilecektir. Bu ise bireyi sanal kaytarma davranışına itecektir (Hensel ve Kacprzak, 2020: 932). Ancak sanal kaytarma davranışını, çalışanların işlerine odaklanabilmeleri amacıyla öz düzenlemelerini gerektiren bir işyeri cazibesi olarak gören araştırmacıların bulunduğundan da söz etmek gereklidir (Wagner vd., 2012: 1068).

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, Hartijasti ve Fathonah (2015: 56) sanal kaytarma davranışına temel oluşturan nedenlerden birini çalışanlardaki motivasyon eksikliği olarak görmektedirler. Hensel ve Kacprzak (2020: 933) yüksek düzeyde motivasyona sahip bireylerin, çalışma hayatında işi ile bağlantılı olmayan konulara harcanan zamanın düşüklüğü ile ilişkilendirilmesinin gerekli olduğunu savunmuşlardır. Benzer şekilde Yuwanto (2018) de içsel motivasyonun daha olumlu etkiler yaratarak, daha az sanal kaytarma davranışı ile sonuçlanacağını belirtmiştir. Olumsuz duyguları azaltmanın ve olumlu duyguları artırmanın, öğrencilerin ders çalışırken işle ilgili olmayan teknoloji kullanımına girmeleri için önemli motivasyonlar olduğunu öne süren bilim insanlarının (Barry vd., 2015) bu düşüncesi ile, çalışanların yüksek motivasyonlu çalışanların sanal kaytarma davranışlarında bulunmayacakları beklenmektedir. Literatürde takip edilen ve yukarıda yer verilen bu izler doğrultusunda çalışmanın ana ve alt hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₁: Çalışanların iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a}: Çalışanların yönetim tarzı algılamalarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}: Çalışanların kendini geliştirme algılamalarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}: Çalışanların ücret ve ödüllendirme algılamalarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1d}: Çalışanların güvenlik algılamalarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1e}: Çalışanların takım çalışması algılamalarının sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Çalışanların iş motivasyonlarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2a}: Çalışanların yönetim tarzı algılamalarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2b}: Çalışanların kendini geliştirme algılamalarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2c}: Çalışanların ücret ve ödüllendirme algılamalarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2d}: Çalışanların güvenlik algılamalarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2e}: Çalışanların takım çalışması algılamalarının önemli sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Çalışanların iş motivasyonlarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3a}: Çalışanların yönetim tarzı algılamalarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3b}: Çalışanların kendini geliştirme algılamalarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3c}: Çalışanların ücret ve ödüllendirme algılamalarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3d}: Çalışanların güvenlik algılamalarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3e}: Çalışanların takım çalışması algılamalarının önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Problemi, Soruları, Amacı ve Önemi

Günümüz toplumunda bilişim teknolojilerine erişim oldukça kolaylaşmıştır. Artık herkesin elinin altında olan teknolojik cihazlar ile internet erişimi, örgütlerde de iş yapma biçimlerini değiştirmiştir. İşin gerekliliğinin yanında, bireyleri cezbeden yönüyle bu erişim kolaylığı kaytarma davranışını beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, bireylerin iş motivasyonları ve sanal kaytarma davranışları arasında bir etkileşim olup olmadığı problemi doğrultusunda ortaya çıkmış; “Çalışanların iş motivasyonları sanal kaytarma davranışlarını etkilemekte midir?” sorusu temelinde kurgulanmıştır. Buna göre araştırmada, kamu kurumu çalışanlarının iş motivasyonlarının, sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Naughton vd. (1999) sanal kaytarma davranışının iş yerinde zaman kaybetmenin en yaygın yolu olması ve bu davranışın performansı etkileyen süreçlerden biri olması nedenleri ile üzerinde düşünülmesi ve konuşulması gereken bir kavram olduğuna dikkat çekmişlerdir. Günümüzde çalışanların performansları hem bulundukları örgüt hem de örgütten hizmet alan bireyler açısından önemli bir kriterdir. Bununla birlikte devletin kurumları olan kamu kurumlarının ve bu kurumlarda çalışanların performansları ülkemizin kaynakları olarak değerlendirilmeli ve daha kıymetli görülmelidir. Bu noktada çalışanların motivasyonları önem kazanmaktadır. Çalışanların iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisini kamu kurumlarında araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda iş motivasyonu ile kuramsal temelde buluşan sanal kaytarma davranışının ele alındığı bu çalışma, ulusal literatüre katkı sağlaması açısından önemli görülmektedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma görgül olarak tasarlanmış, nicel bir araştırmadır. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi seçilmiştir. Veri toplama aracı üç bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde çalışanların sanal kaytarma davranışlarını irdelemek üzere Örcü ve Yıldız (2014) tarafından kullanılan ölçek tercih edilmiştir. Ölçekte 1’den 8’e kadar yer alan ifadeler “önemli sanal kaytarma davranışları”; 9-14 arası ifadeler ise “önemsiz sanal kaytarma davranışları” boyutu kapsamında ele alınmaktadır. İkinci bölümde Özgür (2006) tarafından oluşturulan; “yönetim tarzı, kendini geliştirme, ücret ve ödüllendirme, güvenlik ve takım çalışması” olmak üzere beş boyut ve 20 ifadeden oluşan iş motivasyonu ölçeği tercih edilmiştir. Son bölümde ise çalışanların demografik özelliklerine ilişkin; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve çalışma süresine dair sorulara yer verilmiştir. Birinci ve ikinci bölümde yer alan ölçeklerin derecelendirilmesinde 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır (“1: Hiç”; “5: Her zaman”). Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 29 ve AMOS 24 programları ile analize tabi tutulmuştur.

2.3. Araştırmanın Kapsamı

Bilişim teknolojileri ile internete erişim kolaylığı iş ortamında birçok avantaj sunmasının yanında, günümüz koşulları için bir gerekliliktir. Bir zamanlar toplantılar yüz yüze olmakla sınırlıyken, çalışanlar artık e-posta ve video konferans yoluyla etkileşime girmektedirler. Önceleri, gerekli bilgilerin kâğıt üzerinde basılı kopya olarak iletilmesi gerekirken artık belgeler elektronik ortamlarda oluşturulmakta ve iletilmektedir. Bunun yanında çalışanlar her çeşit ve hacimdeki bilgiye bilişim teknolojileri yolu ile kolayca erişebilmektedirler. Avantajlarının yanında bu durum, çalışanlar için ek bir işten kaytarma kaynağı sunmaktadır. Öyle ki çalışanlar teknolojiyi zaman zaman verimsiz bir şekilde ve bazen de kişisel amaçlar için kullanabilmektedirler (Thompson vd., 2002: 150).

Bu bilgiler doğrultusunda araştırmanın evrenini bilişim teknolojileri ile iç içe çalışan, işlerini yaparken internet bağlantısından sıklıkla yararlanan, Konya il merkezinde faaliyet gösteren dört kamu kurumunun 1058 gişe çalışanı oluşturmaktadır. Her çalışanın bilgi iletişim teknoloji aracına sahip olması, sanal kaytarma davranışı sergilemeleri için gerekli ortamın bulunması ve gişe çalışanlarının yoğun iş tempoları sebebiyle zaman zaman motivasyon kaybı yaşamaları göz önünde bulundurularak evren seçimi gerçekleştirilmiştir. %95 güvenilirlik sınırı ve %5’lik hata payı çerçevesinde örneklem, 283 kişi olarak tespit edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 129). Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bilimsel Etik Kurulu’nun 03.11.2022 tarih ve E-397944 sayılı izni alınarak, kolayda örnekleme yoluyla 321 çalışandan elde edilen anketlerden, eksik ve hatalı veri içerenlerin ayıklanması ile 314 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışma kapsamında bilimsel araştırma yöntem ve ilkelerine riayet edilmiş, etik kurallara uyulmuştur.

Araştırmaya katılan gişe çalışanlarının demografik özellikleri incelendiğinde; %57’sinin erkek olduğu, %48,1’inin 35 yaşın üzerinde olduğu, %93,6 ile büyük bir bölümünün en az üniversite mezuniyet derecesine sahip olduğu, %70,5 ile önemli bir kısmının evli olduğu tespit edilirken, diğer yandan %4,1’inin 1 yıldan az,

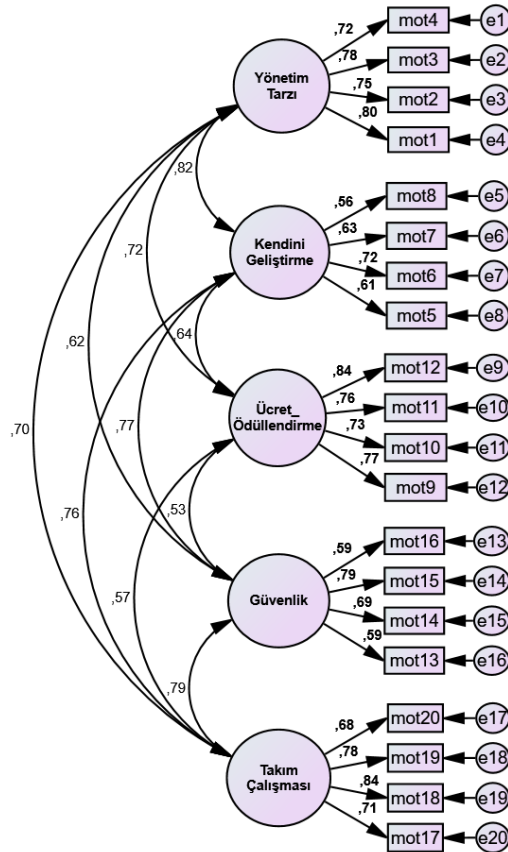
%32,2'sinin 2 ile 6, %26,1'inin 7 ile 10, %22,6'sının 11 ile 15, %15'inin ise 16 yıl ve daha üzeri bir süredir çalıştıkları, dolayısıyla katılımcıların %63,7'sinin en az 7 yıldır çalışma yaşamında oldukları belirlenmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Bu başlık altında, iş motivasyonu ve sanal kaytarma ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Öncelikle, iş motivasyonu ölçeğinin geçerliliğinin tespiti amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmış olup analiz sonucunda Şekil 1'deki faktör yapısı modeline ulaşılmıştır.

Şekil 1: İş Motivasyonu Ölçeğine İlişkin Ölçümlenen Birinci Düzey Faktör Yapısı Modeli



Yukarıdaki modelde oklar üzerinde yer alan değerler, regresyon değerlerini nitelendirmektedir. İş motivasyonu ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yüklerinin 0,56 ile 0,84 arasında değerler aldığı tespit edilmiştir. Faktör yükü; 0,71 üzerinde olan değerler “mükemmel”, 0,63 “çok iyi”, 0,55 “iyi” ve 0,45 üzeri “makul/kabul edilebilir” olarak değerlendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2018: 509). Bu bağlamda modelde yer alan faktör yüklerinin istatistiki olarak iyi düzeyde olduğu ifade edilebilir. Modele dair uyum değerleri ise Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: İş Motivasyonu Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

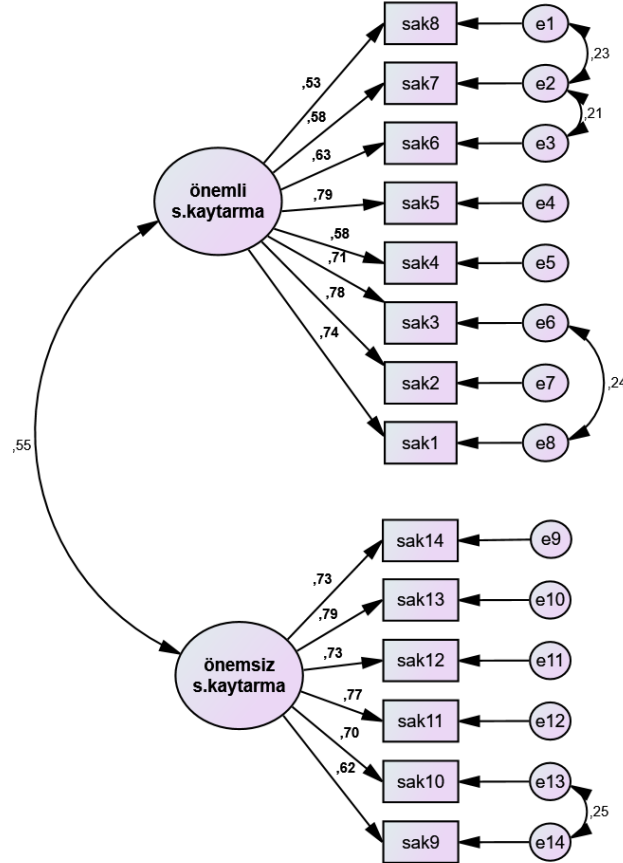
Uyum İndeksleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Elde Edilen Değer	Tespit Edilen Uyum
CMIN/df (X²/sd)	<3	<5	1,882	İyi Uyum
RMSEA	<0,05	<0,08	0,053	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	<0,05	<0,08	0,048	İyi Uyum
CFI	>0,95	>0,90	0,951	İyi Uyum
NFI	>0,95	>0,90	0,902	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	>0,95	>0,90	0,942	Kabul Edilebilir Uyum
IFI	>0,95	>0,90	0,952	İyi Uyum
GFI	>0,95	>0,90	0,912	Kabul Edilebilir Uyum

Kaynak: Gürbüz ve Şahin, 2018: 345.

Tablo 1’de yer alan uyum değerleri göz önüne alındığında tüm değerlerin kabul edilebilir veya iyi uyum düzeyinde olduğu görülmektedir. İlgili veriler doğrultusunda iş motivasyonu ölçeğine dair orijinal faktör yapısının doğrulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda iş motivasyonu ölçeğine dair verilerin analizinde beş faktörden oluşan yapı kullanılmıştır.

İkinci olarak, sanal kaytarma ölçeğinin geçerliliğinin tespiti amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmış olup analiz sonucunda Şekil 2’de yer alan faktör yapısı modeline ulaşılmıştır.

Şekil 2: Sanal Kaytarma Ölçeğine İlişkin Ölçümlenen Birinci Düzey Faktör Yapısı Modeli



Yukarıdaki modelde oklar üzerinde yer alan değerler, regresyon değerlerini nitelendirmektedir. Sanal kaytarma ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yüklerinin 0,53 ile 0,79 arasında değerler aldığı görülmektedir. Bu bağlamda modelde yer alan faktör yüklerinin istatistiki olarak iyi düzeyde olduğu ifade edilebilir. Modele dair uyum değerleri ise Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Sanal Kaytarma Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Uyum İndeksleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Elde Edilen Değer	Tespit Edilen Uyum
CMIN/df (X^2/sd)	<3	<5	2,012	İyi Uyum
RMSEA	<0,05	<0,08	0,057	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	<0,05	<0,08	0,049	İyi Uyum
CFI	>0,95	>0,90	0,962	İyi Uyum
NFI	>0,95	>0,90	0,928	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	>0,95	>0,90	0,952	İyi Uyum
IFI	>0,95	>0,90	0,963	İyi Uyum
GFI	>0,95	>0,90	0,933	Kabul Edilebilir Uyum

Kaynak: Gürbüz ve Şahin, 2018: 345.

Tablo 2’de yer alan uyum değerleri göz önüne alındığında tüm değerlerin kabul edilebilir veya iyi uyum düzeyinde olduğu görülmektedir. İlgili veriler doğrultusunda sanal kaytarma ölçeğine dair orijinal faktör

yapısının doğrulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda sanal kaytarma ölçeğine dair verilerin analizinde iki faktörden oluşan yapı kullanılmıştır.

Yapısal geçerlilik ile birlikte yakınsak ve ıraksak geçerlilik de değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda CR (Composite Reliability) ve AVE (Average Variance Extracted) değerleri ile verilerin güvenilirliğini test edebilmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmış ve ilgili değerlere Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3: Ölçekler ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik ile CR ve AVE Değerleri

Ölçekler ve Boyutları	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha	CR	AVE
İş Motivasyonu	20	0,924	0,955	0,520
-Yönetim Tarzı	4	0,845	0,846	0,580
-Kendini Geliştirme	4	0,727	0,729	0,404
-Ücret ve Ödüllendirme	4	0,854	0,857	0,601
-Güvenlik	4	0,754	0,761	0,447
-Takım Çalışması	4	0,840	0,840	0,569
Sanal Kaytarma	14	0,889	0,928	0,484
-Önemli Sanal Kaytarma	8	0,873	0,866	0,452
-Önemsiz Sanal Kaytarma	6	0,871	0,869	0,526

Ölçek ve boyutların Cronbach's Alpha değerleri tespit edilmiş olup, tüm değerlerin 0,70 üzerinde olduğu görülmektedir. Cronbach's Alpha değeri, 0,70 ve üzerinde olduğunda ilgili ölçüm aracının güvenilirliği kabul görmektedir (Sipahi vd., 2008: 89). Buna bağlı olarak Tablo 3'deki Cronbach's Alpha değerlerinden de anlaşılabacağı üzere tüm ölçek ve alt boyutları istatistiksel bakımdan güvenilir düzeydedir. Öte yandan Fornell ve Larcker (1981), CR değerinin 0,60'ın üzerinde; AVE değerinin ise 0,50'nin üzerinde olması gerektiğini belirtmişlerdir. Söz konusu değerler analiz edildiğinde, birçok değişkene ilişkin CR ile AVE değerlerinin istatistiksel olarak kabul edilebilir düzeyde oldukları görülmekte iken; “kendini geliştirme”, “güvenlik”, “sanal kaytarma” ile “önemli sanal kaytarma” değişkenlerinin ise AVE değerlerinin 0,50'den düşük olduğu tespit edilmiştir. Fakat ilgili değişkenlerin güvenilirlik katsayıları ve faktör yüklerinin istatistiksel bakımdan gerekli düzeyde olması sebebiyle bu değişkenlerin analizlerden çıkarılmasına gerek görülmemiştir. Neticede araştırma değişkenlerinin güvenilir düzeyde, yapısal geçerliliğe ve genel olarak yakınsak ve ıraksak geçerliliğe de sahip olduğuna karar verilmiştir.

3.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu başlık kapsamında, araştırma değişkenlerine dair tanımlayıcı istatistikler ile çarpıklık ve basıklık değerleri analiz edilmiştir. İlgili bulgular, Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4: Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Çarpıklık Basıklık Değerleri

Değişkenler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min	Max	Çarpıklık	Basıklık
İş Motivasyonu	2,75	,665	1,05	4,20	,275	-,612
-Yönetim Tarzı	2,82	,871	1,00	5,00	,263	-,606
-Kendini Geliştirme	2,68	,709	1,00	4,75	,266	-,204
-Ücret ve Ödüllendirme	2,53	,915	1,00	5,00	,293	-,471
-Güvenlik	2,80	,788	1,00	5,00	,180	-,337
-Takım Çalışması	2,91	,855	1,00	5,00	,166	-,654
Sanal Kaytarma	2,89	,659	1,14	4,14	-,349	-,725
-Önemli Kaytarma	2,62	,743	1,00	4,75	-,108	-,868
-Önemsiz Kaytarma	3,24	,812	1,17	4,83	-,350	-,784

Değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler irdelendiğinde, aritmetik ortalaması en yüksek olanın “önemsiz sanal kaytarma” ($X=3,24\pm0,812$) boyutu olduğu tespit edilirken, aritmetik ortalaması en düşük değişkenin ise “ücret ve ödüllendirme” ($X=2,53\pm0,915$) boyutu olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 5'li Likert ölçeği dikkate alınarak değişkenlere dair ortalama değerler, “1,00-2,33” düşük düzey, “2,34-3,66” orta düzey ve “3,67-5,00” yüksek düzey şeklinde değerlendirildiğinde; çalışanların tüm değişkenlere dair ortalama değerlerinin “orta

düzeyde” olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan değişkenlerin çarpıklık ile basıklık değerleri incelendiğinde ise tümünün -1 ile +1 aralığında dağılım gösterdikleri, dolayısıyla normal dağılıma sahip olduklarına karar verilmiştir (Huck, 2012).

3.3. Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılım gösteren çalışanların iş motivasyonları ve sanal kaytarma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığının tespiti amacıyla korelasyon analizine başvurulmuştur. Verilerin normal dağılım göstermesiyle Pearson korelasyon analizi tercih edilmiştir.

Tablo 5: Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayıları

Değişkenler		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
İş Motivasyonu (1)	r	1							
-Yönetim Tarzı (2)	r	,845**	1						
-Kendini Geliştirme (3)	r	,815**	,654**	1					
-Ücret ve Ödüllendirme (4)	r	,772**	,626**	,514**	1				
-Güvenlik (5)	r	,764**	,495**	,583**	,413**	1			
-Takım Çalışması (6)	r	,819**	,595**	,585**	,486**	,618**	1		
Sanal Kaytarma (7)	r	-,439**	-,345**	-,338*	-,258**	-,451**	-,382**	1	
-Önemli Sanal Kaytarma (8)	r	-,477**	-,363**	-,339**	-,285**	-,499**	-,438**	,882**	1
-Önemsiz Sanal Kaytarma	r	-,249**	-,211**	-,227**	-,141*	-,244**	-,189**	,818**	,450**

* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (one-tailed). $p < 0,05$
 ** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed). $p < 0,01$
 *** $n=314$; r =korelasyon katsayısı; p =anlamlılık

Korelasyon katsayısı (r) -1 ile +1 arasında değişmektedir. Bu değer; 0,10 ile 0,29 aralığında tespit edildiğinde düşük düzeyde, 0,30 ile 0,70 aralığında tespit edildiğinde orta düzeyde ve 0,71 ile 1,00 aralığında tespit edildiğinde yüksek düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002). Buna bağlı olarak Tablo 5’de verilen Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; araştırmaya katılım gösteren kamu kurumu çalışanlarının iş motivasyonları ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,439$; $p < 0,01$), iş motivasyonu ile önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,477$; $p < 0,01$) arasında orta düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. İş motivasyonu ile önemsiz sanal kaytarma davranışı arasında ($r = -,249$; $p < 0,01$) ise düşük düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki vardır. Bununla birlikte iş motivasyonu alt boyutlarından yönetim tarzı ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,345$; $p < 0,01$), kendini geliştirme ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,338$; $p < 0,01$), güvenlik ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,451$; $p < 0,01$), takım çalışması ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,382$; $p < 0,01$) arasında orta düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunurken; ücret ve ödüllendirme ile sanal kaytarma davranışı ($r = -,258$; $p < 0,01$) arasında düşük düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Keza iş motivasyonu alt boyutlarından yönetim tarzı ile önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,363$; $p < 0,01$), kendini geliştirme ile önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,339$; $p < 0,01$), güvenlik ve önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,499$; $p < 0,01$), takım çalışması ile önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,438$; $p < 0,01$) arasında orta düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunurken; ücret ve ödüllendirme ile önemli sanal kaytarma davranışı ($r = -,285$; $p < 0,01$) arasında düşük düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Son olarak iş motivasyonu alt boyutları ile önemsiz sanal kaytarma davranışı arasında; yönetim tarzı ($r = -,211$; $p < 0,01$), kendini geliştirme ($r = -,227$; $p < 0,01$), ücret ve ödüllendirme ($r = -,141$; $p < 0,05$), güvenlik ($r = -,244$; $p < 0,01$), takım çalışması ($r = -,189$; $p < 0,01$) düşük düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular göre özetle araştırmaya katılım gösteren kamu kurumu çalışanlarının iş motivasyonları artış gösterdiğinde sanal kaytarma davranışları azalırken, bir başka deyişle sanal kaytarma davranışları artış gösterdiğinde iş motivasyonları azalmaktadır.

3.4. Regresyon Analizi

Bağımsız değişken iş motivasyonu ve alt boyutlarının, bağımlı değişken sanal kaytarma ve alt boyutları üzerindeki etkisini test edebilmek adına basit ve çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır.

3.4.1. İş Motivasyonunun Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

İlk aşamada, iş motivasyonu ve alt boyutlarının sanal kaytarma üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. İlgili bulgular Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: İş Motivasyonunun Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model	Bağımsız Değişken	Model Özeti ve Anova					Std. Edilmiş Katsayılar				Çoklu Doğrusallık	
		R	R ²	ΔR^2	F	p	B	β	t	p	Tolerance	VIF
1	İş Motivasyonu	,439	,193	,190	74,454	,000	-,435	-,439	-8,62	,000	1,000	1,000
2*	Yönetim Tarzı	,479	,229	,217	18,334	,000	-,089	-,117	-1,53	,128	,426	2,347
	Kendini Geliştirme						-,015	-,016	-,220	,826	,464	2,156
	Ücret ve Ödüllendirme						,006	,009	,133	,894	,577	1,733
	Güvenlik						-,267	-,319	-4,69	,000	,541	1,847
	Takım Çalışması						-,084	-,109	-1,52	,128	,487	2,054

Bağımlı Değişken: Sanal Kaytarma; *Durbin Watson=1,783

Öncelikle iş motivasyonunun sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini tespit etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 6'ya göre birinci modelin istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir (Model 1; $F=74,45$; $p=0,000$; $p<0,05$). Buna göre sanal kaytarma değişkenine ilişkin değişimin %19'unun ($\Delta R^2=0,190$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeni ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bunun yanı sıra araştırmaya katılım gösteren çalışanların iş motivasyonlarının, sanal kaytarma ($\beta= -0,439$; $p=0,000$) davranışlarının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Başka bir ifade ile çalışanların iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışlarını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Model 2'de ise iş motivasyonu ve alt boyutlarının sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini belirlemek için çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu noktada öncelikle alt boyutlar arasında muhtemel bir çoklu doğrusal bağıntı sorununun varlığını belirlemek amacıyla tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Çoklu doğrusal bağıntı sorunu yaşanmaması için tolerance değerinin 0,2'den büyük (Menard, 2002: 76) ve VIF değerinin ise 10'dan küçük (Kim, 2019: 558) olması gerekmektedir. Tablo 6'da ilgili değerler incelendiğinde alt boyutlar arasında çoklu doğrusal bağıntı sorunu olmadığı anlaşılmıştır. Durbin Watson katsayısı ise alt boyutlar arasında muhtemel bir otokorelasyonun varlığını belirlemek için kullanılmaktadır. Otokorelasyon sorununun görülmemesi için bu katsayının 1,5 ile 2,5 arasında bir değer alması gerekmektedir (Kalaycı, 2005: 264). Tablo 6'daki Durbin Watson değeri, referans değerler aralığında olması nedeniyle alt boyutlar arasında bir otokorelasyon sorunu olmadığı tespit edilmiştir. Bu ön koşullar sağlandıktan sonra regresyon analizi bulgularının değerlendirilmesine geçilmiştir. Bu bağlamda ikinci modelin genel anlamıyla istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir ($F=18,33$; $p=0,000$; $P<0,05$). Bu sonuca göre sanal kaytarma değişkenine ilişkin toplam değişimin %21,7'sinin ($\Delta R^2=0,217$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeninin alt boyutları ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bununla birlikte güvenlik boyutunun sanal kaytarma ($\beta= -0,319$; $p=0,000$) davranışının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H_{1d} hipotezi kabul edilirken; H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1e} hipotezleri ise reddedilmiştir.

3.4.2. İş Motivasyonunun Önemli Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

İkinci aşamada, iş motivasyonu ve boyutlarının önemli sanal kaytarma üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. İlgili bulgular, Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7: İş Motivasyonunun Önemli Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model	Bağımsız Değişken	Model Özeti ve Anova					Std. Edilmiş Katsayılar			
		R	R ²	ΔR ²	F	p	B	β	t	p
1	İş Motivasyonu	,477	,228	,225	92,000	,000	-,534	-,477	-9,59	,000
2*	Yönetim Tarzı	,531	,282	,271	24,249	,000	-,090	-,106	-1,43	,153
	Kendini Geliştirme						,050	,048	,680	,497
	Ücret ve Ödüllendirme						-,007	-,008	-,129	,897
	Güvenlik						-,343	-,364	-5,54	,000
	Takım Çalışması						-,151	-,174	-2,51	,012
Bağımlı Değişken: Önemli Sanal Kaytarma; *Durbin Watson=1,820										

Tablo 7'ye göre birinci modelin istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülebilir ($F= 92,00$; $p=0,000$; $p<0,05$). Bu bulgu doğrultusunda önemli sanal kaytarma değişkenine ilişkin değişimin %22,5'inin ($\Delta R^2=0,225$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeni ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bunun yanı sıra araştırmaya katılım gösteren çalışanların iş motivasyonlarının, önemli sanal kaytarma ($\beta= -0,477$; $p=0,000$) davranışlarının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle çalışanların iş motivasyonlarının önemli sanal kaytarma davranışlarını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Model 2'de incelendiğinde iş motivasyonu ve boyutlarının önemli sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini ortaya koyma niyetiyle çoklu doğrusal regresyon analizi tercih edilmiştir. Bu bağlamda ikinci modelin istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir ($F= 24,24$; $p=0,000$; $p<0,05$). Bu sonuca göre önemli sanal kaytarma değişkenine ilişkin toplam değişimin %27,1'inin ($\Delta R^2=0,271$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeninin boyutları ile açıklanmasının mümkün olduğu sonucuna varılmaktadır. Aynı zamanda güvenlik boyutunun önemli sanal kaytarma ($\beta= -0,364$; $p=0,000$) ve takım çalışması boyutunun önemli sanal kaytarma ($\beta= -0,174$; $p=0,000$) davranışının anlamlı, negatif bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H_{2d} ve H_{2e} hipotezi kabul edilirken; H_{2a} , H_{2b} ve H_{2c} hipotezleri ise reddedilmiştir.

3.4.3. İş Motivasyonunun Önemsiz Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Üçüncü ve son olarak, iş motivasyonu ile boyutlarının önemsiz sanal kaytarma üzerindeki etkisi irdelenmiştir. İlgili bulgular, Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8: İş Motivasyonunun Önemsiz Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model	Bağımsız Değişken	Model Özeti ve Anova					Std. Edilmiş Katsayılar			
		R	R ²	ΔR ²	F	p	B	β	t	p
1	İş Motivasyonu	,249	,062	,059	20,61	,000	-,304	-,249	-4,54	,000
2*	Yönetim Tarzı	,273	0,74	,059	4,94	,000	-,086	-,092	-1,10	,272
	Kendini Geliştirme						-,102	-,089	-1,11	,268
	Ücret ve Ödüllendirme						,024	-,027	,369	,712
	Güvenlik						-,165	-,161	-2,15	,032
	Takım Çalışması						,005	,005	,064	,949
Bağımlı Değişken: Önemsiz Sanal Kaytarma; *Durbin Watson=1,588										

Tablo 8'e göre birinci modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülebilir ($F= 20,61$; $p=0,000$; $p<0,05$). Buna göre önemsiz sanal kaytarmaya ait değişimin %5,9'unun ($\Delta R^2=0,059$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeni ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bunun yanı sıra araştırmaya katılım gösteren çalışanların iş motivasyonlarının, önemsiz sanal kaytarma ($\beta= -0,249$; $p=0,000$) davranışlarının anlamlı bunun yanında negatif bir yordayıcısı olduğu görülebilir. Başka bir deyişle, çalışanların iş motivasyonlarının önemli

sanal kaytarma davranışlarını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre H_3 hipotezi doğrulanmıştır.

Model 2’de ise iş motivasyonu ve alt boyutlarının önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini belirlemek niyetiyle çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda ikinci modelin genel anlamıyla istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir ($F= 4,94$; $p=0,000$; $p<0,05$). Bu sonuca göre, önemsiz sanal kaytarma değişkenine ilişkin toplam değişimin %5,9’unun ($\Delta R^2=0,059$; $p=0,000$) iş motivasyonu değişkeninin alt boyutları ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bununla birlikte güvenlik boyutunun önemsiz sanal kaytarma ($\beta= -0,161$; $p=0,000$) davranışının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H_{3d} hipotezi kabul edilirken; H_{3a} , H_{3b} , H_{3c} , H_{3e} hipotezleri ise reddedilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bilişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması bireylerin tüm yaşamları ile birlikte iş yaşamlarını da etkilemiştir. Yaşanan bu değişiklik ile örgütlerdeki iş yapış şekilleri de revizyona uğramış, bireyler işlerini gerçekleştirirken bilişim teknolojileri ve internet ile iç içe çalışmaya başlamışlardır. Bu değişim çalışanların iş yaşamlarındaki motivasyonlarını da etkileyen bir unsur haline gelmiştir. Çalışma yaşamında bireylerden her zaman aynı motivasyon ile çalışmalarını beklemek gerçekçi olmasa da yorulan ya da motivasyonu düşen bireyler, zihinlerini toparlamak ve işlerine daha fazla odaklanabilmek adına zaman zaman birtakım iş dışı davranışlara yönelebilmektedirler. Öyle ki bu davranışlar zaman zaman “sanal kaytarma” olarak adlandırılan davranışlara da evrilebilmektedir.

Çalışanların sanal kaytarma davranışları, örgütlerindeki birçok unsur ile doğrudan etkileşim halinde olsa da bu çalışmada, bireylerin iş motivasyonları ile sanal kaytarma davranışları arasında bir etkileşim olup olmadığı problemi ile yola çıkılmış; çalışma, “Çalışanların iş motivasyonları sanal kaytarma davranışlarını etkilemekte midir?” sorusu temelinde kurgulanmıştır. Ego tükenmesi kuramı temelinde şekillenen çalışmada, kamu kurumlarında görev yapan gişe çalışanlarının iş motivasyonlarının, sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Konya ilinde faaliyet gösteren kamu kurumu çalışanlarının iş motivasyonlarının sanal kaytarma davranışlarını etkileyeceği varsayımına dayanarak 314 gişe çalışanı üzerinde araştırma yapılmıştır.

Araştırmada elde edilen temel bulgu, kamudaki gişe çalışanlarının iş motivasyonlarının, sanal kaytarma davranışları üzerinde negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğudur. Buna göre araştırma için belirlenen birçok hipotez desteklenerek, gişe çalışanlarının yoğun çalışma hayatlarında motivasyon düzeylerinde düşüş meydana geldiğinde sanal kaytarma davranışlarına yöneldikleri, bu durumun teknoloji ile iç içe geçmiş olan günümüz dünyası düşünüldüğünde, sergilenen davranışa göre normal kabul edileceği, buna bağlı olarak literatürde önemsiz olarak kabul edilen sanal kaytarma davranışlarının önemli olarak kabul gören sanal kaytarma davranışlarına nazaran gişe çalışanları tarafından daha sık sergilendiği anlaşılmaktadır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise iş motivasyonu ve boyutları ayrıca sanal kaytarma davranışları ve boyutları ilişkisinde negatif bulgulara rastlanılmıştır. Bu bulgu, Seçilmiş ve Yılmaz’ın (2018) elde ettikleri pozitif yönlü ilişki ile farklılık göstermektedir. Seçilmiş ve Yılmaz (2018), seyahat acentesi çalışanları ile yaptıkları araştırmada her iki değişkenin alt boyutlarından ücret ve değerlendirme ve kendini geliştirme arasında pozitif yönlü, anlamlı ilişki bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Uzun (2019) da seyahat acentesi çalışanları ile yaptığı araştırmada içsel motivasyon ve sanal kaytarma davranışı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu vurgulamış, üstleriyle birlikte aynı ortamda çalışan katılımcıların, üstleriyle ayrı mekanlarda çalışan katılımcılara nazaran iş motivasyonlarının kısmen düşük tespit edildiği sonucuna varmıştır. Karamanoğlu (2022) çalışmasının analizleri sonucunda iş motivasyonu ile sanal kaytarma davranışı arasında istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkiler gözlemleyememiştir. Benzer şekilde Hensel ve Kacprzak (2020), iş motivasyonunun sanal kaytarma davranışı üzerinde bir etkisini tespit edememişlerdir.

Çalışma ortamının internet ve bilişim teknolojileri üzerine kurulmuş olması, çoğu işlemin internet bağlantısı aracılığıyla yapılması, çalışanların günlük hayatta internet ile iç içe olmaları ve sosyal medya kullanımının artması ile bireyler internete bağımlı bir hale gelmiştir. Kaytarma davranışının internet kullanılarak yapılması, hayatımıza entegre olmuş internet bağlantısının önüne geçilmesi konusunda bir tezatlık yaratmaktadır. Bu konuda örgüt içerisinde kullanılan internet bağlantısının kaytarma yapılabilecek sitelere erişiminin engellenmesi, kurumların bu anlamda kısıtlayıcı bir politika belirlemeleri çözüm olarak gösterilse bile etkili bir yöntem olamayacaktır. Bunun yerine daha detaylı bir düşünce yapısı ile çalışanların iş motivasyonlarının neden azaldığının tespit edilmesi gereklidir. Ayrıca bu çalışma, Türkiye’nin neredeyse her ilinde faaliyet gösteren kamu kuruluşlarının Konya ili merkezinde bulunan şubelerinde görevli gişe çalışanları ile yapıldığından çalışma sonuçlarının, diğer bölgelerdeki kurumların müşteri sayısı, örgüt yapısı, liderlik tarzı gibi dinamikler çerçevesinde benzerlik gösterip göstermeyeceği de ileride yapılacak araştırmalara yön

verecektir. Son olarak iş motivasyonu ve sanal kaytarma ilişkisinin birçok sektörde araştırmalara konu olabileceği öngörülürken, yapılan bu çalışmanın farklı uygulama alanlarında gerçekleştirilebilecek gelecek çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Anandarajan, M., Devine, P. ve Simmers, C. A. (2004). Personal Web Usage in the Workplace: A Guide to Effective Human Resources Management (Ed.: Anandarajan, M. ve Simmers, C. A.), "A Multidimensional Scaling Approach to Personal Web Usage in the Workplace" (s. 61-79), US: Information Science Publishing.
- Arnolds, C. A. ve Boshoff, C. (2002). "Compensation, Esteem Valence and Job Performance: An Empirical Assessment of Alderfer's ERG Theory", *International Journal of Human Resource Management*, 13(4), 697-719.
- Askew, K., Buckner, J. E., Taing, M. U., Ilie, A., Bauer, J. A. ve Coover, M. D. (2014). "Explaining Cyberloafing: The Role of the Theory of Planned Behavior", *Computers in Human Behavior*, 36, 510-519.
- Aydıntan, B. (2021). "İşletmelede Liderlik ve Motivasyon (Pozitif Yaklaşımlar)", Ankara: Gazi Kitabevi.
- Barry, S., Murphy, K. ve Drew, S. (2015). "From Deconstructive Misalignment to Constructive Alignment: Exploring Student Uses of Mobile Technologies in University Classrooms", *Computers & Education*, 81, 202-210.
- Baumeister, R. F. ve Vohs, K. D. (2007). "Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation", *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115-128.
- Bayrakçeken, S., Oktay, Ö., Samancı, O. ve Canpolat, N. (2021). "Motivasyon Kuramları Çerçevesinde Öğrencilerin Öğrenme Motivasyonlarının Arttırılması: Bir Derleme Çalışması", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 677-698.
- Bedük, A. (2010). "Karşılaştırmalı İşletme-Yönetim Terimleri Sözlüğü", Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- Blanchard, A. L. ve Henle, C. A. (2008). "Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control", *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1067-1084.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). "Sosyal Bilimler için Veri Analiz El Kitabı", Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Çiçek, D. (2005). "Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek İş Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Çiçek, H. ve Bulak, M. E. (2020). "KOBİ'lerde Bir Motivasyon Aracı Olarak Liderlik ve Öneriler", *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9(3), 21-30.
- Erdem, A. T. (2020). "Sanal Kaytarma Davranışının İş Performansına Etkisinde İşe Bağlılığın Aracı Rolüne Yönelik Bilişim Sektöründe Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 3843-3858.
- Ergün, E. ve Altun, A. (2012). "Öğrenci Gözüyle Siber Aylaklık ve Nedenleri", *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(1), 36-53.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Garrett, R. K. ve Danziger, J. N. (2008). "On Cyberslacking: Workplace Status and Personal Internet Use at Work", *Cyber Psychology ve Behavior*, 11(3), 287-292.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri", Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hartijasti, Y. ve Fathonah, N. (2015). "Motivation of Cyberloafers in the Workplace Across Generations in Indonesia", *International Journal of Cyber Society and Education*, 8 (1), 49-58.
- Hensel, P. G. ve Kacprzak, A. (2020). "Job Overload, Organizational Commitment, and Motivation as Antecedents of Cyberloafing: Evidence from Employee Monitoring Software", *European Management Review*, 17(4), 931-942.
- Huck, S. W. (2012). "Reading Statistics and Research", Boston: Pearson.
- Kalaycı, Ş. (2005). "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri", Ankara: Asil Yayınevi.
- Kanfer, R. ve Chen, G. (2016). "Motivation in Organizational Behavior: History, Advances and Prospects", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 136, 6-19.
- Kaplan, M. (2007). "Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karakaya, A. ve Ay, F. A. (2007). "Çalışanların Motivasyonunu Etkileyen Faktörler: Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma", *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 31(1), 55-67.
- Karataş, A. ve Avcı, B. (2017). "Kamu Kurumlarında Sanal Kaytarma Olgusunun Değerlendirilmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 2321-2346.
- Kaya, F. Ş., Yıldız, B. ve Yıldız, H. (2013). "Herzberg'in Çift Faktör Kuramı Açısından İlköğretim I. Kademe Öğretmenlerinin Motivasyon Düzeylerinin Değerlendirilmesi", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 1-18.
- Keklik, B., Kılıç, R., Yıldız, H. ve Yıldız, B. (2015). "Sanal Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Öğrenme Kapasitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi", *Business and Economics Research Journal*, 6(3), 129-144.
- Kim, J. H. (2019). "Multicollinearity and Misleading Statistical Results", *Korean Journal of Anesthesiology*, 72 (6), 558-569.
- Koçel, T. (2011). "İşletme Yöneticiliği", İstanbul: Beta.
- Korkmazer, F. ve Aksoy, A. (2017). "Herzberg'in Hijyen Faktörlerinin Çalışanların İşten Ayrılma Davranışlarına Etkisine Yönelik Bir Araştırma", *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 821-833.
- Lim, V. K. G. (2002). "The IT Way of Loafing on the Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice", *Journal of Organizational Behavior*, 23, 675-694.

- Marcus, B. ve Schuler, H. (2004). "Antecedents of Counterproductive Behavior at Work: A General Perspective", *Journal of Applied Psychology*, 89, 647-660.
- Maslow, A. H. (1943). "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Mastrangelo, P. M., Everton, W. ve Jolton, J. A. (2006). "Personal Use of Work Computers: Distraction versus Destruction", *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 730-741.
- Menard, S. (2002). "Applied Logistic Regression Analysis", Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Merdan, E., Erdem, A. T. ve Gümüsoy, Y. (2022). "Boreout Sendromunun Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı Üzerine Etkisinde Sanal Kaytarmanın Aracılık Rolü", *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(1), 176-191.
- Merriam-Webster Dictionaries (2022). "Self-regulation" <https://www.merriam-webster.com/dictionary/self-regulation> Erişim Tarihi: 03.08.2022.
- Muraven, M. ve Baumeister, R. F. (2000). "Self-regulation and Depletion of Limited Resources: Does Self-Control Resemble a Muscle?", *Psychological Bulletin*, 126, 247- 259.
- Naughton, K., Raymond, J., Shulman, K. ve Struzzi, D. (1999). "Cyberslacking", *Newsweek*, 24(22), 62-65.
- Örücü, E. ve Özudoğru, M. (2018). "Örgütsel Güven ile Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(3), 66-80.
- Örücü, E. ve Yıldız, H. (2014). "İşyerinde Kişisel İnternet ve Teknoloji Kullanımı: Sanal Kaytarma", *Ege Akademik Bakış*, 99-114.
- Özgür, E. (2006). "Performans Yönetimi ve Motivasyon İlişkisi Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Özkalp, E., Aydın, U. ve Tekeli, S. (2012). "Sapkın Örgütsel Davranışlar ve Çalışma Yaşamında Yeni Bir Olgu: Sanal Kaytarma (Cyberloafing) ve İş İlişkilerine Etkileri", *Çimento İşveren Sendikası Dergisi*, 26(2), 18-33.
- Özudoğru, M. ve Yıldırım, Y. T. (2020). "Sanal Kaytarma ve İşgören Performansı İlişkisinde İş Stresinin Düzenleyici Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 467-490.
- Pinder, C. C. (1998). "Motivation in Work Organizations", NJ: Upper Saddle River.
- Robinson, L. ve Bennett, R. J. (1995). "A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study", *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- Rosak-Szyrocka, J. (2014) "Employee's Motivation at Hospital as a Factor of the Organizational Success", *Human Resources Management ve Ergonomics*, 8(2), 102-111.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions", *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.
- Seçilmiş, C. ve Yılmaz, B. (2018). "Seyahat Acentesi Çalışanlarının Sanal Kaytarma Davranışları ve İş Motivasyonu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi", *Kesit Akademi Dergisi*, 17, 20-37.
- Serttaş, O. ve Şimşek, G. (2017). "Konaklama İşletmelerinde Siber Aylaklık: Çalışanların Demografik Özellikleri ile Siber Aylaklıkları Üzerine Bir Araştırma", *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 20-34.
- Sheikh, A., Atashgah, M. S. ve Adibzadegan, M. (2015). "The Antecedents of Cyberloafing: A Case Study in an Iranian Copper Industry", *Computers in Human Behavior*, 51, 172-179.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2008). "Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi", İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Spector, P. E. (2000). "Industrial and Organizational Psychology: Research and Practice", New York: Wiley.
- Spector, P. E., Fox, S., Penney, L. M., Bruursema, K., Goh, A. ve Kessler, S. (2006). "The Dimensionality of Counterproductivity: Are All Counterproductive Behaviors Created Equal?", *Journal of Vocational Behavior*, 68(3), 446-460.
- Stanton, J. M. (2002). "Company Profile of the Frequent Internet User", *Communications of the ACM*, 45(1), 55-59.
- Steers, M. R., Mowday, T. R. ve Shapiro, L. D. (2004). "The Future of Work Motivation Theory", *Academy of Management Review*, 29(3), 379-387.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L.S. (2018). "Using Multivariate Statistics", New York: Pearson.
- TDK (2022). "Kaytarmak" <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 01.08.2022.
- TDK (2022). "Otokontrol" <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 03.08.2022.
- Thompson, L. F., Meriac, J. P. ve Cope, J. G. (2002). "Motivating Online Performance: The Influences of Goal Setting and Internet Self-Efficacy", *Social Science Computer Review*, 20(2), 49-160.
- TÜİK (2021). "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması", [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 21.01.2022.
- Ugrin, J. C. ve Pearson, J. M. (2013). "The Effects of Sanctions and Stigmas on Cyberloafing", *Computers in Human Behavior*, 29(3), 812-820.
- Ulukapı, H., Çelik, A. ve Yılmaz, A. (2014). "Algılanan İşe Adanmışlığın Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Selçuk Üniversitesi Örneği", 2. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı, 65-72.
- Uzun, Ö. (2019). "Seyahat Acentası Çalışanlarının Motivasyonları ile Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişki: Trakya Bölgesi Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

- Vitak, J., Crouse, J. ve LaRose, R. (2011). "Personal Internet use at Work: Understanding Cyberslacking", *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1751-1759.
- Wagner, D. T., Barnes, C. M., Lim, V. K. G. ve Ferris, D. L. (2012). "Lost Sleep and Cyberloafing: Evidence from the Laboratory and a Daylight Saving Time Quasi-experiment", *Journal of Applied Psychology*, 97(5), 1068-1076.
- Whitty, M. T. ve Carr, A. N. (2006). "New Rules in the Workplace: Applying Object-Relations Theory to Explain Problem Internet and Email Behaviour in the Workplace", *Computers in Human Behavior*, 22(2), 235-250.
- Yang, C., Hwang, M. ve Chen, Y. (2011). "An Empirical Study of the Existence, Relatedness, and Growth (ERG) Theory in Consumer's Selection of Mobile Valueadded Services", *African Journal of Business Management*, 5(19), 7885-7898.
- Yuwanto, L. (2018). "Academic Fow and Cyberloafng", *Psychology Research*, 8(4), 173-177.

Strategic Thinking and Merit Understanding of Public Employees During The Covid-19 Pandemic ¹

Covid 19 Salgını Sürecinde Kamu Çalışanlarının Stratejik Düşünce ve Liyakat Anlayışları

Gökhan ACAR *
Onur AKÇAKAYA **

ABSTRACT

Today, strategic management emerges as a crucial element in achieving the sustainability goals of nation-states. In addition, the importance of qualified public staff who will implement these plans is an indisputable fact for reflecting the strategic foresight made to take decisive and urgent measures against sudden epidemics and disasters. This study aims to reveal the relationship between strategic management and merit understanding of public employees during the Covid-19 pandemic. In the analysis of the study data, arithmetic mean, frequency, standard deviation and percentage values, which are descriptive statistics, were examined. For determining if it is necessary to perform parametric analyzes for this study, first, an examination was made on whether the scale data shows a normal distribution. In this study, the descriptive research method was used, and data collection was made with the help of a questionnaire. When we look at the study results, the strategic management perceptions of public employees are at a high level as per the results obtained in the resource and environment dimensions. Besides, as per the general average and merit dimension, training dimension, assignment dimension and overall evaluation results of the answers related to the merit understanding of the public employees participating in the study, their merit understanding is at a high level. In conclusion, it is aimed to determine a method and form a theoretical basis according to the study results of decision makers, strategy makers, and public employees' understanding of strategic management and merit.

KEYWORDS

Covid 19 Pandemic, Public Employees, Merit, Strategic Thinking

ÖZ

Günümüzde ulus devletlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada, stratejik yönetim önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında ani gelişen salgın ve felaketler karşısında önemli ve acil tedbirlerin alınması için yapılan stratejik öngörülerin sahaya yansıtılması noktasında bu planlamaları uygulayacak liyakatli kamu kadrolarının önemi tartışılmaz bir gerçektir. Yapılan çalışmanın amacı Covid 19 salgını sürecinde kamu çalışanlarının stratejik yönetim ve liyakat anlayışları arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Araştırma verilerinin analizinde betimsel istatistiklerden olan aritmetik ortalama, frekans, standart sapma ve yüzde değerlerine bakılmıştır. Bu çalışma için parametrik analizlerin yapıp yapılmayacağını belirlemek için öncelikle ölçek verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır ve anket metodu ile veri toplama yoluna gidilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında, kaynak boyutu ve çevre boyutunda elde edilen sonuçlara göre kamu çalışanlarının stratejik yönetim algılarının yüksek düzeyde olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca araştırmaya katılan kamu çalışanlarının liyakat anlayışları ile ilgili cevapların genel ortalama ve liyakat boyutu, yetiştirme boyutu, atama boyutu ve genel değerlendirme sonuçlarına göre kamu çalışanlarının liyakat anlayışlarının da yüksek düzeyde olduğunu söyleyebiliriz. Sonuç olarak karar verici ve strateji belirleyicilerin, kamu çalışanlarının stratejik yönetim ve liyakat anlayışları arasındaki ilişkiyi araştırma sonuçlarına ilişkin ortaya koyduğumuz sonuçların yöntem belirleme ve teorik bir temel oluşturması amaçlanmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Kovid 19 Salgını, Kamu Çalışanları, Liyakat, Stratejik Düşünce

Makale Geliş Tarihi / Submission Date	Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance
12.01.2023	25.04.2023
Anf	Acar, G. ve Akçakaya, O. (2023). Strategic Thinking and Merit Understanding of Public Employees During The Covid-19 Pandemic. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 129-138.

¹ This study is derived from the Master's thesis titled "Investigation of the Relationship Between Strategic Thinking and Merit Understanding of Public Employees in the Covid 19 Epidemic Process".

* Prof. Dr., Uşak University, Faculty of Sport Sciences, gokhan.acar@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3617-1958

** Associate Professor, Ardahan University, Department of Political Science and Public Administration, onurakcakaya@ardahan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7328-5380

INTRODUCTION

The new type of coronavirus (Covid-19), which emerged with the detection of a new virus in the 11th month of “2019” in the city of Wuhan, China, not only affected the relations between countries in the global context but also caused new changes and developments in the social and sociological context, and will continue to be so. The pandemic, which affected Turkey as well as the whole world, started to settle in the centre of life on an individual and social level. With the World Health Organization declaring Covid-19 as a worldwide pandemic, it has begun to be understood that it will be an effective process from production to consumption, from politics and social areas to religious rituals and economics (Karaca et al 2020: 1812). The pandemic is making the effects of a great crisis affecting health, and social life felt across the world as a global problem. Its spreading speed has become a big problem for all nation-states bringing along growing unemployment and economic difficulties. In some countries, it is a health problem that needs to be solved immediately, as restrictions affecting social life due to epidemics have turned into mass demonstrations and riots (Kara, 2020: 29).

Today, our world is open to social developments. We are in a period in which the global pandemic forces us to question everything. Apart from the known public services, the change in sociological paradigms has created the need for an effective, fast, and solution-oriented public service. This situation forces especially nation-states to review their systems and automation and make strategic plans about public personnel regimes. Thanks to the invention of writing and historical information, the most important legacy left by man-made governments is their experience. Particularly from this point of view, when we look at the application examples related to the promotion of public and public service personnel, we see the employment of the close circle of the power holders or their ideological supporters in the public service. Since such practices seek loyalty rather than merit, consequences such as disruptions in public service, deterioration in laws and practices, and sociological injury to the justice system become inevitable. As a result of the government's failure to put merit before loyalty, the problem of survival (sustainability) of nation-states arises. For this reason, if a healthy state structure is to be maintained even when the governments change, merit is a fact that should not be ignored.

The necessity of the principle of merit in entering the public service and in promotion is a phenomenon accepted by all segments of society. Unfortunately, the problem of incompetence and political favouritism occupy our agenda again in Turkey. In particular, the fact that not considering "merit" while making appointments in the public sector and bringing unqualified people to managerial positions in a unit has caused the problem of incompetence to be frequently mentioned by society.

1. STRATEGIC MANAGEMENT

Strategy (stratégie in French) is expressed as the science and art of using political, economic, psychological, and military forces together to support the policies adopted in peace and war (Bagci & Kaymakci, 2019: 2337). It is assumed that the word "strategy" is used by referring to “Strategos, one of the ancient Greek generals”, in addition to the war experience and the art of war (Dincer, 2003: 16). The concept of strategic management entered the field of management science after the middle of the 20th century. The meaning of the planned and systematic mobilization of the available resources to ensure that the rival organizations are superior to each other comes to the fore (Guclu, 2003: 62). When the strategic management process is considered from an organizational point of view, it can be explained as "the use of information gathering, selection, analysis, decision making, and strategy determination instruments in maintaining the competitive advantage by ensuring the sustainability of the organizations for many years" (Ulgen & Mirze, 2004: 31). In the history of strategic management, “it is seen that it was put forward by Sun Tzu with the idea of martial art in the 500s BC. According to Sun Tzu's approach, war, which is an art, is one of the main reasons for the existence and continuation of the state”. He advises the state to continue its existence or disappear, at what level it can practice the art of war and to realize its ability, as well as to evaluate the forces that are hostile to it and its own capabilities and possibilities (Dincer, 2013: 311). Scientifically, the development of strategic management begins in the 1880s and was previously seen as an organizational attitude. The scientific phases of this thought are as follows; “Non-scientific administrative process - the period before 1880, The beginning of the scientific management period - 1880, Planning - 1950, Long-term planning - 1960, Collective planning - 1965, Strategic Planning - 1970, Strategic Management - 1980, Strategic Scenario - 1985, Strategic Vision - 1990” (Guclu, 2003: 72). The institutionalization of strategic management in the public sector in our country, towards the end of the twentieth century, sociological, technological and political developments forced a rapid paradigm shift in state administrations and led to structural changes. The approach adopted by the Presidency of Strategy and Budget in 2004 is as follows; “It has led to serious changes in the understanding of public service and public administration. Factors such as globalization, accelerating technological development, deepening

interdependence between states, diversification of the needs and expectations of societies, democratization trends, participation in decision-making processes, and the development of civil society awareness play a crucial role in this change and transformation (Presidency of Strategy & Budget, 2004). The strategic management process is the whole of “information collection, analysis, selection, decision” and practices for organizations to maintain their assets permanently and sustainably and gain competitive advantage (Ulgen & Mirze, 2004: 31). This process refers to the practice starting from the top managers to the "staff" and progressing to the lower management levels. In addition, it is a process that determines the impact area and the power of strategic planning (Tastan, 2006: 1: Seker, 2012: 19).

2. MERIT

The concept of merit means "worthiness". The word “worthiness” has the etymological meaning of “being qualified with qualities, attitudes, actions, and behaviours” (www.tdk.gov.tr, 2021). It can also be explained as “deserving, sufficiency, suitability”. Others call it “being deserving” or “qualification system” (Tuncer, 2017: 37). According to another view, merit refers to being worthy of duty and deserving that duty (Yuksel, 1998: 21). Again, it means “worthy and sufficient in Arabic origin and European languages” (Guler, 2013: 142). Merit expresses a special ability and suitability of the individual in the field in which he is valuable more than his worth or value. The ability of an individual to reach the status of a judge or a commander is not related to being close to power, but to being worthy of that duty and having the necessary qualifications to fulfil his duties and responsibilities in the best way (Hobbes, 2007: 75).

Mevlana, on the other hand, emphasized the concepts of competence and merit while describing the ideal human type, the perfect human being, in his work called "Mesnevi". According to him, to ensure social justice, peace and tranquillity, the concepts of competence and merit should be given importance, and people with these qualities should be assigned. Mevlana, by constructing the society based on the individual, stated that human potential should be used for the public benefit. As to him, when the individual uses his potential for the public good, a strong individual, a strong society, and eventually a strong state will emerge (Yazici, 2009: 929). *For the first time in history, the definition of "meritocracy" was put into practice by the King of Prussia, Frederick I, in 1717, in the training of public administrators and their entrance to the civil service through the concept of an examination..In 1742, he made it compulsory to study law and to be successful in exams to hold public office.”* (Tortop, 2007: 371). The following principles of merit, also known as the Pendleton Act, have been adopted; *“A three-person, impartial and autonomous central staff commission appointed by the Head of State will manage the new staffing system, the Commission will assist the president in enforcing the provisions of the law, Employment of civil servants will be selected according to the rules of the open competition examination, In cases where the competition examination cannot be held, the commission will hold a pass examination, Political attitudes of the civil servants and political pressure of the superiors are prohibited”* (Tortop, 1999: 75). In the United States in 1940, USA President Roosevelt's government began applying merit systemically to 98% of permanent civil servants (Tortop, 2007: 81).

3. METHODS

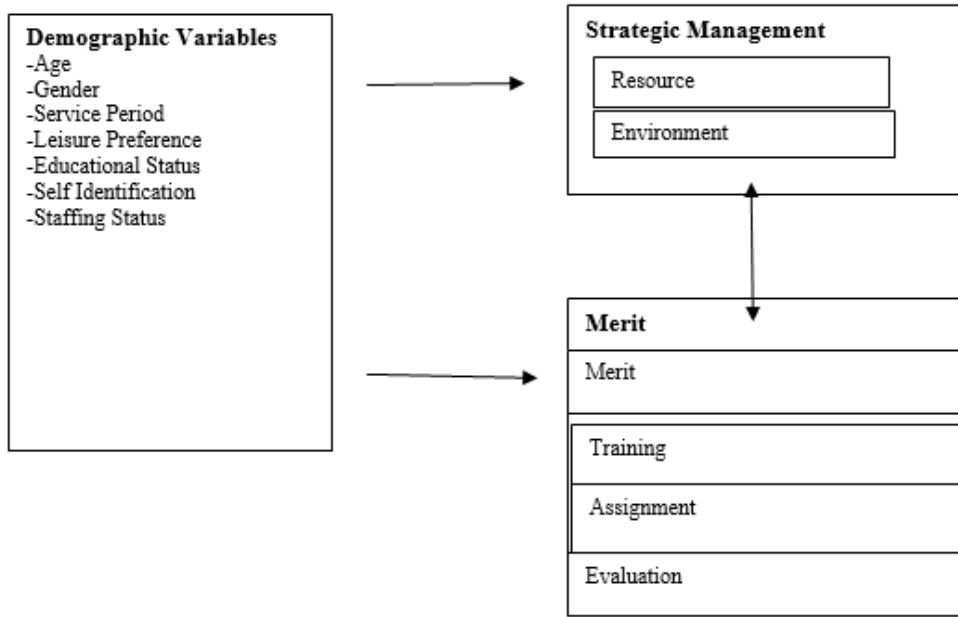
The study population consists of public employees working in Ardahan province during the Covid-19 pandemic in the third quarter of 2021. 361 employees, consisting of 58 contracted civil servants, 241 civil servants, 42 supervisors, 20 Managers, and Senior Managers, totaling 143 women and 218 men, are affiliated to 75 Ardahan Governorship, 125 Provincial Police Department, 65 Provincial Special Administration, 25 Provincial Revenue Office and 71 Provincial Directorate of Youth and Sports in Ardahan. Additionally, the study population was formed from public personnel who can be reached from each institution by the convenience sampling method and accepted to fill out the questionnaire.

The period of May-August 2021, when the data collection process was carried out in the study, is within the scope of the pandemic period. *According to Presidential Decree No. 2020/8, which was in force during this period, employees over the age of 60 and people who were determined to have chronic diseases by the Ministry of Health were deemed to be on administrative leave indefinitely. In addition, the rotational working practice was also implemented. Since the unfavourable international conditions of the pandemic have been continuing across the world since the 2020/May period when the circular was published, and since no variability in the conditions could be foreseen, the application was made by considering the actual universe instead of the official universe.*

In this study, *the descriptive research method, which is one of the quantitative research methods, was used and data collection was made with the survey method. In the survey method, the communication between the researcher and the subject, who is the data source, is made only in writing. In addition, the correlational and*

causal-comparative methods were used. The Correlational research method aims to study the relationship between two or more variables without attempting to influence the variables. (Arseven, 2001: 101).

Figure 2. Research Model



After the necessary explanations about the scales used in the study were given to the participants by the researcher, the questionnaire was applied by taking social distance, hygiene, and mask precautions following the Covid-19 pandemic measures.

Among the scales used in the study, the Strategy Management Scale as used by Kayar Çelik (2019), Özgür's (2007) study titled "Strategic Management in Denizli SMEs", Sucu's (2010) master's thesis named "Strategic Management in SMEs and a Research", Kılıcı's (2013) master's thesis titled "Strategic Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises" and "A Research on the Information and Usage Level of Strategic Management Tools in Healthcare Organizations" by Bilgin Demir (2015) were used.

The results show that the group of civil servants/specialists has the highest average value among the participants for the "Source" dimension of the Strategy Scale. The group of chiefs has the lowest average value. The average values for contractual personnel and manager/senior executive positions are similar. When the standard deviation values are examined, it is seen that the manager/senior executive position has a lower standard deviation value compared to other groups. This shows that managers/senior executives have a more homogeneous opinion on this issue. When the significance levels are examined, a significant difference is observed between contractual personnel and civil servant/specialist positions. The average and standard deviation data for each item in the "Environment" dimension are also included in the tables below.

The second scale used in the study is the Merit Scale by Gök (2017) which was used as a data collection tool to determine the merit principles.

According to the data provided by the participants, there is a positive and significant correlation (at the 0.01 level) among all scales. The highest correlation is between the Merit and Strategic Management scales (0.810), and the lowest correlation is between the Appointment and Evaluation scales (0.609).

"The SPSS 21.0 software was used for the analysis of the study data. In the analysis of the study data, arithmetic mean, frequency, standard deviation and percentage values, which are descriptive statistics, were examined. For determining if it is necessary to perform parametric analyzes for this study, first, an examination was made on whether the scale data shows a normal distribution. As a result of the analysis, the kurtosis and skewness values of the data were calculated. Also, they are given below.

Table 1: The Skewness and Kurtosis Values Obtained for The Strategic Management Scale and The Merit Scale.

	Skewness	Kurtosis
<i>Strategic Management Scale</i>	-0,511	-0,692
<i>Merit Scale</i>	-0,467	-0,786

According to the normal distribution analysis, as can be seen in Table 1, the skewness and kurtosis values obtained for the strategic management and the merit scale are between -2 and +2. “Additionally, in the analysis of normally distributed study data, the independent T-test was used for pairwise comparisons, the One Way ANOVA test for multiple comparisons, and Tukey's test for post-hoc analysis”.

Table 2: The 5-Point Likert Scale Ranges for The Strategic Management and Merit Scales

Value	Option	Limits
1	Strongly disagree	1,00 – 1,80
2	Disagree	1,81 – 2,60
3	Neither agree or disagree	2,61 – 3,40
4	Agree	3,41 – 4,20
5	Strongly agree	4,21 – 5,00

The Cronbach α internal consistency value of the 22-item Strategic Management Scale used in this study was 0.968, and the Cronbach α internal consistency value of the 20-item Merit Scale was 0.972. Accordingly, the obtained reliability values are pretty sufficient.

4. ANALYSIS AND RESULTS

Table 3: Demographic Characteristics of The Sample Group

		f	%
Age	18-19	25	6,9
	20-21	80	22,2
	22-23	111	30,7
	24 and above	145	40,2
Gender	Female	143	39,6
	Male	218	60,4
Service Period	0-1 years	21	5,8
	2-5 years	84	23,3
	6-10 years	122	33,8
	11-15 years	103	28,5
	16 years and above	31	8,6
Leisure time preference	Reading books	92	25,5
	Going to the cinema/theatre	92	25,5
	Visiting historical places	115	31,9
	Going to entertainment venues	62	17,2
Educational status	Primary/Secondary school graduate	22	6,1
	High-school graduate	75	20,8
	Bachelor's degree	240	66,5
	Postgraduate	24	6,6
Self-identification	Quiet/calm	91	25,2
	Social and extrovert	141	39,1
	Hyperactive	75	20,8

		f	%
Staffing	Edgy and hot-blooded	54	15,0
	Contract employee	58	16,1
	Officer/Specialist	241	66,8
	Supervisor	42	11,6
	Manager-Senior manager	20	5,5

As per Table 3, where the demographic characteristics of the sample group are given, 30.7% of the public employees are over the age of 22-23, and 40.2% are over the age of 24. 39.6% of them were female, and 60.4% were male. Considering the service periods, 23.3% of them have 2.5 years, 33.8% have 6-10 years, and 28.5% have 11-15 years of service. 25.5% of public employees prefer to read books and go to the cinema/theatre in their leisure time, 31.9% prefer to visit historical places, and 17.2% prefer to go to entertainment venues. As for their educational status, 66.5% had a bachelor's degree, and 20.8% were high school graduates. 25.2% of public employees defined themselves as quiet, 39.1% as social and extroverted, 20.8% as hyperactive, and 15.0% as nervous. Also, 6.8% work as officers/specialists, 16.1% on a contractual basis, 11.6% on supervisor staff, and 5.5% on management staff.

Table 4: The Averages and Standard Deviation Results Obtained for The Strategic Management Scale

	N	AVG	SD
Strategic Management Scale	361	3,58	0,87
Resource Dimension	361	3,60	0,96
Environment Dimension	361	3,56	0,86

The general average of the answers of the public employees about their strategic management understanding was determined as $x=3.58\pm0.87$. When we examine the sub-dimensions, an average of $x=3.60\pm0.96$ was obtained for the resource dimension and an average of $x=3.56\pm0.86$ for the environment dimension. According to these results, the strategic management perceptions of public employees are high.

Table 5: The averages and standard deviation results obtained for the merit scale.

	N	AVG	SD
Merit Scale	361	3,73	0,94
MeritDimension	361	3,68	1,02
TrainingDimension	361	3,74	0,99
AssignmentDimension	361	3,79	0,99
Evaluation Dimension	361	3,72	1,06

The general average of the answers of the public employees regarding their understanding of merit was determined as $x=3.73\pm0.94$. Looking at the averages of the sub-dimensions, an average of $x=3.68\pm1.02$ was obtained for the merit dimension, $x=3.74\pm0.99$ for the training dimension, $x=3.79\pm0.99$ for the assignment dimension, and $x=3.72\pm1.06$ for the evaluation dimension. Thus, showing that the understanding of the merit of public employees is also at a high level.

Table 6: The results of the One-Way ANOVA Test comparing strategic management and merit understandings by the service period variable.

	Service Period	N	AVG	SD	F	P	Difference
Resource	0-1 years	21	3,78	0,72	9,901	0,000**	
	2-5 years	84	3,85	0,92			1 > 5
	6-10years	122	3,81	0,87			2 > 5
	11-15 years	103	3,28	0,99			3 > 5
	16 years and above	31	2,99	1,01			2 > 4
							3 > 4

Environment	0-1 years	21	3,67	0,85	8,694	0,000**	2 > 4 2 > 5 3 > 4 3 > 5
	2-5 years	84	3,77	0,72			
	6-10 years	122	3,75	0,82			
	11-15 years	103	3,27	0,89			
	16 years and above	31	3,08	0,88			
Strategic Management	0-1 years	21	3,73	0,78	10,392	0,000**	1 > 5 2 > 5 3 > 5 2 > 4 3 > 4
	2-5 years	84	3,81	0,75			
	6-10 years	122	3,78	0,79			
	11-15 years	103	3,28	0,91			
	16 years and above	31	3,04	0,89			
Merit	0-1 years	21	3,66	0,99	8,522	0,000**	2 > 4 2 > 5 3 > 4 3 > 5
	2-5 years	84	3,91	0,94			
	6-10 years	122	3,92	0,92			
	11-15 years	103	3,40	1,05			
	16 years and above	31	3,02	1,11			
Training	0-1 years	21	3,77	0,72	9,915	0,000**	2 > 4 2 > 5 3 > 4 3 > 5
	2-5 years	84	4,04	0,88			
	6-10 years	122	3,96	0,89			
	11-15 years	103	3,42	1,03			
	16 years and above	31	3,14	1,11			
Assignment	0-1 years	21	3,70	0,94	5,019	0,001**	2 > 4 2 > 5 3 > 4 3 > 5
	2-5 years	84	4,00	0,92			
	6-10 years	122	3,96	0,96			
	11-15 years	103	3,55	1,00			
	16 years and above	31	3,38	1,06			
Evaluation	0-1 years	21	3,76	0,83	9,876	0,000**	2 > 4 2 > 5 3 > 4
	2-5 years	84	4,11	0,93			
	6-10 years	122	3,90	0,93			
	11-15 years	103	3,28	1,15			
	16 years and above	31	3,38	1,08			
Merit Avg.	0-1 years	21	3,72	0,75	9,215	0,000**	2 > 4 2 > 5 3 > 4 3 > 5
	2-5 years	84	4,02	0,85			
	6-10 years	122	3,94	0,86			
	11-15 years	103	3,41	0,99			
	16 years and above	31	3,23	1,02			

** Indicates a significant difference at the $P < 0.05$ level.

The results of the One-Way ANOVA test, in which we evaluated the strategic management and merit understanding of public employees by their service periods, are given in Table 6. According to the examination of the results of the general averages and sub-dimensions of the strategic management scale, the strategic management understanding of the employees with a service period of over 16 years is at a lower level than the employees in the group with 0-1 years, 2-5 years and 6-10 years of service. Similarly, employees with 11-15 years of service have a lower level of strategic management understanding than those in the group with 2-5 years and 6-10 years of service ($p < 0.05$). As per the examination of the results of the merit scale, the employees in the group with 2-5 years and with 6-10 years of service have a higher level of merit understanding with a significant difference compared to the employees in the group with 11-15 years of service and over 16 years of service ($p < 0.05$).

Table 7: The correlation analysis results showing the relationship between strategic management and merit understandings.

		Merit	Training	Assignment	Evaluation	Merit Average
Resource	PearsonCorrelation	,786**	,794**	,688**	,698**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	361	361	361	361	361
Environment	PearsonCorrelation	,754**	,709**	,621**	,609**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	361	361	361	361	361
Strategic Management	PearsonCorrelation	,810**	,792**	,690**	,689**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	361	361	361	361	361

** The correlation is significant at the two-way 0.01 level.

The Pearson correlation coefficient was examined in the correlation analysis performed to determine the relationship between the strategic management understanding and the merit understanding of the public employees. Also, the results are given in Table 7. Accordingly, there is a strong positive correlation ($r=0.800$ $p=0.000$) between the general averages of the strategic management scale and the merit scale. In addition, a strong positive correlation was observed between the resource dimension of the strategic management scale and the general average of the merit scale and its sub-dimensions. Similarly, a strong positive correlation was observed between the environment dimension of the strategic management scale and the general average of the merit scale and its sub-dimensions. Consequently, as public employees' understanding of strategic management increases, their merit understanding also remarkably increases.

CONCLUSION

According to Table 3, where the demographic information of the sample group is given, 30.7% of the public employees participating in the research are over the age of 22-23, and 40.2% are over the age of 24.39.6% of the participants were female and 60.4% were male. Considering the lengths of service, 23.3% of the participants have 2.5 years, 33.8% have 6-10 years, and 28.5% have 11-15 years of service. 25.5% of public employees stated that they prefer to read books and go to the cinema/theatre in their spare time, 31.9% prefer to visit historical places and 17.2% prefer to go to entertainment venues. When looking at the educational status, it was seen that 66.5% of the employees were undergraduate graduates, and 20.8% of them were high school graduates. 25.2% of public employees defined themselves as quiet, 39.1% as social and extroverted, 20.8% as hyperactive, and 15.0% as nervous. Of the public employees participating in the research, 66.8% work as civil servants/experts, 16.1% on a contractual basis, 11.6% on supervisor staff, and 5.5% on management staff.

The general average of the answers of the public employees participating in the research about their strategic management understanding was determined as $x=3.58\pm0.87$. After looking at the sub-dimensions, $x=3.60\pm0.96$ mean in the source dimension and $x=3.56\pm0.86$ mean in the perimeter dimension were obtained. Thus, we can say that the strategic management perceptions of public employees are at a high level.

When looking at the general results of the answers of the public employees participating in the research regarding their understanding of merit, we can say that the merit understanding of public employees is also at a high level according to the results of the merit dimension, the training dimension, the assignment dimension, and the evaluation dimension.

When we look at the results obtained from the One-Way Anova test, in which we evaluated the strategic management and merit understanding of public employees according to their length of service, it was seen that the strategic management understanding of the employees with a service period of more than 16 years was lower than the employees in the group with a service period of 0-1 year, 2-5 years and 6-10 years. Likewise, observations show that employees with 11-15 years of service have a lower level of strategic management understanding than those in the group with 2-5 years and 6-10 years of service. When the results obtained from the merit scale were examined, it was seen that the employees in the group with 2-5 years of service and the employees in the group with 6-10 years of service have a higher level of merit understanding than the employees in the group with a service period of 11-15 years and above 16 years, by a significant margin.

The Pearson correlation coefficient was examined in the correlation analysis performed to determine the relationship between the strategic management understanding and the merit understanding of the public employees participating in the research, and according to the results, it was seen that there was a very high level of positive correlation between the general average of the strategic management scale and the general average of the merit scale. A high degree of positive correlation was observed between the resource dimension of the strategic management scale and the sub-dimensions and the general average of the merit scale. Similarly, a high level of positive correlation was observed between the environmental dimension of the strategic management scale and the sub-dimensions and general average of the merit scale. Accordingly, we can say that as public employees' understanding of strategic management increases, their understanding of merit also increases at a high level.

REFERENCES

- Arseven, A.D. (2001). *Field Research Methods Principles, Techniques, Examples*, 2nd edn, Gunduz Education and Publishing, Ankara.
- Bagci, T. & Kaymakci T. (2019). Strategic Management Practices organization Over Employee Ownership Effects on Performance: A Research On Private Institutions Providing High School And Middle School Education in İstanbul. *Third Sector Social Economic Review*, 56 (4): 2335-2354. DOI: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.21.10.1657
- Bilgin Demir, I. (2015). "A Research on the Information and Usage Level of Strategic Management Tools in Healthcare Organizations", (Unpublished PhD. Thesis), Institute of Social Sciences, Hacettepe University, Ankara.
- Dincer, O. (2003). *Strategic Management and Business Policy*, Beta Publishing.
- Dincer, O. (2013). *Strategic Management and Business Policy*, 9nd edn, Alfa Publishing.
- Gok, R. (2017). "The Examination of Meritocracy and Merit Based Administrator Training, Appointment, Evaluation System and The Qualifications of Capable Administrator In The Turkish Education System: A Mixed Typed Study", (Unpublished PhD. Thesis), Institute of Educational Sciences, Akdeniz University, Antalya.
- Guclu, N. (2003). *Strategic Management*, Journal of Gazi University Gazi Education Faculty, 23(2), 61-85.
- Guler, B.A. (2013). *Public Staff System and Management*, Imge Publishing.
- Hobbes, T. (2007). *Leviathan*, Semih Lim (trans.), 6th edn, Yapi Kredi Publications.
- Kara, E. (2020). The Function of the Social Service Workforce during the COVID-19 Pandemic in Disadvantaged Groups. *Turkish Journal of Social Work Research*, 4(1), 28-34.
- Karaca, N., Aksakal, E. & Kılıç C. (2020). Covid-19 Epidemic in The Family Social Impacts it Rise in Turkey, *Current Perspectives in Social Sciences*, 24 (4), 1811-1831.
- Kayar Celik, B. (2019). "Strategic Management in Organizations and Strategic Management Perception of Managers: The Case of Kırşehir Province", (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Karamanoglu Mehmet Bey University, Karaman.
- Kilci, H. (2013). "Strategic Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises: A Study on Manufacturing KOBİ's in Tokat Province", (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Gaziosmanpaşa University, Tokat.
- Ozgur, G. (2007). "Strategic Management in Denizli KOBİ's", (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Pamukkale University, Denizli.
- Presidential Strategy and Budget Department, (2004). <http://www.sp.gov.tr/tr/html/56/Kamuda+Stratejik+Yonetim/> [21.12.2021].
- Seker, H. (2012). "A Study on the Application of Strategic Management in Public Administration and Şanlıurfa Example", (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Harran University, Şanlıurfa.
- Sucu, M.E. (2010). "Strategic Management and A Research in KOBİ's". (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Pamukkale University, Denizli.
- Tastan, N. (2006). *Conflict Resolution Education and Peer Mediation. Series of Applied Group Guidance Programs*. Ankara: PDR Association. 1st edn Nobel Publishing, Ankara.
- Tuncer, M. (2017). "Strategic Human Resources Management and Principle of Merit: Example of Ege University Faculty of Medicine", (Unpublished Master's Thesis), Institute of Social Sciences, Katip Celebi University, İzmir.
- Turkish Language Society (2021). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts [14.09.2021].
- Tortop, N. (1999). *Local Authorities*, Yargi Publishing.
- Tortop, N. (2007). *Human Resources Management*, Nobel Publishing.
- Ulgen H. & Mirze, K. (2004). *Strategic Management*, Literature Publishing.
- Yazici, G. (2009). The Concepts of Competence and Merit in Mevlana's Masnavi, *Turkish Studies-International Periodical For the Languages Literature and History of Turkish or Turkic*, 4 (7), 928-938.
- Yuksel, O. (1998). *Human Resources Management*, Gazi Publishing.

Toplumsal Bir Güç Olarak Sosyal Sermayenin Etkisi: Mamak ve Çankaya İlçelerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz¹

The Impact of Social Capital as A Social Power: A Comperative Analysis in Mamak and Çankaya Districts

Nurgül BAŞARAN *
Abdulkadir DEVELİ **

ÖZ

Bireyler arası sosyal ağlar, güven, norm, karşılıklılık gibi değerler ve sivil katılım, dayanışma gibi pratiklerden meydana gelen sosyal sermaye, her toplum için kolektif yaşama yön veren önemli bir kaynak konumundadır. Sosyal sermayenin toplumsal ilişkilerin şekillendiği yakın sosyal çevrede araştırılmasına odaklanılan bu çalışmada, eğitim durumu ve gelir düzeyi gibi demografik değişkenleri bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye üzerindeki etkisi, Ankara ili Çankaya ve Mamak İlçelerinde karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Araştırmada ortaya çıkan bulgular ışığında, bilhassa kurumsal olan ve kurumsal olmayan güven boyutu, ikamet edilmekte olan ilçe, eğitim durumu ve gelir düzeyleri açısından dikkat çekici farklılaşmalara neden olmaktadır. Söz konusu farklılaşmanın, sosyal sermayeye anlamlı şekilde etki ettiği ve Mamak'ta ikamet edenlerin, Çankaya'da ikamet etmekte olanlara göre daha yüksek sosyal sermaye skoru elde etmesini sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim bağlamında bakıldığında, eğitim seviyesi yükseldikçe ters orantılı olarak sosyal sermaye skorlarının azaldığı görülmüştür. Kurumsal sivil katılımının ise ilçeler bazında kurumların yapısı açısından değişkenlik gösterdiği gözlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Sosyal Sermaye, Güven, Sivil Katılım, Sosyal Ağlar

ABSTRACT

Social capital, which consists of interpersonal social networks, values such as trust, norms and reciprocity, and practices such as civic participation and solidarity, is an important resource that directs the collective life for every society. In this study, which focuses on the investigation of social capital in the immediate social environment where social relations are shaped, the effects of demographic variables such as education status and income level on the social capital of individuals were examined comparatively in Çankaya and Mamak Districts of Ankara province. In the light of the findings of the research, especially the institutional and non-institutional trust dimensions cause remarkable differences in terms of the district of residence, educational status and income levels. It has been concluded that the said differentiation has a significant effect on social capital and enables those residing in Mamak to achieve higher social capital scores than those residing in Çankaya. In the context of education, it was seen that social capital scores decreased inversely as the level of education increased. It has been observed that institutional civic participation varies in terms of the structure of institutions on the basis of districts.

KEYWORDS

Social Capital, Trust, Civic Participation, Social Networks

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 29.09.2022		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 01.12.2022
Atıf	Başaran, N. ve Develi, A. (2023). Toplumsal Bir Güç Olarak Sosyal Sermayenin Etkisi: Mamak ve Çankaya İlçelerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 139-154.	

¹ Bu çalışma Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Politikalar Ana Bilim Dalında hazırlanan “Refah Devletinin Yeniden Yapılandırılmasında Alternatif Arayışları: Toplumsal Bir Güç Olarak Sosyal Sermaye Yaklaşımının Etkisi” isimli doktora tezinden türetilmiştir.

* Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, nurgulguncy@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6174-8042

** Prof. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Hizmet, adeveli@ybu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7800-0225

GİRİŞ

20. yüzyılın tamamını kapsayan tarım toplumundan endüstri toplumuna geçişin etkisiyle yaşanan sosyal evrim, şüphesiz ki içerisinde bulunduğumuz endüstri toplumundan dinamik ve teknolojik yeniliklere açık bir ekonomik sistemi içeren bilgi toplumuna geçişte de farklı formlara dönüşerek devam edecektir. İnsanlık tarihinde değişmeyecek önemli mihenk taşlarından biri de, insanların doğaları gereği temel dürtülerinin, onları topluluklar olarak bir arada tutan normlar, sosyal ağlar ve etik kurallar oluşturmaya iten sosyal varlıklar olduğudur. Hangi toplum düzeninde olursa olsun bireyler öteki ve toplumla olan ilişkisinde köklerinden aldığı bu sosyal mirastan beslenmeye devam edecektir.

Levinas, kendine karşı tutarlı olmak (constance à soi) erdeminin başkalarına karşı sorumluluk hissetmek şeklinde toplumsal bir boyutunun da olması gerektiğini iddia etmekte ve şu şekilde açıklamaktadır:

“Benim kendime verdiğim değer, diğer insanların bana ne kadar güvendiğini de içerir ve bana güvenen – ve bana ihtiyaç duyduğunu ya da bir gün benimde onlara ihtiyaç duyacağını bildiğim- insanların varlığı topluma karşı sorumluluk bilinciyle davranmam gerektiğini söyler”.

Bireyin karakterini ilgilendiren “Bana kim ihtiyaç duyuyor?” sorusu modern kapitalizmde yoğun saldırı altındadır. Çünkü aşırı bireyselleşme ve ekonomik sistem kişilere kayıtsızlık aşılamaktadır. Rekabetin körüklediği güvensizlik ve kayıtsızlık ise insanın önemli olduğu ve başkalarına yararlı olduğu duygusunu apaçık baltalamaktadır. Bu durum beraberinde Sennet’in karakter aşınması dediği şeyi getirmektedir. İnsan karakteri, deneyimlerimizin uzun vadeli olması ve başkalarıyla olan etkileşimlerimize yüklediğimiz etik değerler sonucu oluşur. Karakter, içsel bütünlük, ilişkilerde karşılıklı bağlılık ve uzun vadeli hedefler için çaba harcamak biçiminde kendini gösterir. Özellikle kapitalizm ise güvenmeyi, başkasına bağlı olmayı karlı bulmaz (Sennet, 2008:153).

Habermas’ın yaşam dünyası dediği toplumun sosyal ve kültürel alanını imleyen yapının; kültür, toplum ve kişilik olmak üzere üç yapısal unsuru bulunmaktadır. Bireyler durumlarını karşılıklı olarak anladıkça ve anlaştıkça, kültürel bir gelenek paylaşmakta, kabul gören normlarla eylemlerini koordine ettikleri sürece, dayanışmacı bir sosyal grubun üyeleri olarak eylemde bulunmuş olmaktadırlar. Bireyler bir kültürel gelenekte büyüdükçe ve grup yaşamına katıldıkça, değer yönelimlerini içselleştirecek, genel eylem yeterliliklerini kazanacak ve bu sayede bireysel ve toplumsal kimliklerini geliştireceklerdir (Cohen ve Arato, 2013: 383).

Modern toplumlar çeşitli kimlik ve kültürel üyeliği kabul eden birbiriyle örtüşmüş sayılabilecek çok sayıda sosyal gruptan oluşmaktadır. Farklı kültürel alt yapılardan gelen birçok grup mensubunun bir araya gelerek ve birbirlerine güvenerek iş birliği yapabilmeleri demokratik toplumların en önemli özelliği ola gelmiştir.

Yine Habermas’a göre devletin, kurumları ve bürokrasiyi tanımladığı sistem dünyasına gerekenden fazla müdahalesi, yaşam dünyasının doğasını bozmaktadır hatta onu sömürgeleştirmektedir. Bu durumu modernite krizi olarak niteleyen Habermas, yaşam dünyasının “iletişim eyleminde bulunan insanların, içerisinde ortak yaşama ilişkin pratik sorunların müzakere edildiği demokratik kurumların alanı” olduğunu ve toplumsal kalkınmaya enformel kurumların desteklenmesinin ve sürdürülmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır (Torun, 2018).

Özellikle 90’lardan sonra kalkınma ve toplumsal gelişmede yeniden keşfedilmiş bir kavram olan sosyal sermaye yaklaşımı “kollektif çalışma ve sosyal etkileşimler sayesinde karşılıklı yarar elde etme, toplumsal hayata aktif katılım sonucu sağlıklı toplumların oluşturulması” şeklinde tanımlanabilmektedir (Baum vd., 2000).

Sosyal sermayenin gördüğü bu ilgi, aslında tüm toplumların köklerinde var olan ve açığa çıkarılabilmesi halinde pek çok sosyal, politik ve ekonomik soruna çözüm alternatifi olabilecek oluşundan kaynaklanmaktadır.

1. SOSYAL SERMAYE

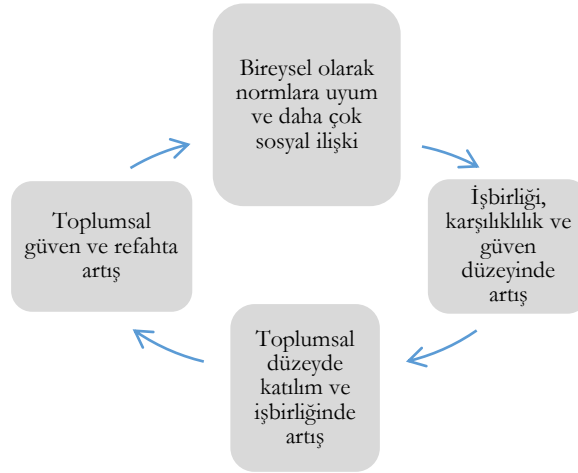
Putnam sosyal sermayeyi toplumu oluşturan bireyler arasındaki bir takım yatay birliktelikler olarak kabul eder ve sosyal grupların etkileşimi ve verimliliği açısından etkili olan normlar ve sivil katılımın düzeyiyle bağlantılı olarak ele alır. Ekonomik çıktılara da katkı sağlayan sosyal sermayenin en önemli yanı taraflar için karşılıklı faydaya ulaşmak adına uyum ve iş birliğini kolaylaştırmasıdır (Putnam vd., 1993).

Fukuyama’nın çalışmalarında toplumsal bir güce dönüştürülebilme özelliğine atıfla ‘toplumsal sermaye’ şeklinde kullanılan sosyal sermayenin yüksek olarak ortaya çıktığı bölgelerde güvenin, adaletin ve toplumsal hoşgörünün daha yüksek olduğu dolayısıyla da bürokrasinin daha az seviyelerde seyrettiği vurgulanmaktadır (Fukuyama, 1998: 38). Sonuçta, bireylerin sosyal ağlara katılmaya daha istekli olması nedeniyle kolektif eylemin ve etkileşimin artması da sosyal sermayenin yeniden üretilmesi sonucunu doğurmaktadır.

Lin’e göre günümüz rasyonel bireyi için sosyal sermayenin arkasındaki itici güç beklenen getirilerine binaen sosyal etkileşime yapılan yatırımdır (Lin, 1999). Şekil 1’de de özetlendiği haliyle toplumsal normlara uyum ve sosyal ağlara katılım bilgiye erişimi kolaylaştırarak bireye fırsatlar sağlayabilmektedir. Yanı sıra

tanınırlık bazı ağlara katılımın kapısını daha kolay aralamaya imkân vermesi açısından sosyal sermayenin önemli bir bireysel getirisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bahsi geçen ağlarda barınabilme ise sosyal güveni geliştirmeye katkı sağlamaktadır. Tüm bu bireysel adımlardan sonra kimliği ve tanınmayı güçlendiren sosyal ilişkiler bireyin ortak çıkar ve kaynakları kullanan bir grubun üyesi olması açısından kolektif bir noktaya vararak toplumsal bir güç haline gelir ve bu noktada sosyal sermaye bir nevi kamu malına dönüşmektedir. Döngüsel bir yapı arz eden bu kaynak, sağlıklı bir biçimde tekrarlanabildiğinde sürdürülebilir kalmaktadır.

Şekil 1: Sosyal Sermayenin Döngüsel Yapısı



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal sermaye, karşılıklılık, ortak değer ve kurumlara dayalı sosyal bir olgu olarak, iş birliğini ilerleten ortak eylem için altyapı oluşturan, öğrenmenin kolektif süreçlerini iyileştiren, bölgesel düzeyde rekabet ve yenilikçilik için bilgi üretimi, dağıtımı ve transferi adına önemli bir rol üstlenen bir yapıya sahiptir (Altan, 2007). Buradan hareketle bu tez kapsamında, sosyal inovasyon stratejilerini ve sosyal politikaları teşvik eden özellikleri dolayısıyla sosyal ağlar içinde gelişen etkileşimlerin potansiyel kapasitesine referansla kullanılmıştır.

Kolay elde edilebilecek sayısal veriler olan oy kullanma, kurumsal sivil katılım verileri gibi formel bilgiler toplumun sosyal sermayesini ortaya koyan belirgin göstergeler olmakla birlikte, her farklı kültürden topluluğun aile kurumundan sonraki önemli enformel yapılardan olan komşuluk ve arkadaşlık gibi en yakın çemberdeki ilişkileri özellikle sosyal güveni ilk elden besleyen ya da baltalayan bağlar olmaları dolayısıyla incelenmeyi hak etmektedir. Putnam'ın ölçeğinde 'Hangi sıklıkla akşamlarınızı komşularınızla geçirirsiniz?' sorusu böyle bir temele dayandırılmaktadır. Putnam bu konuyla ilgili komşuyla ilişki sürelerinin azalması sonucu toplumun sosyal sermayesinde düşüşe neden olduğu iddiasını bireyselleşmenin aşırı pohpohlanması sonucu bireylerin boş zamanlarını giderek teknolojiye kaptırmaları argümanı ile açıklamaktadır. Onun 90'ların sonunda televizyonla cisimleştirdiği teknoloji günümüzde çok geniş bir yelpazeye ulaşmış, televizyonun devam eden etkisine birçok sosyal medya ve sanal gerçeklik teknolojileri eklenmiştir.

Önemli sosyal sorunlar olan ve bireyselleşmenin getirisi bencillik, ötekileştirme ve sorumluluk almaktan kaçınma eğilimlerinin toplumun kaynağında depolanan sosyal sermaye yoluyla çözüleceği inancı bu çalışmanın motivasyon kaynağını oluşturmaktadır.

2. SOSYAL SERMAYENİN GÖSTERGELERİ

Toplumun birimleri ve grupları ile kurulan ilişki biçimleri doğrultusunda çeşitli göstergelere yapılacak yatırımlarla, sosyal sermaye düzeyinde artış sağlanabilmektedir. Bu göstergeleri Putnam'a atıfla; güven, destekleyici sosyal ağlar, karşılıklılığı içeren norm ve bunların getirdiği yükümlülükler ve iş birliği şeklinde sıralamak mümkündür. Tüm bu göstergeler, etkileşim içinde birbirlerini pekiştirmektedir (Putnam, 1993a). Foley ve Edwards'a göre ne genel anlamıyla kaynaklar, güven ve karşılıklılık gibi tutum ve normlar; ne de ağ ve kurumlar gibi toplumsal altyapılar kendi başlarına sosyal sermaye olarak anlaşılabılır. Bu yapının bireysel ve ortak eylemleri nasıl kolaylaştırdığını anlamının anahtarı; bu ilişkilerin kullanım değerinin ve

akışkanlığının içinde bulunduğu özgül toplumsal bağlama bağlı olduğunu kabul eden bir sosyal sermaye anlayışıdır (Fine, 2011: 177).

3.1. Sosyal Ağ (Network)

İletişim ağları, sosyal bağlılık için bir temel oluşturmaktadır; çünkü sosyal bağlılık, karşılıklı avantajlar için – yalnızca insanların doğrudan tanıdıklarıyla değil- kişinin diğerleriyle ortaklaşa çalışmasını sağlamaktadır. Fukuyama sosyal ağlar, gayri resmi normları ve değerleri paylaşan bireysel aktörlerden oluşan grupları temsil eden yapılar olarak tanımlamaktadır (Kitapçı, 2017).

İlk bakışta kurallar ve yetkiler, toplumsal ortamı şekillendiren ana unsurlar olarak görünse de çoğu kez insani olguların oluşturduğu dinamikler, kendine has bir karmaşıklıkla ve bazen topluma mensup olanların dahi açıklayamadığı bir şekilde resmi yapının etkinliğini etkiler (Doruk, 2009: 109). Sosyal sermaye de sosyal ilişkilerden beslenen bu kaynağı aktif hale getiren ve her toplumun kendi değer sisteminde içkin olan bu potansiyel gücü kullandığından, sosyal ağlar onun önemli bir bileşenidir. Sosyal yaşam konusunda kolektif duruşu ve yararı oluşturan toplumda depo edilmiş ağısal ilişkiler, sosyal sermayenin kaynağındadır ve bireyler ya da topluluklar bu kaynağı kullandıklarında bir değer ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan ele alındığında sosyal sermaye kavramı kendi başına bir değer olmayıp, kullanım sürecinde değere dönüşmektedir (Akkaş ve Tekir, 2013: 76.) Modern dönemde bireyin topluma yabancılaşması ancak sosyal ağlara dahil olarak önlenabilmektedir.

3.2. Norm

Toplumsal yaşamda, birey ve grupların davranışlarını örgütleyen kurallara ve otoriteyi belirleyen standartlara sosyal norm denir. Bunlar kişilerin sosyal hayatta hareketlerini yönlendiren o topluma ait ortak değerlerle ahengini sağlayan ilkeler bütünüdür (Oktay, 2000: 74). Norm, grup içinde bireyin davranışlarını ya da gruplar arasında ağ iletişim kurallarını belirleyen ve sosyal düzenin oluşturulmasını sağlayan yapılara karşılık gelmektedir. Norm, literatürde sosyal sermayeyi oluşturan bir unsur olarak değerlendirilse de aynı zamanda güven ve karşılığın duygusunun aracı mekanizması olarak da görülebilmektedir (Tüysüz, 2011: 22).

3.3. Güven

Toplumsallaşma sürecinde birey, kendini güvende hissedebileceği bir ortam oluşturma çabasıdadır. Bu anlamda güven herhangi bir grup ya da topluluğun işleyişini verimli hale getirebilen kayganlaştırıcı bir madde olarak nitelendirilebilmektedir (Fukuyama, 2009: 32).

Fukuyama (1998) ve Uslaner (2003)'in kavramsallaştırmaları ile sosyal güven uzun süre aynı mekânı paylaşıp bir arada yaşamaktan kaynaklanan tarihsel bir birikim ve bir kültürün ürünü olarak görülmektedir (Tecim, 2012). Güvenin oluşumunda gündelik yaşamda stresi azaltma yönünde destekleyici olan önemli bir unsur da toplumsal çevredir. Güvenin, üyelerinin ortaklaşa paylaştığı normlara dayalı ve iş birliği yönünde hareket eden bir toplumda oluşması beklenmektedir (Doruk, 2009: 109). Kavramın öncü isimlerinden Coleman ve Putnam da güveni sosyal sermayenin kilit kısmı olarak kabul etmişlerdir.

4. SOSYAL SERMAYENİN ÇEŞİTLERİ

Woolcock'un sosyal sermayenin farklı türlerini birbirinden ayırdığı kategorizasyonuna göre üç çeşit sosyal sermayeden bahsetmek mümkündür (Woolcock, 2001).

4.1. Bağlayıcı-Dayanışmacı (Bonding) Sosyal Sermaye

Aile, komşu veya yakın arkadaş gibi en yakın çemberdeki insanlar arasındaki bağları temsil eden sermayedir. Yatay ağlardan beslenen bu sosyal sermaye, yapısal olarak içe dönüktür ve bireyleri benzer sosyolojik bir mevkiye göre birbirine bağlar. (Field, 2006: 92).

4.2. Köprü Kurucu (Bridging) Sosyal Sermaye

Daha kapsamlı kimlikleri içeren bu tür sosyal sermaye, daha geniş karşılıklılığı olan bir yapı arz etmektedir. Kişileri kendilerinden farklı özellikleri olan ya da uzakta olan tanıdıklara bağlayan bu sermaye çeşidi kişilerin; geliştirici bilgi, iş bulma, eğitim imkânı ve mülk edinme gibi kaynaklara erişimi kolaylaştırabilmektedir (Woolcock, 2001).

Çeşitli sosyal kimlikler ve toplumsal ilişkiler birbiri ile güvene dayalı olarak bağlanır. Toplumsal açıdan değerlendirildiğindeyse bu bağlar, sosyal yapıyı pozitif yönde etkileyerek kurumsallaşmanın artması ve

demokratik değerlerin yaygınlaşmasında katkı sağlar (Akkaş ve Tekir, 2012: 76). Bağlayıcı ve köprü kurucu sosyal sermaye gruplarını birbirinden ayıran özellikler Tablo 1’de daha net özetlenmiştir (Başkak vd, 2009).

Tablo 1: Bağlayıcı ve Köprü Kurucu Sosyal Sermaye Grup Özellikleri Karşılaştırması

Bağlayıcı Sosyal Sermaye Grup Özellikleri	Köprü Kurucu Sosyal Sermaye Grup Özellikleri
Homojen üyelerden oluşur.	Heterojen üyelerden oluşur.
Üyeleri arasında bağ gücü yüksektir.	Üyeleri arasında bağ gücü düşüktür.
Kendisini oluşturan üyeler ona hizmet eder.	Kendisini oluşturan üyelere hizmet eder.
Diğer ağlarla yeni ilişkiler kurmaya istekli değildir.	Diğer ağlarla yeni ilişkiler kurmaya isteklidir.
Kimliğin tamamını işgal etme eğilimindedir.	Kimliği kısmen etkiler.
Dışarda kalanları dışlayıcıdır.	Dışarda kalanları kucaklayıcıdır.

Kaynak: Başkak vd. (2009), Şizofreni etiyolojisinde psiko-sosyal etmenlerin rolü: Antipsikiyatriden gençvevre etkileşimine

4.3. Birleştirici (Bağlantı Kuran) Sosyal Sermaye

Birey ve devlet mekanizması arasındaki ağ ilişkilerini tanımlayan bu sermaye daha makro düzeyde bir noktaya karşılık gelmektedir. Siyasal kültür, yönetim ve sosyal uyum ile ilintili olan birleştirici sermaye, sosyal sermayenin dikey (hiyerarşik) bağlardan elde edilebilen yönüne işaret etmektedir.

Önem arz eden diğer bir nokta ise karşılıklılık ilişkilerinin bireyin hayati ihtiyaçlarını karşılamasından ziyade yeniden dağıtım uygulamalarını şekillendirme ve kaynaklara erişim sürecini yönlendirme açısından katkı yapmasını sağlamaktır (Polanyi, 2017: 32).

5. METEDOLOJİ

Sosyal sermayeye etki eden özellikle sivil katılım pratikleri ve aktif vatandaşlık parametreleri açısından yürütülen fakat toplumsal çözülmenin işaretçisi olarak kabul edilen birçok sosyal norm açısından kötü skorlara sahip Amerika ve Avrupa menşeli sosyal sermaye çalışmalarından farklı olarak, Türkiye’de yürütülecek araştırmalarda, yakın sosyal çevredeki etkileşimlerin de denkleme dahil edilmesi toplumsal bir güç olarak sosyal sermaye stoğuna yatırım yapılabilmesi noktasında ülkemiz açısından önemli bir unsurdur.

İlk bakışta muğlak gibi görünen sosyal sermaye kavramı, literatürde sıklıkla bileşenleri takip edilerek aileye, yakın çevreye, kurumlara güven, sivil toplum kuruluşlarına mensubiyet ve sosyal etkileşim sıklığı gibi gösterge değişkenler aracılığıyla ölçülmeye çalışılmaktadır. Narayan ve Cassidy (2001) ‘A Dimensional Approach to Measuring Social Capital’ adlı raporlarında yapılmış önde gelen sosyal sermaye analizlerinde yola çıkarak, mezo düzeyde sosyal sermaye ölçümü için bir taslak oluşturmuşlardır (Narayan ve Cassidy, 2001). Bu araştırma kapsamında da söz konusu taslak takip edilerek 7’si demografik olmak üzere 35 soruluk bir ölçek dizayn edilmiştir. Araştırmanın etik izni Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 06.01.2022 tarihli ve 36 sayılı kararla verilmiştir. Tüm bu verilerden hareketle araştırmada sosyal sermaye yaklaşımı bakış açısıyla bireylerin toplumsal güven, sosyal ağlara dahil olma ve sivil katılım seviyelerinin Ankara ili özelinde Çankaya ve Mamak ilçeleri karşılaştırmasıyla nicel analiz yöntemiyle değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tespit edilen mahallelerden 476 çalışan anket elde edilmiş ve SPSS 26 İstatistik programında analize tabi tutulmuştur.

6. BULGULAR

6.1. Demografik Bulgular

Demografik veriler açısından bakıldığında, Ankara ilinde yürütülen araştırmada %53 erkek ve %47 kadın katılımcı ankete yanıt verdiği görülmüştür. Çankaya’da ikamet eden katılımcı sayısı 201 iken, Mamak’tan katılımın 275 olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş profiline bakıldığında, %29’unun 35 yaş ve altında olduğu görülürken, %37’sinin 36 ila 42 yaşları arasında, %34’ününse 43 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanlar eğitim seviyesi açısından incelendiğinde ilkökul ya da daha düşük seviyede eğitim almış olanların, tüm katılımcıların %16’sını, ortaokul veya lise mezunu olanların %43’ünü, lisans mezunlarının %34’ünü ve lisansüstü eğitim görmüş olanların %7’sini oluşturduğu belirlenmiştir. %52’sinin ev sahibi olduğu örneklemin %48’ini ise kiracılar oluşturmaktadır. Yine anketi yanıtlayanların %20’si bulunduğu mahallede 1 ila 3 yıldır ikamet ettiğini beyan ederken, %40’ı 4 ila 10 yıl arasında, %40’ı ise 11 yıldan fazla süredir aynı mahallede ikamet ettiğini beyan etmiştir. Gelir açısından analiz edildiğinde, katılımcıların %20’si hanelerine giren aylık gelirin 4.253 TL ya da az olduğunu belirtirken, % 41’i 4 254 TL-

8 500 TL arasında, %13'ü 8 501 TL – 12 750 TL arasında ve %26'sı 12 751 TL veya üzerinde gelire sahip olduğunu beyan etmiştir.

6.2. Verilerin Faktör Ve Normallik Analizleri

Tablo 2: Faktör Yük Değerleri, Ortalama ve Fark Analiz Değerleri

Faktör		Faktör Yüğü	İlçe	Ort. $\bar{x}$	St. Sapma	Fark Analiz Değeri
KURUMSAL GÜVEN	s.30) Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne güven	0,747	Çankaya	2,93	1,37	0,000
			Mamak	3,41	1,29	
			Toplam	3,21	1,34	
	s.31) Mahkemeler ve Adalet Sistemine güven	0,751	Çankaya	2,74	1,34	0,001
			Mamak	3,14	1,33	
			Toplam	2,97	1,35	
	s.32) Orduya güven	0,767	Çankaya	4,12	1,03	0,168
			Mamak	4,25	0,98	
			Toplam	4,19	1,00	
	s.33) Polise güven	0,842	Çankaya	3,78	1,20	0,004
			Mamak	4,08	1,08	
			Toplam	3,95	1,14	
	s.34) Siyasi Partilere güven	0,763	Çankaya	1,97	1,07	0,507
			Mamak	2,04	1,11	
			Toplam	2,01	1,09	
	s.35) Eğitim Kurumlarına güven	0,737	Çankaya	3,12	1,18	0,000
			Mamak	3,61	1,09	
			Toplam	3,40	1,15	
	s.36) Diyanet'e güven	0,796	Çankaya	2,56	1,33	0,000
			Mamak	3,53	1,29	
			Toplam	3,12	1,39	
	s.37) Medyaya güven	0,811	Çankaya	1,98	1,04	0,268
			Mamak	1,86	0,97	
			Toplam	1,91	1,00	
SOSYAL BAĞLILIK VE ETKİLEŞİM	s.13) Mahallemde güvenebileceğim arkadaşlarım /komşularım vardır.	0,753	Çankaya	3,74	1,28	0,072
			Mamak	3,54	1,27	
			Toplam	3,63	1,28	
	s.14) İhtiyacım olduğunda komşularımın yardıma koşacağına inanıyorum.	0,826	Çankaya	3,61	1,32	0,335
			Mamak	3,51	1,28	
			Toplam	3,55	1,30	
	s.15) Gece geç saatte hasta olan yakınım için aracı olan komşularımdan yardım isteyebilirim	0,771	Çankaya	3,68	1,32	0,625
			Mamak	3,62	1,34	
			Toplam	3,65	1,33	
	s.16) Acil bir durum olduğunda mahallemde tanımadığım insanların bile yardıma koşacağına inanırım	0,622	Çankaya	2,98	1,28	0,204
			Mamak	2,84	1,32	
			Toplam	2,90	1,31	
	s.17) Kendimi yaşadığım yerel çevrenin (mahalle, ilçe vb) bir parçası olarak görürüm.	0,633	Çankaya	3,54	1,26	0,131
			Mamak	3,35	1,32	
			Toplam	3,43	1,30	
	s.18) Komşularımın, tutum ve davranışlarını hakkında ne düşündüğünü önemserim.	0,579	Çankaya	3,45	1,31	0,139
			Mamak	3,61	1,34	
			Toplam	3,54	1,33	
	s.19) Komşularımı belirli aralıklarla ziyaret ederim, hâl hatır sorarım	0,794	Çankaya	3,12	1,32	0,194
			Mamak	3,28	1,28	
			Toplam	3,22	1,30	
	S.20) Komşularım beni belirli aralıklarla ziyaret eder, halimi hatırımı sorarlar.	0,807	Çankaya	3,01	1,30	0,093
			Mamak	3,22	1,32	
			Toplam	3,13	1,31	
	s.21) Gerekli durumlarda (düğün, cenaze vb. özel günler) komşularıyla bir araya gelip birbirimize yardım ederiz.	0,681	Çankaya	3,30	1,29	0,047
			Mamak	3,53	1,31	
			Toplam	3,13	1,31	

KURUMSAL OLMAYAN GÜVEN	s.28) Aile üyelerine güven	0,773	Çankaya	4,63	0,75	0,894
			Mamak	4,65	0,66	
			Toplam	4,64	0,70	
	s.29) Akrabalara güven	0,750	Çankaya	3,40	1,13	0,214
			Mamak	3,32	1,07	
			Toplam	3,35	1,10	
YEREL DAYANIŞMA TOPLULUKLARINA DESTEK ALGISI	s.22) Mahalledeki herhangi bir sorunun, insanların bir araya gelmesiyle çözüleceğine inanırım.	0,600	Çankaya	3,50	1,23	0,557
			Mamak	3,53	1,35	
			Toplam	3,52	1,30	
	s.23) Mahalledeki ihtiyaçların giderilmesi ve sorunların çözümüne dair oluşturulacak gönüllü birlikteliklere emeğimle destek olabilirim.	0,794	Çankaya	3,66	1,11	0,590
			Mamak	3,69	1,22	
			Toplam	3,68	1,17	
	s.24) Mahalledeki ihtiyaçların giderilmesi ve sorunların çözümüne dair oluşturulacak gönüllü birlikteliklere maddi destek sağlayabilirim	0,754	Çankaya	3,19	1,20	0,000
			Mamak	2,80	1,26	
			Toplam	2,96	1,25	
	s.25) Mahalledeki problemlerin çözülmesi için gönüllü birliktelikler kurabilirim.	0,763	Çankaya	2,99	1,28	0,875
			Mamak	3,01	1,33	
			Toplam	3,00	1,31	
	s.47) Toplumsal sorunların çözümünde katkı olabileceğini düşünüyorum	0,528	Çankaya	3,76	0,78	0,36
			Mamak	3,70	0,84	
			Toplam	3,73	0,81	

Anketin içerdiği 26 likert tipi maddeye Keşfedici Faktör Analizi yapılarak; faktör yükü 0,5’den küçük olan s12 ve s26 maddeleri analiz dışı bırakılmıştır. Sonuçta toplam varyansın %63’ünü açıklayan 5 alt boyut elde edilmiştir. Literatürde konuyla ilgili kabul görmüş araştırma sorularını içeren, Dünya Değerler Araştırması’ndan alınan kurumsal güven soru grubunun ayrıştığı iki alt boyutun ağırlıklandırılarak faktör birleştirilmesi yapılmıştır.

Anket çalışmalarında ölçeğin tabi tutulması gereken sorularının iç tutarlılığının saptanması yani güvenilirlik analizi sonunda elde edilen Cronbach’s Alfa (R_2), anket sorularının analizinde parametrik testlerin uygunluğunu tespit etmeye yönelik normallik testi Verilerimizin normal dağılıp dağılmadığını test etmek içinse literatürde sıklıkla başvurulmuş Kolmogorov Smirnov ve varyanslarının homojenliğinin test edildiği Levene Testi değerleri tabloda görülmektedir. Buna göre ölçek maddelerinin iç tutarlılığı, oldukça güvenilir ya da yüksek güvenilirlik seviyesinde tespit edilmiştir ($0,60 < R_2 < 0,80$ – oldukça güvenilir; $0,80 < R_2 < 1,00$ – yüksek güvenilirlik, Yıldız&Uzunsakal,2018). Elde edilen bu sonuç araştırma ölçeğinin geçerli ve güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

Verilerin normal dağılıma uygunluğunun ölçüldüğü Kolmogorov Smirnov Test sonuçlarına göre normal dağılıma uygunluk varsayımı doğrultusunda kurulan (H_0 , null hipotezi), tüm faktör boyutları için 0,05 anlamlılık düzeyinde red edilerek, veri setinin normal dağılmadığı tespit edilmiştir.

Parametrik test uygulanabilirliğinin üç varsayımından biri olan Levene Testinde, grup varyanslarının homojen olduğu şeklindeki H_0 hipotezi tüm alt boyutlar için kabul edilmiştir. Yani sıra, bir diğer varsayım olan n örneklem sayısının 30’dan fazla olması gerektiği varsayımı $N=476 > 30$ olduğundan sağlanmaktadır. Fakat analiz sonuçları doğrultusunda, her üç varsayımı aynı anda sağlamayan faktör boyutlarının analizinde parametrik olmayan testlerin uygulanması sonucu elde edilmektedir.

Tablo 3: Faktörlerin Güvenilirlik, Normallik ve Varyans Homojenliği Test Değerleri

Faktör	Cronbach’s Alpha Değeri	Kolmogorow Smirnov Değeri	Levene Test Değeri
Sosyal Bağlılık ve Etkileşim	0,901	0,001	0,866
Kurumsal Güven	0,870	0,006	0,678
Kurumsal Olmayan Güven	0,613	0,042	0,813
Yerel Dayanışma Topluluklarına Destek	0,797	0,000	0,351
Sosyal Sermaye Genel Skoru	0,889	0,009	0,105

6.3. Faktör Skorlarının Hipotez Testleri Bulguları

Araştırma ölçeğinde katılımcılara yöneltilen yargılar demografik bilgiler bölümündeki ikamet edilen ilçe, eğitim seviyesi ve gelir düzeyi kontrol değişkenleri açısından analize tabi tutulmuştur. Görüşlerin bu değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleriyle tespit edilmiştir. Araştırmamızı yönlendiren boş hipotezlerimiz ve bulgular tablodaki gibidir:

Tablo 4: İlçe – Faktör Boyutları Hipotez Testleri

Hipotez	Mann Whitney U Anlamlılık Değeri	Hipotez Sonucu
H_0 : Sosyal bağlılık ve etkileşim boyutu üzerinde ikamet edilen ilçe açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,487	Kabul
H_0 : Kurumsal güven boyutu üzerinde ikamet edilen ilçe açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,000	Red
H_0 : Kurumsal olmayan güven boyutu üzerinde ilçe açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,023	Red
H_0 : Yerel dayanışma topluluklarına destek algısı üzerinde ilçe açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,972	Kabul

*p 0,05 anlamlılık düzeyinde

Tablo 4’te görüldüğü gibi faktör boyutlarının ilçeler açısından farklılık gösterip göstermediğinin analiz edildiği hipotez testleri sonuçlarına göre, kurumsal ve kurumsal olmayan güven boyutu için kurulan hipotezler red edilmiş, söz konusu faktörlerin üzerinde ilçenin anlamlı bir farklılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Eğitim Seviyesi – Faktör Boyutları Hipotez Testleri

Hipotez	Kruskal Wallis Anlamlılık Değeri	Hipotez Sonucu
H_0 : Sosyal bağlılık ve etkileşim boyutu üzerinde bireylerin eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,335	Kabul
H_0 : Kurumsal güven boyutu üzerinde katılımcıların eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,000	Red
H_0 : Kurumsal olmayan güven boyutu üzerinde eğitim düzeyi anlamlı bir fark yoktur.	0,037	Red
H_0 : Yerel dayanışma topluluklarına destek algısı üzerinde eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,757	Kabul

*p 0,05 anlamlılık düzeyinde

Katılımcıların eğitim seviyesi açısından analize tabi tutulan faktör boyutlarından sosyal bağlılık ve etkileşim ve yerel dayanışma topluluklarına destek algısı boyutları için kurulan H_0 hipotezleri kabul edilerek eğitim seviyesinin bu boyutlar üzerinde anlamlı bir farklılaşmaya sebep olmadığı saptanmıştır. Aynı şekilde, kurumsal ve kurumsal olmayan güven boyutuyla eğitim seviyesi arasında ilişkinin sınanması için kurulan hipotezler red edilmiş, eğitim seviyesi ile her iki güven faktörü arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Tablo 6’da gösterilen, bireylerin gelir düzeyi ile faktör boyutları arasındaki ilişkinin test edildiği Kruskal Wallis Testi sonucu, kurumsal güven ve yerel dayanışma topluluklarına destek algısı hipotezleri red edilmiştir. Bu faktör boyutları üzerinde katılımcıların gelir düzeyinin anlamlı bir farklılaşmaya sebep olduğu saptanmıştır. Fakat sosyal bağlılık ve etkileşim ve kurumsal olmayan güven faktörü için kurulan hipotezler kabul edilmiş bu yüzden gelir seviyesi ile ilgili faktörler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilememektedir.

Tablo 6: Gelir Düzeyi – Faktör Boyutları Hipotez Testleri

Hipotez	Kruskal Wallis Anlamlılık Değeri	Hipotez Sonucu
H_0 : Sosyal bağlılık ve etkileşim boyutu üzerinde katılımcıların gelir seviyesi açısından anlamlı bir fark yoktur.	0,220	Kabul
H_0 : Kurumsal güven boyutu üzerinde katılımcıların gelir seviyesi açısından anlamlı bir fark yoktur	0,000	Red
H_0 : Kurumsal olmayan güven boyutu üzerinde gelir seviyesi anlamlı bir fark yoktur.	0,227	Kabul
H_0 : Yerel dayanışma topluluklarına destek algısı üzerinde gelir seviyesi anlamlı bir fark yoktur.	0,022	Red

*p 0,05 anlamlılık düzeyinde

6.4. Sosyal Sermaye Skoru ve İlçe, Eğitim, Gelir Regresyon Analizi

Bu bölümde regresyon analizi yardımıyla bağımsız değişkenler olarak denkleme dahil edilen ilçe, eğitim ve gelir değişkenlerinin bağımsız değişken olarak belirlenen faktör skorlarının birleştirilmesinden elde edilen sosyal sermaye skoru üzerindeki etkisi detaylı incelenmeye çalışılacaktır. Regresyon analizinin standart varsayımları veri seti için sınanmıştır;

- Doğrusal ilişkinin varlığı,
- Anlamlı uç değer olmaması,
- Hataların normal dağılması,
- Eş varyanslılığın varlığı sınanmış ve veri setimizin regresyon analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Sosyal Sermaye Skoru ve İlçe, Eğitim, Gelir Regresyon Analizi

	B	Beta	t	Sig.
Bağımlı Değişken Y= Sosyal Sermaye Skor				
İlçe $R^2=,009$ Model F=4,233 Sig.=0,040				
Sabit	-0,75		-1,56	0,11
İlçe (Mamak)	1,31	0,09	2,05	0,04
Eğitim $R^2= ,036$ Model F=5,79 Sig.=0,001				
Sabit	1,82		2,37	0,01
Eğitim2düzey (Eğitim 1düzey)	-1,11	-0,08	-1,22	0,22
Eğitim3düzey (Eğitim 1düzey)	-3,44	-0,10	-3,66	0,00
Eğitim4düzey (Eğitim 1düzey)	-2,67	-0,23	-1,92	0,04
Gelir $R^2= ,017$ Model F=2,79 Sig.=0,040				
Sabit	0,33		0,47	0,63
Gelir2düzey (Gelir 1düzey)	0,55	0,04	0,64	0,52
Gelir3düzey (Gelir 1düzey)	-1,68	-0,08	-1,49	0,13
Gelir4düzey (Gelir 1düzey)	-1,31	-0,08	-1,40	0,16

Tablo 7’de görüldüğü gibi ilçe ve eğitim açısından anlamlı bir ilişkinin var olduğu sosyal sermaye skoru bağımlı değişkeniyle gelir arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

7. DEĞERLENDİRME

7.1 Faktör Skorlarının Hipotez Testleri Değerlendirmesi

Araştırma kapsamında güven kavramı; kurumsal olmayan ve kurumsal güven kategorilerinde ölçüldüğü Dünya Değerler Araştırmasından bazı soru setleri yardımıyla test edilmiştir. Tablolardaki kurumsal güven faktörü için kurulan tüm H_0 hipotezleri red edilmiş dolayısıyla ilçe, eğitim ve gelir değişkenleri açısından görüşlerde istatistiki olarak anlamlı farklılıkların olduğu saptanmıştır. Ortalamalar incelendiğinde ilçe bazında Çankaya katılımcılarının kurumsal güven puanlarının Mamak katılımcılarının puanlarından düşük olduğu

görülmüştür. Eğitim değişkeni için aynı faktör incelendiğinde eğitim seviyesi yükseldikçe devlet kurumlarına olan güvenin azaldığı tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 2).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü raporlarından elde edilen, toplam kamu harcamalarının milli gelire oranı verisi ve kurumsal güven parametreleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde, vatandaşların devlet kurumlarına olan güveninin yüksek seyrettiği ülkelerde kamu harcamalarının milli gelire oranında aynı şekilde yüksek olduğu görülmektedir (OECD Veri Tabanı, 2021). Kurumsal güven seviyesine dair Berg ve Bjornskov (2013)'in yürüttüğü araştırmada, güvenin piyasa üzerinde ve net gelir dağılımı eşitliğinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Devlete güvenin yüksek olduğu ülkelerde vergi gelirleri ve kamu harcamalarının milli gelire oranı yüksek seviyelerde hesaplanırken, gini katsayısı daha az eşitsiz gelir dağılımı anlamına gelecek şekilde düşük seyretmektedir. Kişiye göre uygulamaların sıklıkla rastlandığı, kurum ve uygulamaların şeffaf ya da hesap verilebilir olmadığı bir toplumda, kamu kurumlarının güvenilirliğini sorgulayan vatandaş sayısı artıkça ciddi toplumsal sorunlar baş göstermesi kaçınılmaz olacaktır. Sosyal sermayenin, toplumu oluşturan bireylerin birbirlerine duydukları güven sonucu ortaya çıkacak bir kaynak olduğu düşünüldüğünde, tüm bu bulgular sonucunda, kurumsal güvenin her ülkenin sürdürülebilir kalkınmasında önemli unsur olduğu sonucuna varılmaktadır. Bunun yanı sıra, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi arttıkça ters orantılı olarak kurumlara güven tutumunda düşüş söz konusu olmaktadır. Bu faktörün içerdiği maddeler için sonuçlar ayrı ayrı analiz edildiğinde ilçe bazında üç madde dışında tüm maddeler için anlamlı farklılaşma tespit edilmiştir. Bunlardan ilki olan 'Ordu'ya ne kadar güvenirsiniz?' sorusu her iki ilçeden de tüm kurumlar içinde en çok güvenilen devlet kurumu olarak anlamlı bir farklılaşmaya neden olmamıştır. Dünya Değerler araştırmaları ile karşılaştırıldığında Türkiye örneğinde yine bu doğrultuda sonuçların elde edildiği, buna göre Ordu'ya güven maddesine olumlu yanıt verenlerin oranının %85 seviyesinde seyrettiği görülmüştür (Dünya Değerler Araştırması, 2017-2021 raporu). Bu durum dönem dönem askeri darbelerle karşı karşıya kalmış olsa da Türk vatandaşının peygamber ocağı olarak nitelendirdiği kuruma güveninin çok da sarsılmadığını ortaya koymaktadır. 'Siyasi partilere güven' ve 'Medyaya güven' maddelerindeyse, aksine ortalamaların bu iki madde için çok düşük hesaplandığı, ilçeler açısından farklılaşmanın olmamasının her iki ilçeden katılımcıların da bu kurumlara olan tutumunun olumsuz oluşundan kaynaklandığı görülmektedir. TBMM, Polis, Diyanet, Adalet ve Eğitim kurumlarına güven maddelerine Mamaklı katılımcıların Çankaya'da katılımcılardan yüksek güven puanı verdiği ve eğitim ve gelir seviyesi yükseldikçe bu kurumlara olan güvenin azaldığı saptanmıştır.

Ayrıca, dini temsil eden kurumların üst yönetimi olan 'Diyanete güven' maddesi de ilçeler bazında farklılaşmaktadır. Putnam'ın sosyal sermayenin olduğu önemli kurumlar olarak kabul edip analizlerine konu edildiği dini kurumlar Coleman'a göre, ailenin ötesinde, nesilleri kesiştiren ve toplumlarda var olmaya devam eden kurumlardır. Bu açıdan dini kurumlar, yetişkin toplulukların sosyal sermayesinin gençler ve çocuklar için ulaşılabilir olduğu nadir bir sosyal sermaye çeşidinin üretim alanıdır (Field, 2006, s.37). Bulgulara göre, daha seküler diye nitelendirilebilecek bir hayat tarzını benimseyen bireylerin yoğun yaşadığı Çankaya'da diyanet kurumuna bakış görece daha olumsuz bir seviyededir.

Medya açısından değerlendirme yapıldığıdaysa spesifik bir soru formu olarak, basın kuruluşlarının özellikle seçim dönemlerinde doğruları adaletli bir şekilde yayınladığı yargısına Türkiye için fikir beyan edenlerin %48'i olumlu yanıt verirken en yüksek olumlu tutuma sahip ülke olan Danimarka için bu değer %78 olarak hesaplanmaktadır (Dünya Değerler Araştırması, 2017-2021 raporu). Buna göre, Türkiye'de bireylerin medyaya güveninin yaşandığı yer, eğitim ve gelir düzeyi değişkenleri açısından farklılaşmaksızın bu kadar düşük olması, ülkemizdeki bilgi asimetrisinin varlığına olan inancın olumsuz yansıması olarak değerlendirilebilmektedir.

Bu faktör boyutu bazında genel olarak değerlendirmek gerektiğinde sonuçlar, eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin kurumların uygulamalarını daha çok sorgulama eğiliminde olacağı ve geliri yükselen bireyin ise kendini farklı imkânlarla da destekleme fırsatı olabileceği düşüncesinin, devlet kurumlarına olan güven düzeyinde düşüşe sebep olduğu biçiminde bir çıkarım yapmamıza imkân vermektedir.

Aile, bireyin korunması ve barınmasının yanı sıra eğitilmesi ve sosyalleşmesinin de birincil olarak gerçekleştiği alandır. Enformel sosyal ağların en güçlü kaynağı olarak aile, bağlayıcı-dayanışmacı sosyal sermayenin en çok üretildiği alandır. Özellikle modernite ile birlikte dönüşen sosyal yapılar bağlamında, ailenin gücü toplumdan topluma değişmekte, bu durum da güven ve dayanışma ağları açısından toplumların sosyal sermayesini etkileyebilmektedir.

Türkiye açısından durum değerlendirildiğinde, Dünya Değerler Araştırması 2017-2021 raporunda aileye güven maddesine katılımcıların %96 oranında olumlu puan vermesi, ülkemiz insanı için ailenin hala en önemli kurum olduğu sonucunu vermektedir. Buna paralel olarak, örneklemimizden elde ettiğimiz verilere uygulanan hipotez testleri, ilçe ve eğitim kontrol değişkenlerinin kurumsal olmayan güven faktörü üzerinde anlamlı bir

farklılaşmaya neden olduğu, fakat gelir düzeyi açısından bir farklılaşmanın olmadığı sonucunu vermektedir. Bu noktada ortalamalar incelendiğinde, eğitim seviyesi yükseldikçe aile ve akrabalara güven oranının yükseldiği tespit edilmiştir.

Avrupa Sosyal Tarama Testinde “Sizce insanların çoğuna genelde güvenilir mi ?” sorusuna ülkemizdeki katılımcıların büyük çoğunluğunun olumsuz yanıt vermesi ile en çok güvenilen kişilerin aile bireyleri olduğu yönündeki yüksek olumlu puanlama karşılaştırmalı analiz edildiğinde, ülkemizde sosyal güven eksikliğinin, aslında aile dışındaki bireylere karşı olan güven eksikliğinden kaynaklandığı söylenebilmektedir. Buradan hareketle Granovetter (1985)’in toplumun sosyal sermayesinin üzerinde bağlayıcı etkisi olan zayıf ağlardan ziyade köprü kuran güçlü ağlarla oluşacağı savının aksine ülkemizde sosyal sermayenin yoğun olarak zayıf ağlardan sağlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tüm dünyada modernitenin getirisi bireysel özgürlük söyleminin sonucu toplumların giderek bireyselleştiği, bireylerin toplumdan uzaklaşarak toplumun değerlerine yabancılaştığı ve toplumsal kültürle bağını kuramaması sonucu yalnızlaştığı gözlemlenmektedir. Modern toplumda yalnızlaşma, yabancılaşma ve öteki olma durumlarının sıklaşması eşitsizlik, sosyal dışlanma, yoksulluk ve suç eylemleri oranlarını artırmakta, insanlar aile, arkadaşlık, komşuluk, din ve gönüllülük gibi sosyal bağlardan mahrum kalmakta ve sosyal ilişkileri zayıflamaktadır (Akkaş ve Tekir, 2013 s.75).

Lin tarafından insanlar arasında bağlantı kuran, kurumlar, ilişkiler, tutumlar ve değerlerin ekonomik ve sosyal gelişmeye yaptıkları katkılar olarak tanımlanan sosyal sermayeyi yapılandıran sosyal iletişim ağı, karşılıklılık ve yardımseverlik gibi unsurlar, bireyler arasında etkili ve güçlü iletişimi, ortak değerleri, aidiyet ve aynılık duygusunu belirlemektedir (Özmete, 2010). Bununla birlikte, sosyal yaşam konusunda kolektif duruşu ve yararı oluşturan, toplumda depo edilmiş ağısal ilişkiler, sosyal sermayenin kaynağında bulunmaktadır ve bireyler ya da topluluklar bu kaynağı kullandıklarında bir değer ortaya çıkmaktadır (Akkaş ve Tekir, 2013 s.76). Yapılan testler nihayetinde hipotezlerin tüm kontrol değişkenleri açısından kabul edildiği, sosyal bağlılık ve etkileşim faktörü bağlamında farklılaşmaların oluşmadığı saptanmıştır. Faktör kapsamındaki maddeler açısından da ayrıntılı analiz yapılmış ve yalnız “Gerekli durumlarda (düğün, cenaze vb. özel günlerde) komşularıyla bir araya gelip birbirimize yardım ederiz.” maddesi için ilçeler bazında uygulanan fark testi sonucu 0,1 anlamlılık düzeyinde farklılaşma tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 1, $0,072 < 0,1$). Maddeyle ilgili ortalamalar incelendiğinde söz konusu maddeye Mamak katılımcılarının daha olumlu yanıtlar verdiği görülmüştür (Mamak $\bar{x}=3,53$, Çankaya $\bar{x} = 3,30$). Dezavantajlı mahallelerde, insanların çekici olmayan bir fiziksel çevre ile baş edebilmelerinde önemli bir unsur komşuluk kalitesi olabilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve düşük sosyo ekonomik yapıdaki bölgelerde sosyal sermaye ölçümü yaparken, sosyal ilişkileri geliştiren geleneksel dayanışma pratiklerinin önemli göstergeler olduğunu savunan Woolcock ve Narayan, çeşitli özel günlerde yapılan organizasyonlardaki karşılıklı dayanışmanın etkileşimi olumlu yönde artırarak bireylerin sosyal sermayesine katkıda bulunduğunu ileri sürmüşlerdir (Woolcock & Narayan, 2000). Bu durum Mamak’ta olağandışı günlerde geleneksel dayanışma pratiklerinin daha yoğun sürdürülmekte olduğu yorumuna imkân vermektedir. Buna paralel olarak, Uğuz ve arkadaşları Türkiye genelinde yaptıkları sosyal sermaye analizinde, yardımlaşma ve dayanışma eylemlerinin, sıklıkla herhangi bir sorun ya da olağandışı durumun varlığında duygusal bir tepki olarak ortaya çıkmakta olduğunu, fakat bu duygu yoğunluğunun azalmasıyla birlikte bu eylemlerin sürdürülebilir bir hal almadan nihayete erdiğini tespit etmişlerdir (Uğuz vd., 2011). Fakat Türkiye’de özellikle kriz zamanlarında dayanışmanın artmasının iyi gösterge olabileceğine kanıt olarak Fukuyama, toplumun çeşitli norm ve sosyal ilişkiler açısından birbirine kenetlenmesi anlamına gelecek toplumsal sermayenin, olası dış müdahalelere karşı ortak duruş ve her türlü kriz döneminin yumuşak atlatılabilmesi adına bir hazır bulunuşluk durumu oluşturacağını belirtmektedir (Fukuyama, 2009, s.171).

Sennett’e göre, küreselleşme sonucu değişen toplumsal kurumlar bir yere ait olma deneyimini azaltmış, bu yüzden yaşam alanı birey için daha büyük bir anlam kazanmış ve insanların, şehir ve muhit gibi coğrafi yerlere bağlılıkları artmıştır. Bireyin doğasında var olan bu duygu, bir topluma ait olmaktan çok, belirli bir yere ait olma ihtiyacına dayanmaktadır. Sonuçta insanlar, yaşam alanlarına bağlılık ve sadakat geliştirmektedir (Bauman, 2016, s.117). Bu durum mekâna dayalı sosyal bütünleşmeye ve onun sonucunda ortaya çıkabilecek kolektif eyleme zemin oluşturmaktadır (Aydemir, 2011, s.107)

Konuyla ilgili yürütülmüş araştırmalar, etraflarıyla etkileşim halinde olan ve yardım alabilen bireylerin alamayanlara göre daha mutlu ve sağlıklı bir hayat sürdüklerini göstermiştir. Aynı zamanda, bu kişilerin çocuklarının okul başarılarının daha iyi olduğu ve ait oldukları grupların anti-sosyal davranışlardan daha az zarar gördükleri saptanmıştır (Field, 2006, s. 86)

Ulaşılan bulgular, bireylerin geliri ile yerel dayanışma topluluklarına destek algısı arasında bir ilişkinin var olduğunu göstermiştir. Genel olarak ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların yerelde mahalle ya da semtlerinde dayanışma ve yardımlaşma topluluklarında görev almaya sıcak baktıkları, bilhassa emekleri ile

destek verme noktasında daha olumlu düşünceleri olduğu saptanmıştır. Ön görümlere paralel olarak bireylerin gelir düzeyi yükseldikçe, dayanışmaya destek olma ya da öncülük etme yönündeki fikirlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin söz konusu boyutla ilgili algıları, “Mahalledeki ihtiyaçların giderilmesi ve sorunların çözümüne dair oluşturulacak gönüllü birlikteliklere maddi destek sağlayabilirim” yargısı açısından farklılaşmaktadır (Bkz. Tablo 1). Bu madde bağlamında, gelirin belirleyici unsur olduğu, katılımcılarının yüzde otuzunun asgari ücret ve altında geliri olduğunu beyan ettiği Mamak’ta gönüllü çalışmalara maddi destek sağlayabileceği yönünde görüş bildirenlerin çok az bir kitle olduğu görülmektedir.

Dayanışmanın kaynağı olarak sosyal sermayenin önemli bir bileşeni olan karşılığın, açığa çıktığı mekân olması dolayısıyla mahalle, araştırmamızda incelemeye değer görülmüştür. Başkasının ihtiyacını karşılama ya da yaşam kalitesini yükseltme amacıyla motive edilen davranışı tanımlayan diğerkamalık, kişinin daha yoğun bir arada bulunduğu daha çok bilgi sahibi olduğu yakın çevresi için ortaya çıkabilecek bir özelliktir. Kişi akraba, arkadaş ve komşuları içeren yakın çevresini gözlemleyerek empatik bir motivasyonla karşılık beklentili ya da beklentisiz zaman, para ya da enerjisinden vazgeçebilmektedir (Rizzolatti vd., 2001). Bu da sosyal uyumun vazgeçilmez ögesi olan karşılıklılığı tesis etmiş olmaktadır. Bulgularca da desteklendiği gibi katılımcılarımız oluşturulacak güven telkin eden uygun ortamlarda bu potansiyellerini açığa çıkarma noktasında istekli gözükmemektedirler.

7.2. Sosyal Sermaye Skoru ve İlçe, Eğitim, Gelir Regresyon Analizi Değerlendirmesi

Analiz sonuçlarına göre ilçe bağımsız değişkeni ile sosyal sermaye skorlarını temsil eden bağımlı değişkenimiz arasında;

$$Y = \beta_1 X_1 + u_i \rightarrow \text{Sosyal Sermaye Skoru} = 1,31 * \text{İlçe (Mamak)} (1)$$

şeklinde bir model elde edilmiştir. Buna göre fark testlerinde elde edildiği gibi ikamet edilen ilçenin sosyal sermaye skorları ile ilişkili olduğu görülmüştür. Elde edilen model, Çankaya ile karşılaştırıldığında Mamak’ta ikamet etmek sosyal sermaye puanları üzerinde 1,31 puanlık bir artışa sebep olmaktadır şeklinde yorumlanabilmektedir.

Eğitim ile sosyal sermaye skorları arasında kurulan regresyon modeli sonucunda;

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u_i \rightarrow \text{Sosyal Sermaye Skoru} = 1,82 - 3,44 * \text{Lisans} - 2,67 * \text{Master} (2)$$

şeklinde bir model kurulmuştur. Buna göre sosyal sermaye skorları ile eğitim arasında fark testleriyle tespit edilen farklılaşmanın, ön lisans/lisans ve yüksek lisans ve üstü seçeneklerini işaretleyen katılımcılardan kaynaklandığı ve eğitim seviyesi ile sosyal sermaye skorları arasında negatif yönlü bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir. Buna göre referans grubu olarak seçilen ilköğretim ve altı eğitim seviyesindekilerin alacağı puan 1,82 iken 3.eğitim düzeyindekiler olan önlisans/lisans mezunları ilköğretim mezunlarından 3,44 puan daha düşük skorlar elde etmektedir. Aynı şekilde dördüncü eğitim düzeyi olan yüksek lisans ve üstünde eğitime sahip olanlar ilköğretim mezunlarından 2,67 puan daha düşük skor elde etmektedir. Bu durum hipotez testleri sonucunda elde edilen, kişilerin eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal sermaye skorunun düştüğü sonucunu desteklemektedir.

7.3. Kurumsal Sivil Katılım Bulguları Değerlendirmesi

Tablo 8: Kurumsal Sivil Katılım Frekans Tablosu

	Üye	Bağışçı	Gönüllü	Toplam
Yardım Dernekleri/Vakıfları; İnsani Yardım Örgütleri / Stk	Çankaya	12	34	11
	Mamak	6	27	28
Hemşerilik (İl/ İlçe /Köy) Derneği/ Vakfı	Çankaya	4	5	4
	Mamak	19	9	8
Sendika /Siyasi Parti	Çankaya	16	0	0
	Mamak	21	0	0
Dini Dernek-Vakıf /Cemaat Grubu	Çankaya	2	1	0
	Mamak	8	4	13
Spor Klubü, Müzik, Sanat Alanında Faaliyet Gösteren Stk	Çankaya	9	0	0
	Mamak	10	0	0
Çevre Koruma Derneği/ Hayvan Hakları Derneği vb	Çankaya	2	6	2
	Mamak	1	2	8

Kadın Hakları ve Sorunları İle İlgilenen Kuruluşlar	Çankaya	1	2	2	5
	Mamak	1	0	5	6
Diğer (Okul Aile Birliği, Öğrenci Kulübü vb.)	Çankaya	8	13	4	25
	Mamak	8	4	13	25
Toplam		128	107	98	333

Tablo 8’de görüldüğü gibi, insani yardım derneklerine üye bağışçı ya da gönüllülük seviyesinde katılım gösteren katılımcıların oranı %24’tür. Hemşehrilik dernek/vakıflarına katılım incelendiğinde, Mamak’ta Çankaya’nın yaklaşık iki katı kadar bireyin hemşehrilik derneği bağlantısının olduğu görülmektedir (Çankaya’da %6,1, Mamak’ta % 13). Ankara gibi özellikle civar şehirlerden yüksek oranda göç alan bir şehirde, düşük sosyoekonomik statüden bireyler için hemşehrilik şehirde yer edinmek ve onlar için şehir yaşantısının çetin şartlarıyla baş etmek adına bir çeşit enformel güvenlik mekanizması olarak görülmektedir.

Enformel sosyal ağlarının kurulmasında kentsel mekânda yeniden üretilen bir dayanışma ilişkisi olan hemşehrilik, şehir yaşantısına uyum sağlamanın, göç öncesi yaşam pratiklerinin sürdürülmesinin kolektif bir yolu olmasının yanında, bir geçim stratejisi olarak da önemli hale gelmektedir. Bilhassa büyükşehirlerin düşük gelir düzeyli yerleşim alanlarında oluşturulan sosyal ağ mekanizması içinde, ağ mensuplarının birbirleri aracılığıyla ekonomik çıkar sağlaması özel olarak örneklemek gerekirse kente yeni göçen kişilerin hemşehrileri sayesinde iş hayatına girmesi daha iyi sosyo ekonomik düzeydeki bölgelerle karşılaştırıldığında sık rastlanılan bir durumdur. Buna göre Mamak katılımcılarının Çankaya katılımcılarıyla kıyaslanınca daha yüksek oranda hemşehrilik derneğine mensub olmaları öngörülür desteklemektedir.

Siyasi katılımın da güçlü bir göstergesi olan sendika ya da siyasi parti üyeliğinde iki ilçe arasında ciddi bir farklılaşmaya rastlanmamış, toplamda %7’lik bir oranla düşük seviyede ölçülmüştür. Fakat dini dernek/cemaat bağlantısında Çankaya’da %1 olan oran Mamak’ta %9 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, Mamak mahallelerinde, bireylerin dini kökenli yapılanmalara katılma ve organizasyonlarına katılma eğiliminin Çankaya’ya oranla yüksek olduğunu sonucunu vermektedir.

Anette (2011)’e göre, başta İngiltere ve ABD olmak üzere hem liberal hem de muhafazakâr yönelimlerden etkilenmiş olan ülkelerde Üçüncü Yol politikaları kapsamında uygulanan din merkezli sivil toplum kuruluşlarının desteklenmesi, daha dinamik bir sivil toplumun yaratılmasına ve daha demokratik bir siyasi kültürün gelişmesine etki etmiştir. Kentte sosyal uyumu artırma ve yeniden üretim faaliyetlerinde sivil katılım seviyelerini yükselten inanç topluluklarının özellikle köprü kurucu sosyal sermaye ağları oluşturma noktasında etkili olduğu araştırmalarca desteklenmiştir (Warren&Wood, 2001’den aktaran Anette, 2011). Dinin halen önemli bir toplumsal bağ olduğu Türkiye açısından da gerek resmi dini dernek/vakıf yapıları gerekse gayri resmi cemaat faaliyetleri ya da toplantıları insanları bir araya getiren ve yeni dayanışma kanalları oluşturulmasına ve yeni ağlar kurulmasına imkân veren organizasyonlar olma misyonlarını devam ettirmektedir. Burada önemli olan, kamunun kontrol mekanizmalarının, bu yapılanmaların ortaya çıkardığı birliktelikten doğan gücü, sosyal uyuma zarar vermeyecek alanlara yönlendirmesidir. Bu noktada, bu organizasyonların, toplumumuzda köprü kurucu yeni ağların oluşturulmasına hizmet ederek sosyal sermaye gelişimine katkı sağladığı yorumunu yapmak mümkün olmaktadır. Son olarak, kadın hakları ve sorunlarıyla ilgilenen derneklerle yalnız 9 kişi bağlantısı olduğunu bildirdiğinden en düşük katılımın bu örgütlenmelerde olduğu tespit edilmiştir.

Sivil katılımı artırmada, iyi yönetişimin gerçekleşmesinde ve aktif yurttaşlığın yaygınlaşmasında bireylerin sosyal içerikli sivil toplum yapılarına iştirakleri önemlidir. Fakat burada önemli olan, bu yapılarda ortaya çıkarılan fikir çalışmalarının ya da maddi katkının siyasette de karşılığının olmasıdır. Zira sivil toplum Hegel’den Gramsci’ye devlet ile halk arasında karşılığı olan bir yapı olarak kabul edilmiştir (Akkaş ve Tekir, 2013: 113). Kurumsal sivil katılım verileri genel olarak değerlendirildiğinde yaklaşık % 70 gibi yüksek bir orana karşılık geldiği söylenebilecek bir STK ile herhangi çeşit bir ilişkisinin oluşu, sivil toplum kuruluşlarında bağışçı, gönüllü veya üye olarak faaliyette bulunan vatandaşların oranını veren katılımının yaygınlığı anlamında çok iyi bir sonuçtur. Fakat, katılımın derinliği anlamına gelen bireylerin ne derece aktif katılım gerçekleştiği kısmı Türkiye açısından bir yanılsamayı ortaya çıkarmaktadır. Bu durum ülkemizde kurumsallaşmış sivil katılım verileri üzerinden sosyal sermaye stoğunu değerlendirmeyi zorlaştırmaktadır.

SONUÇ

Özellikle sivil katılım pratikleri ve aktif vatandaşlık parametreleri açısından analiz edilen sosyal sermaye çalışmalarında yüksek skorlar elde eden Amerika ve Avrupa menşei ülkelerin, aynı zamanda toplumsal çözülmenin işaretçisi olarak kabul edilen birçok sosyal norm açısından kötü skorlara da sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan farklı olarak, Türkiye’de yürütülecek araştırmalarda, yakın sosyal çevredeki

etkileşimlerin de denkleme dahil edilmesinin toplumsal bir güç olarak sosyal sermaye stoğuna yatırım yapılabilmesi noktasında ülkemiz açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırma özellikle yerelde, yakın sosyal çevrede sosyal etkileşim ağları, güven ve katılım boyutları değerlendirilerek karşılaştırmalı olarak sosyal sermayenin yapılandırılmasına yönelik desteklenebilecek yönlerin belirlenebilmesine katkı sağlamak amacıyla yürütülmüştür. Uygulanan analizler sonucu elde edilen bulgulara göre;

Örnekleminiz kapsamında sosyal bağlılık ve etkileşim faktörü, eğitim, ilçe ve gelir değişkenleri açısından farklılaşmazken, soru grubu içerisinden “Gerekli durumlarda (düğün, cenaze vb. özel günlerde) komşularıyla bir araya gelip birbirimize yardım ederiz.” yargısı ilçe açısından anlamlı bir farklılaşmaya sebep olmaktadır. Buradan hareketle, Mamak’ta olağandışı günlerde geleneksel dayanışma pratikleri daha yoğun sürdürülmektedir sonucu elde edilmiştir.

Kurumsal güven faktörü testlerinde; ilçe, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi ile kurumsal güven arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Sonuçlara göre; Mamak’ta ikamet eden katılımcılar, Çankaya’da ikamet edenlere göre, kurumlara daha fazla güvenmektedir. Ayrıca, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi arttıkça, ters orantılı olarak kurumlara güven tutumunda düşüş söz konusudur. TBMM, Polis, Diyanet, Adalet ve Eğitim kurumlarına güven sorularında Mamak’taki katılımcıların görece daha yüksek düzeyde güven puanı verdiği bu kurumlara güven, eğitim ve gelir seviyesiyle de ters orantılı şekilde değişim göstermektedir. Sonuçlar, eğitim seviyesi yükselen bireylerin uygulamaları daha yoğun sorgulama eğiliminde olacağı ve geliri yükselen bireyin ise kendini farklı imkânlarla da destekleme fırsatı olabileceği düşüncesinin, bu kurumlara olan güven seviyesinde düşüşe neden olduğu yönünde bir çıkarım yapmamıza imkân vermektedir.

Analiz sonucunda ilçe, eğitim ve gelir kontrol değişkenlerinin kurumsal olmayan güven faktörü üzerinde anlamlı bir farklılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir. Mamak sakinleri açısından aile ve akrabalara güven daha yüksek seviyede iken, Çankaya örnekleminde ortalamaların düştüğü saptanmıştır. Türkiye açısından durum değerlendirildiğinde ailenin hala en önemli kurum olduğu, Dünya Değerler Araştırması 2017-2021 Türkiye ayağında aileye güven sorusuna katılımcıların %96 sının olumlu yanıt vermesiyle desteklenmektedir. Buradan hareketle; Granovetter (1985)’in toplumun sosyal sermayesinin, üzerinde bağlayıcı etkiye neden olan zayıf ağlardan ziyade köprü kuran güçlü ağlarla oluşacağı savının aksine ülkemizde sosyal sermayenin yoğun olarak zayıf ağlardan sağlandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca kadın katılımcıların ailelerine güven ortalamalarının erkeklerle oranla istatistiki olarak düşük olduğu tespit edilmiştir.

Yine bireylerin geliri ile yerel dayanışma topluluklarına destek algısı arasında bir ilişkinin var olduğunu göstermiştir. Genel olarak ortalamalar incelendiğinde katılımcıların yerelde mahalle ya da semtlerinde dayanışma ve yardımlaşma topluluklarında görev almaya sıcak baktıkları, bilhassa emekleri ile destek verme noktasında daha olumlu düşünceleri olduğu saptanmıştır. Ön görülere paralel olarak bireylerin gelir düzeyi yükseldikçe, dayanışmaya destek olma ya da öncülük etme yönündeki fikirlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin söz konusu boyutla ilgili algıları, “Mahalledeki ihtiyaçların giderilmesi ve sorunların çözümüne dair oluşturulacak gönüllü birlikteliklere maddi destek sağlayabilirim” yargısı açısından farklılaştığı saptanmıştır.

Regresyon analizleri sonuçlarına göre, Mamak’ta ikamet edenlerin Çankaya’da ikamet edenlerden daha yüksek sosyal sermaye skoru elde ettiği, eğitim seviyesi bağlamında ise lisans ve lisan üstü mezunlarının ilkökul mezunlarından daha düşük sosyal sermaye skoruna sahip olduğu görülmüştür.

Kurumsal sivil katılımın yaygınlığının ölçüldüğü kısımda, katılımcıların %24’ü insani yardım derneklerine üye bağışçı ya da gönüllülük seviyesinde katılım gösterdiği, Mamak’ta Çankaya’nın iki katı olan hemşerilik dernek/vakıflarına mensubiyet oranının toplamda %8 civarında saptandığı görülmektedir. Siyasi katılımın güçlü bir göstergesi olan sendika ya da siyasi parti üyeliği toplamda %7’lik bir oranla düşük seviyede ölçülmüştür. Fakat kentte sosyal uyumu artırmaya hizmet eden ve köprü kurucu sosyal sermaye ağları oluşturma noktasında etkili olduğu araştırmalarca desteklenen dini dernek/ cemaat katılımında Mamak’ta %9 olan oran Çankaya’da %1 olarak hesaplanmıştır. Bu da Mamak mahallelerinde, bireylerin dini kökenli yapılanmalara katılma ve organizasyonlarına iştirak etme eğilimin görece daha yüksek olduğunu göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde yaklaşık %70’nin bir STK ile herhangi çeşit bir ilişkisinin oluşu, sivil toplum kuruluşlarında bağışçı, gönüllü veya üye olarak faaliyette bulunan vatandaşların oranını veren katılımının yaygınlığı ölçütü anlamında çok iyi bir sonuçtur. Bununla birlikte katılımın derinliği anlamına gelen bireylerin ne derece aktif katılım gerçekleştiği kısmı ülkemiz açısından bir yanılsamayı ortaya çıkarmaktadır. Katılımın derinliği açısından sonuçların bu kadar net olmayışı, Türkiye’de kurumsallaşmış sivil katılım verileri aracılığıyla sosyal sermaye stoğu değerlendirmesi yapmayı zorlaştırmaktadır.

Sorumluluk alacak bir yurttaş adayları olarak gençlerin gelişimleri için önemli olan sosyal sermaye sadece aileden değil ailenin diğer kurumlarla olan sosyal ilişkilerinden de beslenecektir. Bu bakımdan elde edilecek

sosyal sermaye sadece birinci dereceden bireyi değil gelecek nesili ve hatta nesilleri de etkileyecektir. Toplumun sosyal sermayesine yapılacak yatırımların, uzun vadeli olarak planlanıp hayata geçirilmesi gereklidir. Bu noktada, gelecek nesillere; etkileşime geçtiklerinde uyumlu bir şekilde hareket etmelerini ve örgütlenmelerini kolaylaştıracak, toplumca üzerinde hemfikir olunan ortak toplumsal erdemlerin, normların, kültürümüz içindeki hoşgörü ve karşılıklılık prensiplerinin aktarılması sadece ailelerin değil devletlerin de önemli bir görevidir. Devletin toplumun sosyal sermayesine yapabileceği en etkili katkı demokrasinin ve adaletin tam tesisine karşılık, sosyal güveni ve gönüllülük temelli aktif vatandaşlığı tesis etme noktasında olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkaş, H. ve Tekir, O., (2013) Demokrasinin Gelişmesi ve Sürdürülebilirlikte Sosyal Sermaye, Kadim Yayınları, İstanbul.
- Altan, R., (2007) "Sosyal Sermaye ve Kalkınma", Türk İdare Dergisi, 2007, N. 455, Haziran
- Aydemir, M.A., (2011) Sosyal Sermaye- Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Araştırması. Çizgi Kitabevi, Konya.
- Başkak B., Atbaşoğlu E.C., Saka M.C., (2009) "Şizofreni etiyolojisinde psiko-sosyal etmenlerin rolü: Antipsikiyatriden gen çevre etkileşimine" Nöropsikiyatri Arşivi 2009, 46 (S):1-9.
- Baum F., Palmer C., Modra C, Murray C. and Bush R., (2002) "Families, Social Capital and Health"(edit.) Social Capital and Public Policy in Australia, Australian Institute of Family Studies
- Bauman, Z., (2016) Cemaatler, Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı, Say Yayınları, Ankara.
- Cohen J.L. & Arato, A. (2013). Sivil Toplum ve Siyasal Teori, Efil Yayınevi, Ankara.
- Doruk, Karadoğan E. (2016). Sosyal Sermaye. Derin Yayınları, İstanbul.
- Dünya Bankası Kayıt Dışı Ekonomi GSYİH oranı İstatistikleri (2018) <https://www.worldbank.org/en/research/brief/informal-economy-database> Erişim Tarihi: 23 Haziran 2022.
- Dünya Değerler Araştırması Türkiye Soru Kitapçığı <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> Erişim Tarihi: 18 Kasım 2020
- Field, John (2006). Sosyal Sermaye, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Fine, B. (2011) Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı, Bin Yılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler, Yordam Kitap, İstanbul.
- Fukuyama, F., Güven, Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması, Çev: A.Buğdaycı, (1998) İş Bankası Yayınları, Ankara.
- Kitapçı, İsmail (2017) "Piyasa Başarısızlıklarına Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Sermaye Yaklaşımı", Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi Cilt 9, Sayı 1, 2017
- Lin, N. (1999) "A Network Theory of Social Capital", Connections Vol.22, N.1 P. 28-51
- Narayan, D. & Cassidy, M. (2001) "A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory", Current Sociology, March 2001, Vol. 49(2): 59–102 SAGE Publications.
- OECD Kamu harcamaları /GSYİH oranı (2021) <https://data.oecd.org/gga/general-government-spending.htm> Erişim Tarihi: 22 Haziran 2022
- OECD Devlete Güven İstatistikleri (2020) <https://data.oecd.org/gga/trust-in-government.htm> Erişim Tarihi: 23 Haziran 2022
- OECD Vergi geliri /GSYİH oranı İstatistikleri (2021) https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/revenue-statistics_2522770x Erişim Tarihi: 22.06.2022
- OECD Kamu harcamaları /GSYİH oranı (2021) <https://data.oecd.org/gga/general-government-spending.htm> Erişim Tarihi: 23 Haziran 2022.
- OECD GINI Katsayısı İstatistikleri (2019) <https://data.oecd.org/inequality/income-inequality.htm> Erişim Tarihi: 23 Haziran 2022.
- Oktay, M.R. (2000) İletişimciler için Davranış Bilimlerine Giriş, Der Yayınları, İstanbul.
- Özmete, E. (2016) "Sosyal Kapitali Yapılandırmak: Sosyal İletişim Ağı ve Yardımseverlik-Gönüllülük", Aile ve Toplum, Yıl: 11 Cilt: 6 Sayı: 22 Nisan-Mayıs-Haziran 2010
- Polanyi, K., Büyük Dönüşüm Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri. Çev. Ayşe Buğra, (2017) İletişim Yayınları, İstanbul.
- Putnam, R., Nanetti, R., ve Leonardi, R., (1993) Making Democracy Work: Civic Traditions In Modern Italy, Princeton: Princeton University Press (1993a).
- Putnam, R. D. (1995) Tek Başına Bowling: Amerika'nın Azalan Sosyal Sermayesi. İçinde: Şahin, M. Ünal Z (Edit). Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştirisi. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Rizzolatti, G., Fogassi L. Ve Gallese, V., (2001) "Neurophysiological Mechanisms Underlying the Understanding and Imitation of Action", Nature Reviews Neuroscience 2(9): 661-70
- Sennet, R. (2008) Karakter Aşınması. Ayrıntı Yayınları
- Tecim, E. (2012) "Toplumsal Güvenin Temelleri: Antropolojik Bir Yapılandırma", EKEV Akademi Dergisi, Yıl:16, Sayı:51, Bahar 2012
- Torun, T. (2018) "Yaşam-Dünyasının Sömürgeleştirilmesi Olarak Modernitenin Krizi", Kaygı 2018/ 30
- Tüysüz, N., (2011) "Sosyal Sermayenin Ekonomik Açıdan Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması" T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayın No: 2827
- Woolcock, M., (2001) "The Places of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes", Canadian Journal of Policy Research, 2:1
- Yıldız, D., Uzunsakal E., (2018) "Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama", Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi Sayı 1

Kurumsal Yönetim Üzerine Yapılmış Çalışmaların Web Of Science Veri Tabanına Dayalı Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of the Studies on Corporate Governance Based on the Web Of Science Database

Hüseyin ÇETİN *
Mevlûde Burcu FEDAİ **

ÖZ

Dünya üzerinde yaşanan küresel boyuttaki krizler ve skandallar kurumsal yönetimin yetersiz kaldığını ortaya çıkarmış, öneminin kavranmasına neden olmuştur. Bu farkındalık akademik çalışmalara da yansımıştır. Bu çalışma kurumsal yönetim alanında yapılan yayınları sistematik bir şekilde incelemektedir. Çalışmada araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Analize konu olacak makalelerin belirlenmesi için Web of Science veri tabanında indekslenen makaleler 'Corporate Governance' anahtar kelimeleri kullanılarak taranmıştır. Ulaşılan veriler çalışma alanı olarak 'ekonomi' ve 'yönetim'; doküman türü olarak ise 'makale' şeklinde filtrelenip 4887 adet makale elde edilmiştir. Elde edilen veriler VOSviewer programı kullanılarak görselleştirilmiş ve ağ analizleri yapılmıştır. Bulgular tablolar ve grafikler aracılığı ile yorumlanmıştır. Bu çalışmanın amacı kurumsal yönetim alanında yapılan yayınları sistematik bir şekilde incelemek hem okuyucular hem de alanda çalışan araştırmacılar için geniş bir perspektif kazandırmaktır.

ANAHTAR KELİMELER

Bibliyometrik Analiz, Kurumsal Yönetim, Web of Science, VOSviewer

ABSTRACT

Global crises and scandals in the world have revealed that corporate governance is inadequate and have caused its importance to be understood. This awareness is also reflected in academic studies. This study systematically examines the publications made in the field of corporate governance. In the study, bibliometric analysis method, one of the qualitative research methods, was used. In order to determine the articles that will be the subject of the analysis, the articles indexed at the Web of Science data level were searched using the keywords 'Corporate Governance'. The data reached are 'economy' and 'management' as the main field of study; 4887 articles were obtained by filtering as 'article' as a document type. The obtained data were visualized using the VOSviewer program and network analyzes were made. The obtained data were interpreted using the given table and graph. The aim of this study is to systematically examine the publications in the field of corporate governance and to gain a broad perspective for both readers and researchers working in the field.

KEYWORDS

Bibliometric Analysis, Corporate Governance, Web of Science, VOSviewer

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 23.01.2023	Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 07.03.2023
Atf	Çetin, H. ve Fedai, M. B. (2023). Kurumsal Yönetim Üzerine Yapılmış Çalışmaların Web Of Science Veri Tabanına Dayalı Bibliyometrik Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 155-165.

* Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe-Finansman Ana Bilim Dalı, hçetin42@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6239-893X

** Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Muhasebe-Finansman Ana Bilim Dalı, burcubadeli@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9117-8351

GİRİŞ

Dünya üzerinde yaşanan muhasebe skandalları, yalnızca skandalın meydana geldiği işletmelere değil, aynı zamanda ülke ekonomilerine zarar vermiş hatta küreselleşmenin sonucu olarak uluslararası boyutta kayıplara yol açmıştır. Ekonomiler üzerinde kaybedilen kontrolü yeniden ele almak için çeşitli standartlara ve ilkelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaç kurumsal yönetimin doğmasına neden olmuştur.

OECD tarafından 1999 yılında kurumsal yönetim ilkelerinin kabul edilmesi kurumsal yönetim girişimleri için dönüm noktası olmuştur (OECD, 2004: 9). Yeni düzenlemeler akademide de karşılık bulmuş, yönetim, denetim ve ekonomi gibi alanlarda yapılan çalışmalar kurumsal yönetim çerçevesinde yeni bir boyut kazanmıştır. Akademik camianın konuya olan ilgisi alanda yapılan çalışmaların gün geçtikçe artmasına yol açmıştır. Konu ile ilgili literatürün genişlemesi, alana kapsamlı bir bakış açısı sunmak amacıyla kuramsal bir zeminde yorumlanma ihtiyacını doğurmuştur.

Bibliyometri, çeşitli parametreler (yöntemler, konular ve referanslar vs.) çerçevesinde makalelerin sıklık analizini, bir sosyal ağ analizini ve bir alıntı analizini kapsayan bir tür içerik analizidir (Evren ve Kozak, 2014: 67). Bu tür analizler uluslararası literatürde daha fazla ilgi görmekle birlikte ülkemizde de bibliyometrik analiz çalışmaları son yıllarda artmıştır. Bu çalışmada da kurumsal yönetim alanında yapılan çalışmalar Web of Science veri tabanı esas alınarak bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir.

Çalışmanın amacı, WoS veri tabanından elde edilen bibliyometrik veriler incelenerek, kurumsal yönetim çalışmalarının eğilimini belirlemek, yazarların, kurumların, yayınevlerinin alana katkılarını vurgulamak, ilerleyen zamanlarda yapılacak çalışmalar için yazarlara perspektif kazandırmaktır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kavramsal çerçeve ele alınmış kurumsal yönetim kavramı, tanımı, ilkeleri ele alınarak anlatılmıştır. İkinci bölümde yerli ve yabancı literatür taranarak alandaki çalışmalar özetlenmiştir. Üçüncü bölümde araştırma yönteminden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde bulgulara yer verilmiş, bulgular tablolar ve grafiklerle desteklenmiştir. Sonuç bölümünde ise elde edilen sonuçlar detaylı bir şekilde açıklanmış, değerlendirme yapılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

“Corporate Governance” kavramı yerli literatüre “Kurumsal Yönetim” ya da “Yönetişim” olarak girmiştir. Bazı yazarlar kavramı kurumsal yönetim ve iletişimi harmanlayarak “Kurumsal Yönetişim” şeklinde ele almaktadır (Ataman ve diğ., 2017: 163). Bu çalışmada ise bütünlüğü korumak adına kurumsal yönetim kavramı kullanılmıştır.

Kurumsal yönetim, işletme yöneticilerin sorumlulukları dahilinde olan varlıkların etkin bir biçimde değerlendirilmesi ve bu değerlendirmeye dayalı sonuçlar ile ilgili işletme ortaklarına ve tüm topluma karşı hesap verme yükümlülüklerini doğuran yapı şeklinde tanımlanabilir (Aysan, 2007: 18). Türk Dil Kurumu ise (TDK, 2022); “Resmî ve özel kuruluşlarda idari, ekonomik, politik otoritenin ortak kullanımı” şeklinde tanımlamıştır.

Kurumsal yönetim işletmelerin benimsediği genel ilkeleri, vizyonunu ve işletme performansını kontrol eden bir sistemdir. Bu sistem ise uyulması gereken çeşitli ilkeler gerektirir (Karamustafa vd., 2009: 102). Geleneksel patron ve aile işletmelerinin, küreselleşmenin etkisi ile ulusal sınırları aşp, farklı toplumlara karşı hesap vermek zorunda kalmaları, işletmelere açık, hesap verebilir, adil ve dürüst olmaları şeklindeki ilkeleri benimseme yükümlülüğü getirmiştir (Aysan, 2007: 18).

Kurumsal yönetim hem işletmenin stratejik organı olan yönetim kurulunun veya üst yönetimin uyacağı kuralları, hem de tüm paydaşlar tarafından uyulması gereken ilkeleri kapsar (Ataman ve diğ., 2017:163). Yani kurumsal yönetim anlayışının amacı yalnızca pay sahiplerinin (shareholder) değil, aynı zamanda diğer paydaşların (stakeholder) da haklarını korumaktır (Ayboğa, 2021: 60).

Kurumsal yönetim çeşitli yaklaşımlar barındırmaktadır. Yaklaşımlardan bazıları (Dereköy, 2015: 33);

- Kurumsallık Teorisi
- Paydaş Teorisi
- Sahip-Vekil Teorisidir.

Kurumsallık Teorisi: Kurumsallaşma teorisi sosyolojiktir. Kurumsallık teorisi işletmelerin yapı ve işleyiş özellikleri bakımından, faaliyetlerini sürdürdükleri çevre özellikleri ile paralellik oluşacağını varsayar (Koçel, 2003: 361-362).

Paydaş Teorisi: Paydaş teorisi yöneticilerin firma değeri oluşumunda paydaşları teşvik etmesi düşüncesine dayanır (Dereköy, 2015: 34).

Sahip-Vekil Teorisi: Kurumsal yönetim araştırmalarının çoğu sahip-vekil teorisinden kaynaklanmaktadır (Yusoff ve Alhaji, 2012: 53). Sahip-vekil teorisi iki taraf arasında iş birliği sağlayacak en uygun ilişkiyi

kurmakla ilgilidir (Koçel, 2003: 359). Bu teori asil-vekil sözleşmesini temel alarak, sözleşmenin taraflarının (asil-vekil) hak ve yükümlülük ihlali kaynaklı sorunlarını ve bu ilişkinin meydana getirdiği maliyetleri ele alıp sorunları azaltmayı amaçlar (Çelik ve Bedük, 2014: 44). Bu teoriye göre çalışanlar, yönetim yapısına meydan okuyabilecek pay sahiplerinin ihtiyacını karşılamak yerine iyi bir yönetim yapısı oluşturmalıdır (Abdullah ve Valentine, 2009: 89).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde kurumsal yönetim üzerine yapılmış bibliyometrik çalışmaları özetlemek amacıyla yerli ve yabancı literatür taranmıştır. Yerli literatürde kurumsal yönetimin unsuru olan kurumsal sosyal sorumluluk alanında bibliyometrik analizler yapıldığı görülmektedir (Boğan, 2020; Boğan ve diğ., 2018; Kaya Özbağ ve Hazar, 2021). ‘‘Kurumsal Yönetim’’ üzerine yapılan bibliyometrik analizlerin ise ağırlıklı olarak yabancı literatürde yapıldığı anlaşılmaktadır. Yapılan literatür taramasında Web of Science veri tabanına dayalı yalnızca ‘Kurumsal Yönetim’ kavramı üzerine yapılan bir bibliyometrik analizle karşılaşılmaması konunun özgünlüğü vurgulamaktadır.

Huang ve Ho, (2011), çalışmalarında 1992 ile 2008 yılları arasında SSCI’da listelenen dergilerdeki kurumsal yönetim alanındaki yapılan çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemişlerdir. Yapılan bibliyometrik analize göre konu üzerine yayınlanmış bilimsel makalelerin yıllar içinde istikrarlı bir biçimde artış gösterdiği ve 2008 yılında zirveye ulaştığı sonucuna ulaşmışlardır.

Tunger ve Eulerich, (2018), çalışmalarında kurumsal yönetim konusunda güçlü olan Almanca konuşulan ülkelerdeki yayınları esas alarak bibliyometrik analiz yapmışlardır. Yapılan analizde, 267 kaynak belgedeki 10.000’den fazla referans değerlendirilmiştir. Almanca konuşulan ülkelerle, İngilizce konuşulan ülkelere gelen önemli yayınlar karşılaştırıldığında kilit alanlarda doğrudan ve şeffaf bir şekilde ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bao ve diğ., (2020), çalışmalarında, denetimin kurumsal yönetim kavramı içindeki önemini vurgulayarak 2002’den 2019’a kadar Web of Science’ta yayınlanan 3993 makaleye dayalı olarak denetimdeki araştırma eğilimlerini belirlemek amacıyla bibliyometrik analiz yapmışlardır. En çok ilgilenilen konuların; denetim kalitesi, kurumsal yönetim, kazanç yönetimi, performans, denetimin bağımsızlığı, denetim ücretleri, denetim komitesi, risk, denetim dışı hizmetler olduğunu ifade etmişlerdir.

Mumu ve diğ., (2021), çalışmalarında kurumsal yönetim ve ücretlendirme ile ilgili literatürdeki boşlukları doldurmak amacıyla 1990 ile 2020 dönemi için kapsamlı bir bibliyometrik inceleme yapmışlardır. Analizde Web of Science veri tabanında indekslenen kurumsal yönetim ve ücretlendirmeyi içeren 298 makaleyi değerlendirmişlerdir. Yönetici veya yönetim kurulu üyelerinin kişisel özelliklerine göre ücretlendirilmeleri ve bu ücretlendirmenin şirket yönetimini nasıl etkilediği konusunda literatürde bir araştırma boşluğu olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Naciti ve diğ., (2021), çalışmalarında kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik kavramları üzerine yapılan içerikleri 1999 ile 2019 yılları arasında yayınlanan 468 çalışmayı esas alarak analiz etmişlerdir. Analiz sonucuna göre yapılan çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği ve kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik literatürünün kavramsal bir yaklaşımdan daha stratejik ve pratik çalışmalara doğru evrildiği sonucuna ulaşmışlardır.

Tenteriz ve Akkaya, (2021), çalışmalarında kurumsal yönetim üzerine 2000 ile 2021 yılları arasında akademik dergilerde yer alan 117 Türkçe, 361 yabancı çalışmayı ele alarak yazın taraması yapmışlardır. Yapılan çalışmada ele alınan çalışmaların büyük kısmının yabancı literatürde olduğu sonucuna varmışlardır. Kurumsal yönetimi ele alan yerli literatürde ise son üç yılda artış olduğunu ifade etmişlerdir.

Mumu ve diğ., (2022), çalışmalarında bibliyometrik analiz yöntemi ile kurumsal yönetim konusundaki literatürü toplumsal cinsiyet perspektifinden incelemişlerdir. Analizlerine konu olacak veriler Web of Science indeksli 393 makaleden elde edilmiştir. Çalışmanın sonunda kurumsal yönetim ve toplumsal cinsiyet çalışmalarının çoğunlukla kurumsal yönetimin tetikleyicisi olarak toplumsal cinsiyet çeşitliliği konularını araştırdığı, kurumsal yönetim kurullarında kadınlara ve firma finansal performansına, risklerine ve hisse senedi fiyatına odaklandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca yönetim kurulu cinsiyet çeşitliliği ve kurumsal sosyal sorumluluk alanının ise nispeten daha az araştırıldığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ellili, (2022), çalışmasında kurumsal yönetim literatüründeki güncel eğilimleri tespit etmek için ‘The International Journal of Business in Society’ dergisinde yayınlanan kurumsal yönetim konularına ilişkin makalelerin bibliyometrik analizini yapmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda, analize konu olan derginin kurumsal yönetim alanına katkıda bulunduğunu ifade etmiştir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada araştırma yöntemi olarak bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli bilimsel verileri araştırmak ve analiz etmek için kullanılan detaylı ve popüler bir yöntemdir (Donthu ve diğ., 2021: 285). Günümüzde özellikle bilimsel ve uygulamalı alanlarda araştırma değerlendirme metodolojisinin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Ellegaard ve Wallin, 2015: 1809).

Analizde kullanılacak verileri elde etmek için Web of Science veri tabanında indekslenen çalışmalar ilk aşamada “Corporate Governance” anahtar kelimeleri kullanılarak başlıklar (Title) içinde taranmıştır. Yapılan bu tarama sonucu 8275 çalışmaya ulaşılmıştır. Tarama yapılırken zaman aralığı olarak Web of Science veri tabanının kapsadığı tüm zamanlar (1975-2022) seçilmiştir. Daha sonra ise sonuçlar çalışma alanı olarak ‘ekonomi’ ve ‘yönetim’, doküman türü olarak ise ‘makale’ seçilerek filtrelenip 4887 adet makale elde edilmiştir.

Analize konu olacak makaleler elde edildikten sonra bu bibliyometrik veriler çeşitli parametreler çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen bibliyometrik veriler VOSviewer yazılım programına aktarılmış, programdan faydalanılarak ağ görselleştirme ve atıf analizleri yapılmıştır. Verilerin analizinde; yazar ve kurumlar analiz edilirken ‘en az üç doküman ve en az üç atıfı olan çalışmalar’, ülkeler analiz edilirken ‘en az bir dokümanı ve en az bir atıfı olan çalışmalar’ ve anahtar kelimeler analizi için ‘çalışmanın içinde en az beş defa geçen’ şeklinde özel filtreleme kullanılmıştır.

Çalışmanın kısıtını verileri elde etmek için yalnızca Web of Science veri tabanı kullanılması, yayınların çalışma alanı olarak ‘yönetim’ ve ‘ekonomi’, doküman türü olarak makale ve yayın yılı olarak ise 1975-2022 şeklinde filtrelenmesi oluşturmaktadır.

Bu çalışmada cevabı aranan sorular şunlardır;

- Yapılan çalışmaların türlerine göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yayınlandığı yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yayım dillerine göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yapıldığı ülkelere göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yazarlara göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yapıldığı kurumlara göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yayınevlerine göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı nasıldır?

Bu çalışmanın amacı, Web of Science veri tabanında kurumsal yönetim alanında yapılan çalışmaların çeşitli parametreler ele alınarak bibliyometrik analizinin yapılması, çalışmaların yöneliminin belirlenmesidir. Analiz sonuçlarının alanda yapılacak yayınlara, araştırmacılara yol göstermesi amaçlanmaktadır.

4. BULGULAR

Bu bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiş, bulgular tablo, grafik ve şekiller ile desteklenmiştir.

4.1. Çalışmaların Türlerine Göre Dağılımı

Tablo 1: Çalışmaların Türlerine Göre Dağılımı

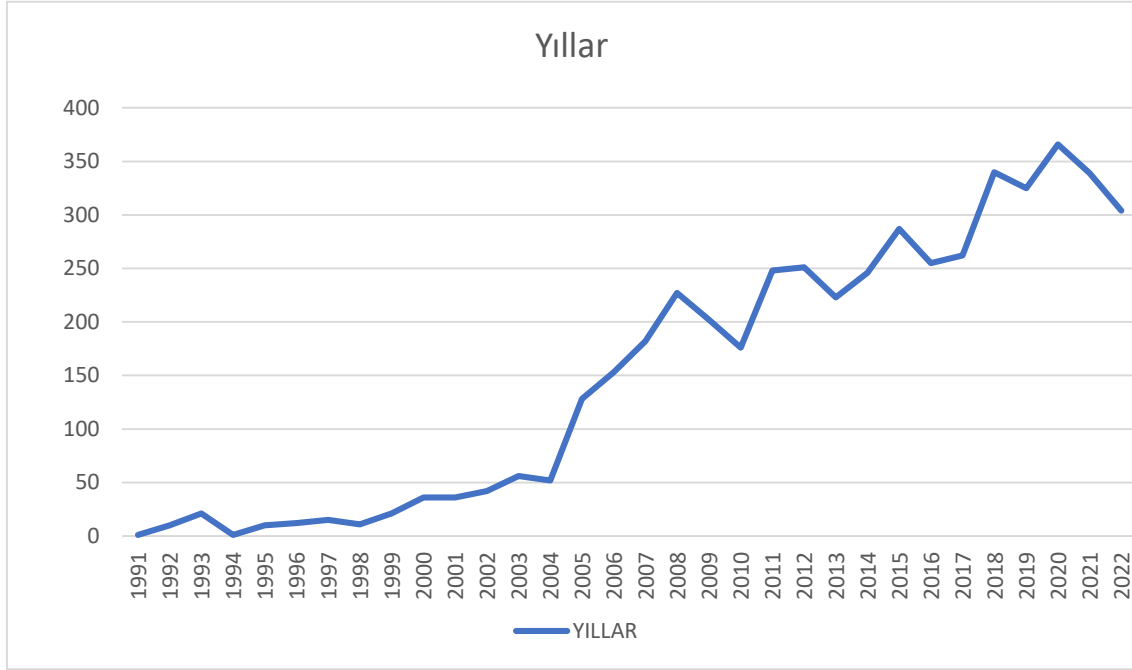
Çalışma Türü	Çalışma Sayısı	Çalışma Yüzdesi (4887 üzerinden)
Makale	4887	100
Kitap Bölümü	412	8.43
Bildiri	160	3.27
Erken Erişim	118	2.41
Veri Makaleleri	4	0.08
Kitap	1	0.02
Geri Çekilen Makale	1	0.02

Kaynak: Web of Science Database

Çalışmalar önce türlerine göre incelenmiştir. Tablo 1 çalışmaların türlerine göre dağılımını göstermektedir. Çalışmaların büyük bir kısmını makalelerin oluşturduğu görülmektedir. Yapılan çalışmaların 4887’si makalelerden oluşurken, 412 adet kitap bölümü, 160 adet bildiri ve 118 adet erken erişim bulunmaktadır. Makale sayısının üstünlüğü bu çalışmada da makale türündeki yayınların ele alınmasına neden olmuştur.

4.2. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Grafik 1: Çalışmaların Yayın Yıllarına Göre Dağılımı



Kaynak: Web of Science Database

Çalışmalar filtrelenirken yayın yılı aralığı olarak Web of Science’da indekslenen 1975-2022 yılları arası yapılan bütün çalışmalar ele alınmıştır. Grafik 1 yapılan yayınların yıllara göre dağılımını göstermektedir. Kurumsal yönetim alanında yayımlanan ilk makalenin 1980 yılında olduğu görülmektedir. Yayın sayısı 1995’de çift basamaklı sayılarda seyretmiş ve 2000’li yıllarda artış başlamıştır. Bu artışa OECD Kurumsal yönetim ilkelerinin 1999 yılında kabul edilip hem OECD üyesi hem de OECD üyesi olmayan ülkelerde kurumsal yönetim girişimlerinin temelini oluşturmuş olması gösterilebilir (OECD, 2014: 9). Ayrıca grafik incelendiğinde yıllar içerisinde dalgalanmalar olsa da pozitif eğilimli olduğu görülmektedir.

4.3. Çalışmaların Dillerine Göre Dağılımı

Çalışmaların dillerine göre dağılımı Tablo 3’te gösterilmektedir. Tablo 3’e bakıldığında çalışmaların %96.03 gibi bir oranla İngilizcenin en çok yayın yapılan dil olduğu görülmektedir. Bu sonuç İngilizcenin bilim dili olduğunu kanıtlar niteliktedir. Türkçe ise 7 çalışma ile ilk 10 ülke arasına girmiştir.

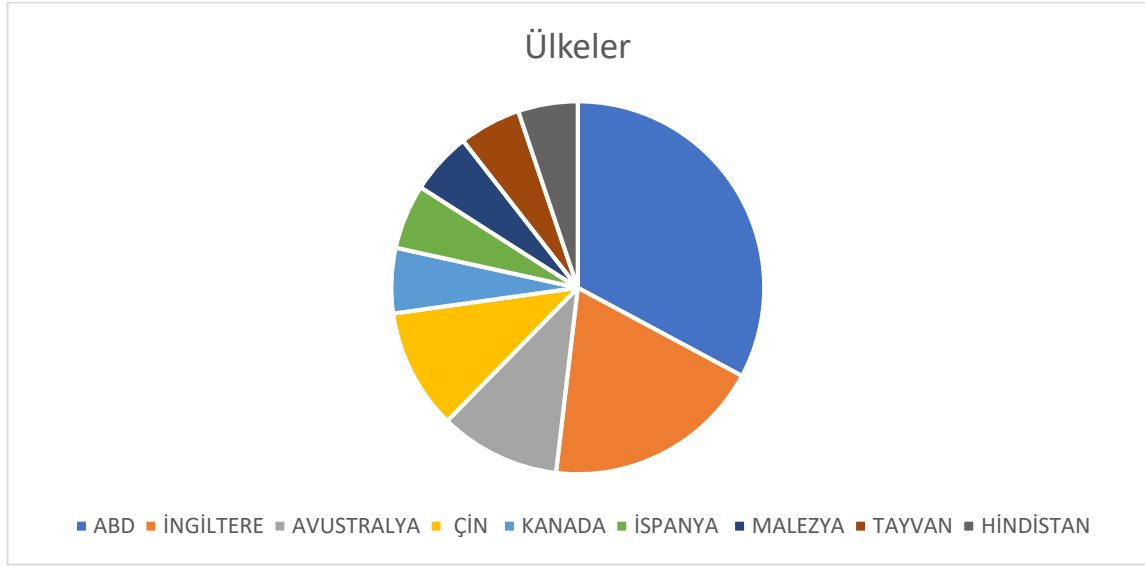
Tablo 2: Çalışmaların Dillerine Göre Dağılımı

Çalışmanın Dili	Çalışma Sayısı	Çalışma Yüzdesi
İngilizce	4693	96.03
Portekizce	81	1.65
İspanyolca	38	0.77
Rusça	15	0.30
Almanca	14	0.28
Fransızca	12	0.24
Çince	10	0.20
Lehçe	7	0.14
Türkçe	7	0.14
Hırvatça	3	0.06

Kaynak: Web of Science Database

4.4. Çalışmaların Ülkelerine Göre Dağılımı

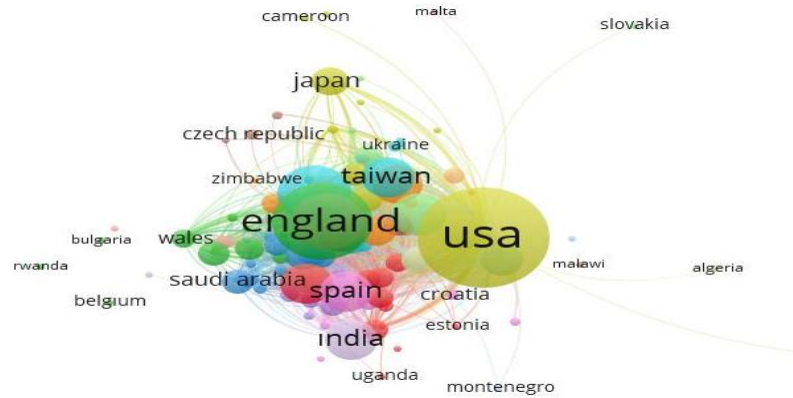
Grafik 3: Çalışmaların Ülkelere Göre Dağılımı



Kaynak: Web of Science Database

Grafik 3 çalışmaların ülkelere göre dağılımını göstermektedir. Grafik 3'e bakıldığında en çok çalışma yapılan ülke 1003 çalışma ile ABD iken, ikinci sırada 581 çalışma ile İngiltere bulunmaktadır. İlk iki ülkeyi sırasıyla, Çin, Avustralya, Kanada ve İspanya takip etmektedir. Yayınların atıf sayılarına göre dağılımı ise ABD 79093 atıf ile ilk sıradayken İngiltere 17684 atıfı ile ikinci sıradadır. Çin yayın sayısı olarak ilk üç ülke içinde olmamasına rağmen atıf sayısı olarak 11298 atıfı ile üçüncü sıradadır.

Şekil 1: Çalışmaların Ülkelere Göre Ağ Analiz Görseli

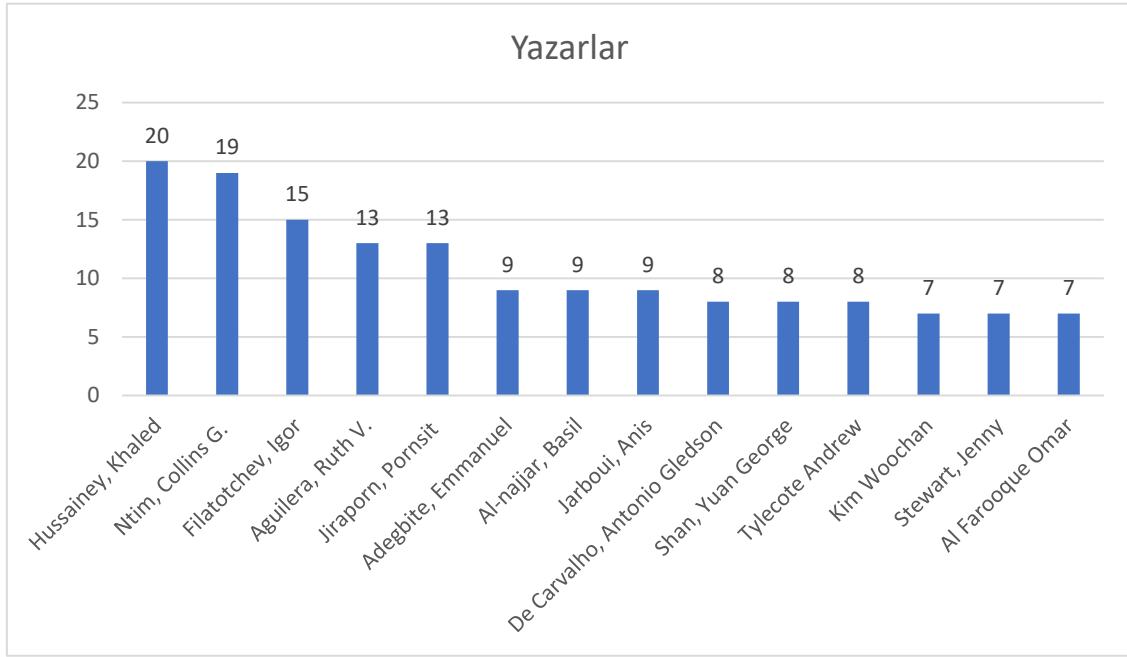


Kaynak: Web of Science Database

Şekil 1 'Kurumsal Yönetim' alanında en çok yayına sahip ülkelerin ağ analiz görselini göstermektedir. Ağ analizi yapılırken vosviewer programı üzerinde 'citation-country' özelliğinden faydalanılmıştır. Citation-country türü ile 109 küme 17 maddeye ulaşılmıştır. Ağ analiz görseline göre bağlantı gücü en yüksek ülke ABD'dir. Bağlantı gücü bir ögenin ile diğer ögeler arasındaki ilişkinin gücünü ifade etmektedir (van Eck & Waltman, 2017: 5).

4.5. Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı

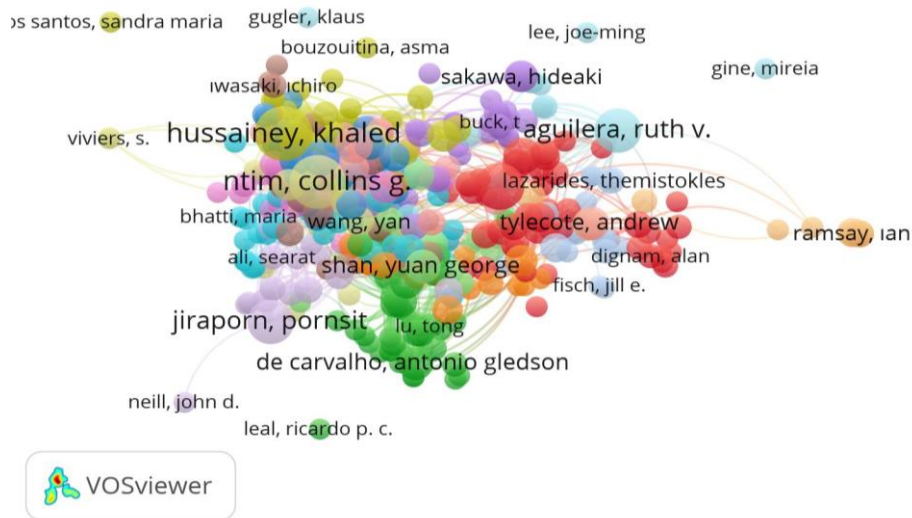
Grafik 3: Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı



Kaynak: Web of Science Database

Grafik 3 çalışmaların yazarlara göre dağılımını göstermektedir. Grafikte en etkin 15 yazar yer almaktadır. Bu dağılıma göre en çok yayını olan yazar ‘Hussainey Khaled’ 20 yayınlı ilk sıradadır, aldığı atıf sayısı ise 556’dır. İkinci sırada 19 yayını ve 1092 atıf ile ‘Ntim Collins’ ve üçüncü sırada 15 yayını 905 atıf ile ‘Filatotchev Igor’ bulunmaktadır. Aguilera Ruth ise 13 yayını sayısı ile dördüncü sırada olmasına rağmen tüm yazarlar içinde 1135 atıf ile ilk sıradadır.

Şekil 2: Çalışmaların Yazarlara Göre Ağ Analizi Görseli



Kaynak: Web of Science Database

Şekil 2 çalışmaların yazarlara göre ağ analiz görselini göstermektedir. Görselleştirme için vosviewer programı kullanılmış, programın ‘citation-authors’ özelliğinden faydalanılmış; 434 küme 16 maddeye ulaşılmıştır. Bağlantı gücü incelendiğinde; bağlantı gücü en yüksek yazar, yayını sayısında ikinci olan ‘Ntim Collins’ iken ‘Kim Woochan’ yayını sayısı düşük olmasına rağmen bağlantı gücü bakımından en etkin ikinci yazardır.

4.6. Çalışmaların Kurumlara Göre Dağılımı

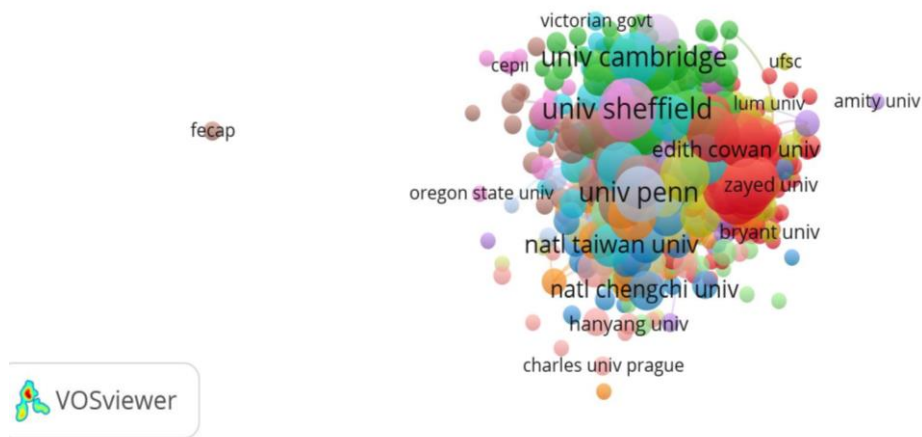
Tablo 3: Çalışmaların Kurumlara Göre Dağılımı

Kurumlar	Çalışma Sayısı	Atıf Sayısı
University Of Sheffield	38	703
University Of Penn	31	8590
University Of Manchester	31	1521
Universiti Utara Malaysia	31	653
University Of Southampton	30	1325
NYU University	29	3117
Griffith University	29	575
University Of Cambridge	28	715
Penn State University	27	1328
Harvard University	26	8326
University Of Ghana	26	787
La Trobe University	26	564
University Of Portsmouth	26	280
University Sains Malaysia	26	611
Korea University	25	1712
University Sao Paulo	23	115

Kaynak: Web of Science Database

Tablo 4 çalışmaların kurumlara göre dağılımı göstermektedir. En çok yayın yapan kurumlara bakıldığında üniversitelerin baskın olduğu görülmektedir. ‘University Of Sheffield’ 38 çalışma ile en çok yayın yapan kurumdur ve 703 atıf almıştır. İlk sırayı 31’er adet çalışma ile ‘University Of Penn’ ve ‘University Of Manchester’ takip etmektedir. Bu iki kurumun aldığı atıf sayılarına bakıldığında ‘University Of Penn’ 8590 atıf ile bütün kurumlar arasında ilk sıradayken ‘University Of Manchester’ 1521 atıf almıştır. Yayın sayısına göre onuncu sıradaki ‘University of Harvard’ ise 8326 atıf ile dikkat çekmektedir.

Şekil 3: Yayınların Kurumlara Göre Ağ Analizi Görseli



Kaynak: Web of Science Database

Şekil 3 yayınların kurumlara göre dağılımının ağ analizini göstermektedir. Analiz yapılırken ‘citation-organization’ özelliğinden faydalanılmış; 759 küme 14 maddeye ulaşılmıştır. Atıf sayısı ile dikkat çeken ‘University of Harvard’ ağ analizinde de bağlantı gücü en yüksek kurumdur.

Yayınlarda en çok tercih edilen anahtar kelimeler sırasıyla 'Board of Director' 'Corporate Social Responsibility' 'Agency Theory' olmuştur.

SONUÇ

Bu çalışmada Web of Science veri tabanına dayalı bir bibliyometrik analiz yapılarak Kurumsal Yönetim alanındaki çalışmalar incelenmiştir. Bibliyometrik veriler sistematik bir şekilde incelenerek konuya dair genel bir perspektif sunulmuştur.

Analize konu olan veriler; Web of Science veri tabanından elde edilmiş özel bir yazılım programı olan VOSviewer' a aktararak görselleştirmeler atıf ve ağ analizleri yapılmıştır. Analize konu olan çalışmalar; türlerine, yayınlandığı yıllara, yayım dillerine, yapıldığı ülkelere, yazarlarına, yapıldığı kurumlara ve yayınevlerine göre incelenmiş, elde edilen sonuçlar tablolar ve grafikler eşliğinde açıklanmıştır.

Çalışmalar yayın türlerine göre incelendiğinde 4887 çalışma ile 'Makale' ön plandadır. Bu durum da analiz için yayın türü olarak makalenin seçilmesine neden olmuştur. Yayın yılları esas alınarak yapılan değerlendirmede kurumsal yönetim alanında yapılan ilk yayının 1980 yılında yapıldığı görülmektedir. 2000'li yıllardan sonra yapılan çalışma sayısında artış başlamış ve grafik günümüze kadar pozitif yönde seyretmiştir. Artış hızının güç geçtikçe artması konuya olan ilgiyi gözler önüne sermektedir.

En çok yayın yapılan ülkeler 'ABD (%33)' ve 'İngiltere (%19)' iken, en çok yayın yapılan dil incelendiğinde 'İngilizcenin (%96.03)' baskın üstünlüğü görülmektedir.

Çalışmalar yazarlarına göre analiz edildiğinde en çok yayını olan yazar 'Hussainey Khaled' 20 yayınlı ilk sıradadır, aldığı atıf sayısı ise 556'dır. Yazarlar atıf sayılarına göre incelendiğinde ise 1135 atıf ile Aguilera Ruth ilk sıradadır. En çok yayın yapan kurumlara bakıldığında listede üniversitelerin baskın olduğu görülmektedir. 'University Of Sheffield' 38 çalışma ile en çok yayın yapan kurumdur ve 703 atıf almıştır. Kurumlar atıf sayılarına bakıldığında 'University Of Penn' 8590 atıf ile bütün kurumlar arasında ilk sıradadır. Çalışmaların yayınevlerine göre dağılımını incelendiğinde ilk sırada 'Emerald Group Publishing' yer alırken listede sırasıyla 'Wiley', 'Elsevier' ve 'Springer Nature' bulunmaktadır.

Çalışma sonucu elde edilen bulgular, alana dair genel bir bakış açısı sunması, çalışmaların eğilimini ortaya koyması açısından önemlidir. Bu anlamda alanda ilerleyen zamanlarda yapılacak çalışmalara katkı sunması amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdullah, H. ve Valentine, B. (2009). 'Fundamental and Ethics Theories of Corporate Governance', Middle Eastern Finance and Economics, 4, s. 88-96.
- Ataman, B., Gökçen, G., Cavlak, H. ve Cebeci, Y. (2017). 'Kurumsal Yönetim Algısı ile Kurumsal Yönetim Notu Arasındaki İlişkinin Analizi', Maliye Finans Yazılar, 107, s. 161-186.
- Ayboğa, H. M. (2021). 'Kurumsal Yönetim ve Kurumsal Yönetim Endeksi', Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, 5(1), s. 59-69.
- Aysan, M. A. (2007). 'Muhasebe ve Kurumsal Yönetim', Muhasebe ve Finansman Dergisi, 35, s. 17-24.
- Bao, X., Zhang, H., Pan, K. ve Wei, C. (2020). 'A Bibliometric Analysis of Research on Auditing for Sustainable Corporate Governance' Proceedings - 2020 2nd International Conference on Economic Management and Model Engineering, ICEMME 2020, s. 132-139. <https://doi.org/10.1109/ICEMME51517.2020.00034>
- Boğan, E. (2020). 'Turizm ve Ağırlama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma', Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 17(1), s. 84-99.
- Boğan, E., Çalışkan, C. ve Dedeoğlu, B. B. (2018). 'Turizm Yazınında Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Türkiye'de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi', Turizm Akademik Dergisi, 5(2), s. 47-62.
- Çelik, N. ve Bedük, A. (2014). 'Vekalet Teorisi Yaklaşımı ile İşlem Maliyeti Arasındaki İlişki', Sakarya İktisat Dergisi, 3(1), s. 43-67.
- Dereköy, F. (2015). 'Kurumsal Yönetim ve Temel Dinamikleri', Journal of Economics and Management Research, 4(1), s. 31-51.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. ve Lim, W. M. (2021). 'How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines', Journal of Business Research, 133, s. 285-296.
- Ellegaard, O. ve Wallin, J. A. (2015). 'The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact? Scientometrics', 105(3), s. 1809-1831.
- Ellili, N. O. D. (2022). 'Bibliometric analysis on corporate governance topics published in the journal of Corporate Governance: The International Journal of Business in Society', Corporate Governance. <https://doi.org/10.1108/CG-03-2022-0135>
- Evren, S. ve Kozak, N. (2014). 'Bibliometric Analysis of Tourism and Hospitality Related Articles Published in Turkey', Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 25(1), s. 61-80.
- Huang, C.-Y. ve Ho, Y.-S. (2011). 'Historical research on corporate governance: A bibliometric analysis' African Journal of Business Management, 5(2), s. 276-284.
- Karamustafa, O., Varıcı, İ. ve Er, B. (2009). 'Kurumsal Yönetim ve Firma Performansı: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Firmalar Üzerinde Bir Uygulama', Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(17), s. 100-119.
- Kaya Özbağ, G. ve Hazar, M. (2021). 'Denizcilikte Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi', Social Mentality And Researcher Thinkers Journal, 7(54), s. 3619-3628.
- Koçel, T. (2003). İşletme Yöneticiliği, 9. bs., Beta Yayınları, İstanbul.
- Mumu, J. R., Saona, P., Haque, S. ve Azad, A. K. (2022). 'Gender diversity in corporate governance: a bibliometric analysis and research agenda', Gender in Management, 37(3), s. 328-343.
- Mumu, J. R., Saona, P., Russell, H. I. ve Azad, M. A. K. (2021). 'Corporate governance and remuneration: a bibliometric analysis', Journal of Asian Business and Economic Studies, 28(4), s. 242-262.
- Naciti, V., Cesaroni, F. ve Pulejo, L. (2021). 'Corporate governance and sustainability: a review of the existing literature', Journal of Management and Governance, 26, s. 55-74.
- OECD. (2004). OECD Principles of Corporate Governance. [OECD].
- TDK. (2022). Türk Dil Kurumu, erişim tarihi 26.12.2022. www.tdk.gov.tr.
- Tenteriz, Y. ve Akkaya, G. C. (2021). 'Kurumsal Yönetim Üzerine Bir Yazın Taraması', Journal of Research in Entrepreneurship Innovation and Marketing, 5(10), s. 113-133.
- Tunger, D. ve Eulerich, M. (2018). 'Bibliometric Analysis of Corporate Governance Research in German-Speaking Countries: Applying Bibliometrics to Business Research Using a Custom-made Database', Scientometrics, 117(3), s. 2041-2059.
- Van Eck, N. J., ve Waltman, L. (2017). VOSviewer Manual.
- Yusoff, W. F. W., ve Alhaji, I. A. (2012). Insight of Corporate Governance Theories. Journal of Business & Management, 1(1), 52-63. www.todayscience.org/jbm

Maskotların Şehir Marka İmajına Etkisi: Bursa Örneği

The Effect of Mascots on the City Brand Image: The Case of Bursa

Mustafa YALÇIN *

Erdem GEÇİT **

Maskotlar, şehir markaları için hedef kitlenin dikkatini çekebilen ve onların zihinlerinde kolay yer edinebilen tanıtım araçlarıdır. Şehirler ile hedef kitleler arasında duygusal bağ kurmada önemli rol oynayan maskotlar, şehirlerin markalaşma sürecine önemli katkı sunmaktadır. Özellikle şehirlerin ortak değerlerini yansıtan ve şehrin sosyal dokusu ile uyumlu maskotların, şehirleri rakiplerinden farklılaştıracağı ve hedef kitle zihninde daha güçlü bir imajın oluşmasını sağlayacağını söylemek mümkündür. Mevcut araştırma ile timsah maskotunun, Bursa'nın şehir imajına olan etkisinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında timsah maskotu algıları ile Bursa'nın şehir imajı arasında ilişkiyi ortaya koymak amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel desen tercih edilmiştir. Söz konusu araştırmada kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenmiş Bursa'da yaşayan 309 şehir sakinine anket yapılarak veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Bu kapsamda timsah maskotu ile şehir imajı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ve timsah maskotunun Bursa şehir imajı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada maskotların ticari markaların imajlarına sağladığı katkılardan farklı olarak şehir marka imajına olan katkısı tespit edilmiştir. Bu yönüyle şehir markası ve marka maskot literatüründeki boşlukların giderilmesi ve bu bağlamda gelecek çalışmalar için yol gösterici olması bakımından önem taşımaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Maskotlar, Marka, Şehir Markalaşması, Şehir İmajı

ABSTRACT

Mascots are promotional tools for city brands that can attract the attention of the target audience and have an easy place in their minds. Mascots, which play an important role in establishing emotional bonds between cities and target audiences, make an important contribution to the branding process of cities. It is possible to say that mascots, which represent the common values of cities and are compatible with the social texture of the city, will differentiate cities from their competitors and create a stronger image in the minds of the target audience. With the current research, it is aimed to measure the effect of the crocodile mascot on the city image of Bursa. Within the scope of the research, relational design, one of the quantitative research methods, was preferred in order to reveal the relationship between the perceptions of the crocodile mascot and the city image of Bursa. In the aforementioned research, data were collected and analyzed by conducting a survey on 309 city residents living in Bursa, who were determined according to the convenience sampling method. In this context, it has been concluded that there is a positive and significant relationship between the crocodile mascot and the city image, and that the crocodile mascot has a positive effect on the city image of Bursa. In the study, the contribution of mascots to the city brand image was determined, different from the contributions of the trademarks. In this respect, it is important in terms of eliminating the gaps in the city brand and brand mascot literature and being a guide for future studies in this context.

KEYWORDS

Mascots, Brand, City Branding, City Image

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 21.11.2022		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 29.04.2023
Atıf	Yalçın, M. ve Geçit, E. (2023). Maskotların Şehir Marka İmajına Etkisi: Bursa Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 166-179.	

* Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, mustafa.yalcin@ikc.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1269-4540

** Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, erdempitt@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6077-0910

GİRİŞ

Ekonomik yaşamın ayrılmaz parçalarından biri olan markalar, pazarda kendilerini var edebilmek, rakiplerinden ayrılmak ve tüketicilerin zihnine yerleşebilmek amacıyla insanlara benzer biçimde çeşitli kimlik unsurları sahiplenirler. Bu açıdan her markanın insanlar gibi kendine özgü kimliği ve marka kişiliği vardır (İnce ve Uygurtürk, 2019: 226). İsim, renk, cinsiyet, ses, dil gibi kimlik öğeleri toplum içinde bireylerin özvarlığını meşru kılarken pazarlarda da markaların kurumsal tescilini belirlemektedir. Markaların rasyonel ve irrasyonel değerlerinden doğan kimlik özellikleri, tüketiciler ile markalar arasında bağ kurucu nitelikler taşımaktadır. Kimlik unsurları markanın fiziksel özelliklerinin yanı sıra kültürünü, kişiliğini veya kuruluş felsefesini tüketicilerine aktarmaktadır. Bu sayede markalar ile müşterileri arasında sadece para karşılığı alışveriş değil aynı zamanda karşılıklı duyguların paylaşımı da gerçekleşmektedir. Söz gelimi kadına yönelik şiddetin yarattığı mutsuzluklar ve buna yönelik tepkiler, markalar ve müşterilerinin ortak sesi olabilmektedir. Diğer taraftan ülkenin milli futbol takımının aldığı başarılar sonucu marka ile müşterileri ortak mutluluğu yaşayabilmektedirler. Bu bağlamda markanın kimliğinin olması, markanın yaşayan bir organizasyon olduğunu göstermektedir.

Logo, isim, renk, ses, müzik, mimari, tipografi, ambalaj, maskot gibi pek çok görsel ve işitsel öğe, markaların tüketicileri ya da paydaşlarıyla olan iletişimine yön veren araçlardır (Dağtaş, 2012: 87). Söz konusu öğeler arasında maskotlar görsel ve işitsel özellikleri birlikte taşıyabilmektedir. Maskotlar diğer kimlik öğelerinden farklı olarak, markaya ilişkin daha bütünsel bir iletişim stratejisini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle maskotlar sadece bir kimlik unsuru değil aynı zamanda markanın hikayesinin anlatıcılığını üstlenen, tüketiciler ile marka arasındaki ortak payda işlevi görmektedir. Maskotlar her yaşta hedef kitle ile iletişime geçebilir, temas kurabilir başta marka vaatlerini iletme üzere tüketicilerden geri bildirim almaya kadar pek çok fonksiyonel faydaya sahiptir. Maskot iletişimindeki temel nokta; markanın özvarlığının, kültür, kimlik ve felsefesi gibi kuruluş değerlerinin tüketiciye aktarılmasını sağlamaktır. Bu özellikleri ile kimlik öğesinin ötesine geçerek bir iletişim stratejisi olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bugün dünya nüfusunun büyük bölümünün yaşadığı şehirler de birer marka niteliği taşımaktadırlar. Yönetimi, içinde yaşayan bireyleri, fiziksel ve manevi varlıkları, paydaşları ve rakipleriyle şehirler de markalaşmaktadırlar. Başta turizm olmak üzere sanayi, eğitim, sağlık gibi çeşitli alanlarda şehirler markalaşarak kimlik kazanmaktadırlar. Kurumsal markalarda olduğu gibi marka şehirler de bazı kimlik öğeleri taşımaktadır. Logo, müzik, renk ya da maskot gibi kimlik öğeleri ticari markaların yanı sıra marka şehirlerin de olmazsa olmazlarından. Şehir halkının ekonomik, siyasi, kültürel değerlerinin yansımaları olan kimlik unsurları, hem marka şehrin hatırlatıcıları hem de olumlu algılamaların zemin hazırlayıcıları olarak ifade edilebilmektedir. Şehirlerin maskotları da ticari markalara benzer şekilde olumlu imaj yaratma sürecinde önemli roller üstlenmektedir. Buradan hareketle, “Maskotların Şehir Marka İmajına Etkisi: Bursa Örneği” başlıklı bu çalışmada, marka şehirlerin kimlik öğesi ve iletişim stratejilerinin bir parçası olan maskotların, olumlu imaj yaratmadaki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, şehir maskotunun ortak değeri temsil edip etmeme durumunun tespit edilmesi, marka imajı yaratmada maskotların algılanma düzeylerinin ortaya konması araştırmanın ana amacını taşımaktadır.

1. KURAMSAL ZEMİN

1.1. Marka İletişim Aracı Olarak Maskotlar

Her marka faaliyet gösterdiği pazar içerisinde ayakta kalabilmek, karlılığını artırmak ve rekabet avantajı sağlayabilmek amacıyla sürdürülebilir marka iletişimine gereksinim duymaktadır. Bu bağlamda çok sayıda rakip arasından sıyrılarak hedef kitleye ulaşabilmek ve potansiyel müşterilerde satın almaya yönelik davranış değişikliği yaratabilmek temel amaç olarak kabul edilebilir. Markalar, ürün ya da hizmetlerinin satışını gerçekleştirmek üzere hedef kitlenin dikkatini çekecek, onlarda farkındalık yaratacak ve onları ikna edecek iletişim araçları ve faaliyetleri geliştirmektedirler. Gerek konvansiyonel gerekse dijital mecralarda görsel ve işitsel çeşitli içerikler üretilerek rakiplerden farklılaşma çabaları yürütülmektedir. Trout ve Rivkin (2008: 21-22) “Differentiate or Die” isimli çalışmada markaların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için rakiplerinden farklılaşmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Ancak farklılaşma mücadelesi içerisinde markanın kurumsal kimliğinden, kültürel değerlerinden ve amaçlarından sapmaması gerektiğini göz önünde bulundurması gerekmektedir. Bu değerler markanın varlık sürecinde markayı ayakta tutmakta ve çevresiyle olan ilişkilerini düzenlemektedir.

Pazarlarda yaşanan rekabet savaşı her geçen gün daha da sertleşmekte, markalar varlıklarını devam ettirebilmek ve hedef kitlelerine yakınlaşabilmek için daha da fazla enerji harcamaktadırlar. Pazarlama iletişimi kapsamında reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış ve diğer hedef kitleyle temas sağlayacak iletişim

yöntemlerine daha fazla bütçe, emek ve zaman yatırımı yapmaktadırlar. Şüphesiz marka kimliğinin inşası da markaların rekabet ortamında gerçekleştirdikleri önemli yatırımlardan biridir.

Markayı kurumsal düzeyde tanımlayan, rakiplerinden ayrışmasını sağlayan ve tüketicilerin markaya dair algılamalarını yönlendiren tüm görsel ve işitsel unsurların standardizasyonu kurumsal kimlik olarak açıklanabilmektedir. Logo, isim, renk, simge, slogan, ses, müzik, mimari ve maskotlar kurumsal kimlik öğeleri olarak sıralanabilmektedir. Markanın kuruluş değerlerinden doğan kimlik öğeleri, markanın yasalarla korunmasını sağlarken, hedef kitlenin zihninde kalıcı olarak yerleşmesine yardımcı olmaktadır. Markanın bir kimlik unsuru olarak geliştirilmesinin gerektiğini ifade eden Watkins ve Lee, kimlik unsurlarının tüketicilerle marka arasındaki iletişim sürekliliğini sağladığını ifade etmişlerdir (2016: 478).

Markanın kimlik unsurları kolay ve kısa zamanda değişmemektedir. Bu nedenle markayla birlikte tüketicilerin zihninde uzun yıllar yaşamaya devam ederler. Söz konusu kimlik unsurları farklı etki ve işlevlere sahip olsalar da temelde markanın varlığını meşrulaştırmakta ve hatırlanabilir kılmaktadır. Bu unsurlar arasında maskotların, diğerlerine oranla hem görsel hem de işitsel olması açısından daha karmaşık ve etki düzeyi yüksek bir yapıya sahip olduğu söylenebilmektedir (Fırlar ve Dünder, 2011: 334).

Sürdürülebilir marka iletişimi kapsamında kurumsal kimliğin bir öğesi olan maskotlar, marka ile tüketici arasındaki duvarları kaldıran, markanın mesajlarını tüketicilere ileten bir araç olarak ifade edilebilir. Kotler ve Armstrong (2008: 409), pazarlama uzmanlarının markaya ait mesajları, sporcular, film yıldızları veya çizgi kahramanlar aracılığıyla ilettiklerini belirtmişlerdir. Ticari karakter ya da maskot olarak adlandırılan bu mesaj aktarıcıları, marka mesajlarını aktarmakla kalmaz markaya yönelik olumlu imaj yaratmak amacıyla da önemli görevler üstlenmektedir.

Maskot kavramı etimolojik olarak ele alındığında “tılsım ya da cazibe” anlamı içeren Fransızca “Mascotte” kavramından türediği görülmektedir (Stevens, Maclaran ve Kearney, 2014: 110). Bireylerin bazen de toplumların başarı ve şans kaynağı olarak kabul edilen doğal veya yapay objeler, oyuncaklar, heykeller, resimler, hayvan postları vb. pek çok materyal maskot olarak kullanılmıştır. Tarihsel süreci uzun bir geçmişe dayansa da özellikle yerli kabilelerde maskot kültürünün yoğun olarak yaşandığı bilinmektedir (King ve Springwood, 2001: 2). Günümüzde ise hala milyonlarca insan veya çok sayıda toplum, kutsal kabul ettikleri, şans ve başarı getirdiğine inandıkları materyalleri ya da hayali olarak canlandırdıkları varlıkları maskot olarak sahiplenmektedirler.

Maskotlar tarih boyunca gerek bireyler gerekse toplumlar için farklı anlam ve öneme sahip olmuşlar, politik, ekonomik, sosyal boyutlarda eğitim kurumlarından sağlık kurumlarına, spor kulüplerinden eğlence merkezlerine, sivil toplum kuruluşlarından kamu kurumlarına kadar çok sayıda organizasyon tarafından kullanılmışlardır (Burkley, Burkley, Andrade ve Bell, 2017: 224, Tek, 2004: 30). Bunlarla birlikte Türkiye ve dünyada bazı şehirlerin veya ülkelerin de kendilerine ait maskotları bulunmaktadır.

Karadağ (2015: 27-28) maskotları, ticari/ticari olmayan, yapay/doğal ve nesne/canlı maskotlar olarak sınıflandırmaktadır. Ancak ticari bir maskot aynı zamanda doğal ve nesne olabildiğinden dolayı bu sınıflandırmayı ticari ve ticari olmayan maskotlar biçiminde iki ana başlık altında toplamak daha yararlı görülmektedir. Literatürde ticari maskotlara ilişkin önemli bir sınıflandırma daha bulunmaktadır. Buna göre ticari maskotlar, marka ve reklam maskotları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Reklam maskotları, yalnızca reklam kampanyası boyunca markaya hizmet eden, söz konusu kampanyaya özgü hazırlanmış kısa süreli maskotlardır. Marka maskotları ise markanın kurumsal kimliğinin bir parçası haline gelmiş, uzun yıllar devam eden, markanın tüm iletişim faaliyetlerinde yer alan ve markayı hatırlatıcı özelliklere sahip maskotlar olarak tanımlanmaktadır (Beirao, Lencastre ve Dionísio, 2007: 3, Fırlar ve Dünder, 2011: 334, Tosun ve Kalyoncu, 2014: 89).

İlk marka maskotu Michelin markası tarafından 1894 yılında “*Michelin Man*” adıyla tasarlanmıştır (İlisulu, 2011: 157). Maskotların, marka iletişimi sürecindeki katkıları ve markaya olumlu imaj kazandırmadaki başarılarının anlaşılması üzerine günümüzde hala çeşitli sektörlerden çok sayıda marka tarafından maskotlar kullanılmaktadırlar. Küçükerdoğan’a (2012: 87-88) göre; marka maskotları “kişileşmiş ve görselleştirilmiş” hayvan, nesne veya hayali insan karakterlerdir. Maskotlar, markanın amaç ve hedefler doğrultusunda kişiliğinin oluşabilmesi için doğru mesajların iletimini yapan önemli bir iletişim aracıdır (Singh ve Satyaprakash, 2014: 84).

Maskotların, markaların olumlu imaj oluşturma yolunda farklı açılardan pek çok katkısı bulunmaktadır. Aaker ve Joachimsthaler’a (2000: 308) göre; marka maskotunun hedef kitleyle güçlü bağlar kurması, markaya ilişkin olumlu algı geliştirmesine dolayısıyla marka varlığının güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Marka maskotları marka değerini artırırken, markanın bilinirliğini ve markaya olan farkındalığı da artırmaktadır (Bergh ve Behrer, 2011: 137). Singh ve Satyaprakash’a (2014: 85) göre; marka maskotları olumlu duyguların ve potansiyel müşterilerde olumlu imajların yaratılmasını sağlayan güçlü bir iletişim

aracıdır. Keller (2013: 27-28) ve Mizerski (1995: 50) ise marka farkındalığı yaratmada maskotların çok faydalı olduğunu vurgulamışlardır.

Batı (2017: 82), maskotların reklamlar aracılığıyla markaya ilişkin tüketicilerin zihninde bir bağlam yarattığını ifade etmektedir. Maskotların, markanın kimlik unsuru olduğunu diğer bir deyişle markanın nesnel ve nesnel olmayan özelliklerini taşıdığı tüketicilerin zihninde marka ile birlikte konumlandığını vurgulamıştır. Fırlar ve Dünder (2011: 334), maskotların marka farkındalığına olan etkilerini şu şekilde sıralamışlardır:

- Görsel ve işitsel açıdan zengin olan maskotlar, pazarlama mesajlarının yaratıcılığını güçlendirmektedir.
- Markalar, maskotlar sayesinde tüketicilerle sık iletişim kurabilir ve satın almaya daha fazla motive edebilirler.
- Maskotlar, markaların tüketicilerle kurdukları iletişimin dinamizmini artırır ve daha interaktif hale getirerek iletişim sürecine katılımlarını sağlar.

Heckman'a (1999: 2) göre; maskotlar, tüketicilerle markalar arasındaki ilişkinin maskotu olmayan markalara göre daha iyi olduğunu belirtmiştir. Maskotlar sayesinde tüketiciler markayı, ürün ve hizmetlerini daha iyi algılamaktadır. Algıların gerçeklerden daha faydalı olduğunu belirten Kotler ve Keller (2016: 189), tüketicilerin markaya olan algılarının olumlu olmasında maskotların önemli görevler üstlendiğini ifade etmişlerdir.

1.2. Şehir İmajı ve Maskotlar

Marka olma olgusu tüm sektörlerde olduğu gibi ülkeler ve şehirler için de ivme kazanmaktadır. Şehirler, yatırımcı, turist ve nitelikli insan kaynağını çekmenin, şehir sakinlerinin memnun etmenin ve rakip şehirlerden farklılaşmanın yolunun markalaşmadan geçtiğinin farkındadır. Bu bağlamda şehir yerel yönetimleri başta olmak üzere, kamu kurumları, özel sektör kurumları, meslek örgütleri ve diğer tüm sivil toplum örgütleri şehrin markalaşması için gerek makro gerekse mikro düzeyde çalışmalar yürütmektedir. Söz gelimi İzmir Kalkınma Ajansı tarafından 2011 yılında İzmir'in markalaşması ile ilgili 17 şehirde ve 10 ülkede saha araştırması yaparak "İzmir Kentsel Pazarlama Stratejisi" planı hazırlanmıştır. Bu bağlamda İzmir'in markalaşması için makro ve mikro düzeyde 171 eylem planı oluşturulmuştur. Bu planın uygulanması için şehirde yer alan paydaş kurumlar arasında görev dağılımı yapılmıştır (Vural ve Yalçın, 2017: 313). Şehir marka imajı oluşturmada birden fazla kuruma sorumluluğun düştüğünü aksi takdirde şehir marka imajı oluşturma sürecinin güç olduğunu söylemek mümkündür.

Şehir markalaşması, rekabet avantajı elde etmek amacıyla şehrin potansiyeli ortaya koyma hedefiyle durum analizi, şehrin vizyon ve marka kimliğini kurgulandığı ve bu doğrultuda şehrin konumlandırıldığı süreç olarak tanımlanmaktadır (Başçı, 2012: 64). Şehirlerin markalaşması, bir ürün ve hizmet markalaşmasına göre oldukça kapsamlı ve zor bir süreçtir. Bunun temelinde ise şehirlerin bir ürün ve hizmet markasına göre oldukça fazla bileşenlere ve değişkene sahip olması yatmaktadır. Dünyada birçok şehir markalaşma sürecini tamamlamış ve güçlü marka imajına ulaşmıştır. Küresel Şehirler Endeksi (Global Cities Index) 2020-2021 verilerine göre dünyanın en etkili şehirleri arasında şu şehirler bulunmaktadır:

Tablo-1: 2020 ve 2021 yılı Global Şehirler Endeksi

Şehirler	2021	2020	2020-2021
New York	1	1	-
Londra	2	2	-
Paris	3	3	-
Tokyo	4	4	-
Los Angeles	5	7	+2
Beijing	6	5	-1
Hong Kong	7	6	-1
Chicago	8	8	-
Singapur	9	9	-
Şangay	10	12	+2

Kaynak: (Kearney, 2022)

Bu araştırmada örnekleme dâhil olan 156 şehir; iş hayatı, insan sermayesi, bilgi değişimi, kültürel yaşam ve siyasal bağlantı olmak üzere beş ana başlık üzerinden değerlendirilmiştir. Bu başlıklar üzerinden en etkili on şehir belirlenmiştir.

Şehirlerin marka olma isteklerinin altında; yatırımcı getirme, turist çekme, şehri cazibe merkezi haline getirme ve nitelikli insan kaynağı çekme gibi pek çok neden yatmaktadır. Marka olma sürecinde şehirlerin; şehir sakinleri, turistler, yatırımcılar, meslek örgütleri ve sivil toplum örgütleri olmak üzere birden fazla hedef kitlesi bulunmaktadır. Bu sebeple bu hedef kitlelerin hiçbirinin ihmal edilmemesi ve bunlarla sağlıklı bir iletişim sürecinin yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Merrilees ve arkadaşları, şehirlerin tek bir hedef kitle grubuna odaklanmasını büyük hata olarak değerlendirmiştir (Merrilees, Miller ve Herington, 2012: 1034).

Şehirler gerek planlı gerekse plansız olarak yaptıkları tüm faaliyetler neticesinde hedef kitlelerin zihninde imaj oluşturmaktadır. Şehir imajı, hedef kitlelerin şehir ile ilgili dolaylı ve dolaysız izlenimleri, inançları, duyguları ve fikirlerinin iç etkileşimlerinin sonucunda ortaya çıkmaktadır (Geçikli, 2012: 10). Şehir imajı, şehir ile ilgili zihinlerde oluşan anlamlar bütünüdür. Şehir imajı yaratılmasında sürecinde tutarlı ve özgün bir şehir kimliğinin oluşturulması gerekmektedir. Şehirleri her yönüyle temsil eden şehir kimliği, şehrin tarihine, kültürüne, endüstriyel yapısına ve çevresel faktörüne bağlı olarak şekillenmektedir (Inn, 2004: 234).

Şehir imajını etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Şehrin nüfus yapısı, siyasal yapısı, nüfus büyüklüğü, suç oranı, sosyoekonomik durum, istihdam durumu ulusal kurumların sayısı, medya kapsamı, eğlence seçenekleri, turistik veya kültürel değerleri ve fiziksel görünümü bu faktörler altında yer almaktadır (Avraham, 2004: 472). Bunların yanında şehrin kimliğini yansıtan sembolik değerler de şehir imajını etkilemektedir. Şehrin sloganı, şehrin görsel sembolleri (logo, amblem) veya şehre ait maskotlarda şehir imajını etkileyebilmektedir. Maskot oluşturma, finansal açıdan çok etkili ve sürdürülebilir olduğu için şehir markalaşması ve şehir imajı için önemli stratejilerin başında yer almaktadır (Satyagraha ve Mahatmi, 2018: 7).

Şehirlerin markalaşma sürecinde kimlik unsuru olan maskotlar, şehirlerin ekonomik, kültürel, çevresel ve siyasi değerlerinin bütünsel yansımasıdır. Maskotlar, logo ve slogan gibi kimlik unsurlarından farklı olarak şehirler görsel ve işitsel özelliklerini barındırabilmektedir. Bu sebeple hedef kitlelerin zihninde daha kolay algılanır ve uzun süre hafızada yer edebilmektedir. Buna ek olarak maskotlar, şehirlerin vaatlerini hedef kitleye aktarmaktadır. Hedef kitle ile şehir arasında kurulacak sıcak, samimi ve güvene dayanan duygusal bağların kurulmasında büyük rol üstlenmektedir.

Pazarlama iletişimi kapsamında ticari markaların önemli iletişim araçlarından biri olan maskotlar, marka şehirlerin tanıtım faaliyetlerinde önemli faydalar sağlamaktadır. Şehrin web sayfası, yerel gazeteleri ve TV kanalları, sosyal medya hesapları, açık hava reklam ortamları gibi dijital ve konvansiyonel iletişim mecralarında yer alan maskotlar, şehir sakinleri ve turistler ile etkileşim kurarak olumlu imaj yaratabilmektedir. Buna ek olarak maskot baskılı tişört ve bardak, maskot tasarımlı magnet ve anahtarlık gibi eşyalar turistik anlamda şehrin tanıtımına katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan maskotların şehir değerleriyle şekillenmiş olması, o şehir de yaşayan bireylerin maskotu sahiplenmelerine dolayısıyla şehre aidiyetlerini güçlendirmektedir.

Ticari markaların iletişim kampanyalarında maskot kullanım oranına paralel olarak şehir markalarının da tanıtım çalışmalarında maskot iletişimine önem verdikleri söylenebilmektedir. San Francisco'nun papağanı, Kumamoto'nun ayısı, Denizli'nin horozu, Bursa'nın timsahı şehir maskotlarına örnek olarak verilebilmektedir.

Görsel-1: Timsah Maskotu



Kaynak: (Bursa, 2017).

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırma Konusu ve Amacı

Üst düzey rekabetin yaşandığı pazarlarda ayakta kalma savaşı veren işletmeler, rakiplerinden farklılaşmak ve rekabet avantajını sağlamak amacıyla güçlü markalar inşa etmeyi amaçlamaktadırlar. Özellikle postmodern tüketim anlayışının kitlelere yayılmasıyla birlikte marka kavramı, ayırt edici (Uztuğ, 2005: 14) olma özelliğinin çok ötesine geçmiş, işletme ile hedef kitlesi arasında duygusal bir bağ ve sembolik bir değer ifade etmeye başlamıştır. Aaker (1996: 2) marka kavramının, tüketici çağrışımlarının başlangıcı olarak tanımlamaktadır. Markaya dair tüm unsurlar, markanın tüketici zihninde yarattığı anlamları ifade etmektedir. Kotler ve arkadaşları (1999: 571-572) markanın, tüketiciye, nitelikler, faydalar, değer ve kişilik olmak üzere dört anlam düzeyi aktardığını belirtmişlerdir. Bazen bir logo, isim, ses, müzik, renk, sembol, maskot, tüketiciye markaya ilişkin, kalite, statü, dayanıklılık, dürüstlük, yardımseverlik, güven, konfor, dostluk gibi soyut anlamları çağrıştırmaktadır (Keller, 2013: 30, Kotler ve Armstrong: 2008: 245). Aaker (2009: 130), marka çağrışımlarını, tüketici zihninde marka ile bağlantılı herhangi bir “şey” olarak tanımlamaktadır. Ona göre bir marka çağrışım unsuru olan maskotlarda marka ile bir ürün kategorisine, bir duyguya, ürün özelliğine, bir sembole, bir yaşam tarzına veya bir aktiviteye çağrışım kurulabilmektedir. Bu bağlamda çağrışımların sahip oldukları niteliklerin, tüketicilerin bilgi ve deneyimlerine dayalı olduğu söylenebilmektedir. Maskotlar, markalara dair güçlü anlam aktarıcıları olduğundan sıklıkla pazarlama iletişimi faaliyetlerinde kullanılmaktadır. Bununla birlikte üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, devletler ve spor takımlarının (Burkley vd., 2017: 224) yanı sıra siyasi partilerin ve kamu kuruluşlarının iletişim çalışmaları ile askeri orduların kurumsal kimliklerinde maskotların yer aldığı söylenebilmektedir (Tek, 2004: 30). Maskotların iletişim faaliyetleri kapsamında yaygın kullanım alanlarına sahip olmaları, şehir markası çalışmalarında da sıklıkla kullanılmasına neden olmaktadır. Şehir markası kavramı, “marka strateji ve tekniklerinden yararlanılarak belirli bir şehrin hedef kitle zihninde sıradan bir yerleşim yeri olarak algılanması yerine, insanların yaşamlarını devam ettirmek, çalışmak, yatırım yapmak, eğitim almak ve ziyaret etmek isteyecekleri cazibe yaşam merkezine dönüştürülmesi için yürütülen tüm faaliyetler” (Dinnie, 2011: 7) olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla şehir markası için yaratılan maskotlar da hedef kitleleriyle duygusal bağ kurmak, şehirle ilgili anlamlara yönelik çağrışım yaratma görevlerini üstlenmektedir. Buradan hareketle, maskotların şehir markası imajına etkisinin ölçülmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bursa ilinin marka iletişimi faaliyetlerinde kullanılan “Timsah” maskotu aracılığıyla şehir markası imajı üzerinde sağlanan etkinin yönü belirlenecektir. Çalışma kapsamında hazırlanan anket ile sınanmak istenen hipotezler:

H₁ Timsah maskotu algısı cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂ Timsah maskotu algısı yaş değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃ Timsah Maskotu algısı eğitim değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₄ Katılımcılar timsah maskotunu Bursa’yı çağrıştıran başarılı bir maskot seçimi olarak görmektedir.

H₅ Timsah maskotu katılımcıların Bursa şehri ile duygusal bağ kurmasını sağlamaktadır.

H₆ Timsah Maskotu Bursa şehrinin kolay hatırlanmasını sağlamaktadır.

H₇ Timsah maskotu Bursa'nın şehir marka imajını güçlendirmektedir.

H₈ Timsah maskotu ile Bursa şehir imajı arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

2.2. Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada Bursa'da yaşayan şehir sakinlerinin timsah maskotu algıları ile Bursa'nın şehir imajı arasında ilişkiyi ortaya koymak amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel desen tercih edilmiştir. İlişkisel desen, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişki olup olmadığını, değişkenler arasında ne tür bir ilişki olduğunu ve ilişkinin derecesini açıklayan sistematik araştırma çabasıdır (Christensen, Johnson, ve Turner 2015: 61). Bu desende, araştırmacılar, bir deneydeki gibi değişkenleri kontrol etmeye veya manipüle etmeye çalışmazlar; bunun yerine, korelasyon istatistiğini kullanarak her değişken için iki veya daha fazla puan ile ilişkilendirirler (Creswell, 2015: 339). Desen gereği, timsah maskot algısının (Bağımsız değişken), Bursa'nın şehir imajını (Bağımlı değişken) ne düzeyde açıkladığı ortaya konmuştur. Bu amaçla katılımcılara timsah maskot algısı ve timsah maskotunun bursa şehir imajına olan etkisini ortaya koyan sorular sorulmuştur. Araştırma öncesinde İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 05.07.2021 tarihli 2100053458 belge nolu Etik Kurul onayı alınmıştır.

2.3. Araştırma Evren, Örneklem ve Sınırlılığı

Araştırma evrenini Bursa'da yaşayan şehir sakinleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda tüm evren üyelerine ulaşılması zor olduğu için örnekleme yapılmıştır. Evren (N) ve örneklem (n) büyüklüklerine bakıldığında, , $p=0,8$, $q=0,2$ değer düzeyi için evren sayısının 1.000.000 üzeri olduğu durumlarda örneklem sayısının en az 246 olması gerekmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). 2021 yılı verilerine göre Bursa'da yaşayan 3.139.744 şehir sakini evreninden, örneklem kütlesi olarak 309 kişi seçilmiştir. Bu verilere bakıldığında örneklem sayısının evreni temsil edecek güce sahip olduğunu söylenebilir.

Araştırma kapsamında olasılık dışı örnekleme tekniklerinden (Tasadüfi Olmayan) kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminde, ulaşılabilen ve/veya isteyen herkes örnekleme dahil edilmektedir. Denek bulma işlemi istenen örnek sayısına ulaşıncaya kadar devam etmektedir. (Ural ve Kılıç, 2013: 42). Bu çalışmada örneklem olarak sadece şehir sakinlerinin ele alınması, yerli turistler ve yabancı turistlerin örneklem dışında tutulması araştırmanın sınırlılığıdır.

2.4. Veri Toplama Süreci ve Analizi

Nicel bir araştırmada veri toplama aracının tasarlanması araştırma amacına uygun sonuçları elde edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu sebeple birincil verilere ulaşabilmek için anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket yönteminin; geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşılabilmesi, ekonomik bir yöntem olması ve istatistik olarak sonuçların kolay ölçümlenebilmesi gibi avantaj önemli avantajları bulunmaktadır. Veri toplama araçlarının tasarlanması için alanyazın taraması yapılmıştır. Araştırmanın anket soruları alanyazındaki çeşitli araştırmalardan uyarlanarak oluşturulmuştur (Barutçu ve Adıgüzel, 2015: 88). Anket formu, 3 bölüm ve 22 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini edinmek üzere cinsiyet, yaş ve eğitim durumları sorulmuştur. İkinci bölümde katılımcıların timsah maskotuna ilişkin tutumlarının ölçüldüğü kapalı uçlu 10 soru yer almıştır. Üçüncü bölümde ise katılımcıların timsah maskot algısının Bursa Şehrinin imajı üzerindeki etkisi ölçümleyen 9 kapalı uçlu soru yer almıştır. İkinci ve üçüncü bölümdeki soru formunda “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “fikrim yok”, “katılıyorum” ve “tamamen katılıyorum” seçeneklerinden oluşan 5’li likert ölçeği kullanılmıştır. Hazırlanan anket sorularının araştırma amacına uygun olup olmadığını ve soruların anlaşılabilirliğini saptamak için küçük bir grup ile görüşmeler yapılmıştır. Anket verileri 15.08.2021 ve 10.09.2021 tarihleri arasında toplanmıştır.

Söz konusu anket sonucu elde edilen verilerin analizi için SPSS 21.0 istatistik programı kullanılacaktır. Bu kapsamda öncelikle anket çalışmasının geçerlilik ve güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Sonrasında değişkenlerin ortalamasını saptamak için frekans, değişkenler arasında farkları için fark testleri, değişkenler arasındaki ilişki için korelasyon ve regresyon testleri yapılmıştır.

2.5. Araştırma Bulguları

2.5.1. Örneklem Demografik Profili

Araştırma kapsamında örneklem % 53,4’i kadın, 46,6’sı erkek katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo-2: Demografik Veriler (n=309)

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Eğitim		
Erkek	144	46,6	İlkokul	8	2,6
Kadın	165	53,4	Ortaokul	17	5,5
Yaş			Lise	137	44,3
18-25	48	15,5	Lisans	116	37,5
26-35	69	22,3	Lisansüstü	31	10,0
36-45	117	37,9			
46-55	59	19,1			
56 ve üzeri	16	5,2			

Örnekleme katılan şehir sakinlerinin % 15,5 i 18-25 yaş aralığında, % 22,3'ü 26-35 yaş aralığında, 37,9'u 36-45 yaş aralığında, % 19,1'i 46-55 yaş aralığında, % 5,2'si 56 yaş ve üzerinde yer almaktadır. Yaş dağılımı açısından en kalabalık grubun orta yaş aralığında bulunan 36-45 yaş grubu olduğu görülmüştür. Eğitim dağılımında ise şehir sakinlerinin % 2,6'sının ilkokul, % 5,5'inin ortaokul, % 44,3'nün lise, % 37,5'inin lisans, % 10'unun ise lisansüstü mezunudur. Katılımcıların eğitim dağılımında en kalabalık grubun lise mezunlarından oluştuğu görülmüştür.

2.5.2. Güvenilirliğe ve Geçerliliğe İlişkin Bulgular

Araştırma sürecinde şehir sakinlerine uygulanan anket çalışmasının güvenilirliği Cronbach Alfa değeri üzerinden test edilmiştir. Veri toplama aracında yer alan iki alt boyutun güvenilirlik skorlarına ilişkin bulgular şunlardır. Maskot algısı boyutunun Cronbach Alfa değeri 0,939, maskot algısı ve şehir imajı boyutunun Cronbach Alfa değerinin ise 0,949 olduğu görülmüştür. Cronbach Alfa değeri $0,80 \leq \alpha < 1,00$ olması, yüksek derecede güvenilirlik anlamına gelmektedir (Akbulut, 2010: 80).

Verilerin geçerliliğini ortaya koyma sürecinde ise faktör analizi yapılmış olup söz konusu soruların madde yük değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu saptanmıştır. Ayrıca ölçme aracının yeterliliğini ortaya koymak için soruların uyum indeksleri incelenmiştir.

Tablo-3: Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum İndeksleri	Kabul edilebilir İndeksler	Hesaplanan Değerler	Yorum
CMIN/DF	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	2,3	Kabul edilebilir uyum
RMSEA	$,00 \leq RMSEA \leq ,05$	$,05 \leq RMSEA \leq ,08$	,033	Mükemmel uyum
GFI	$,95 \leq GFI \leq 1,00$	$,90 \leq GFI \leq ,95$	,100	Mükemmel uyum
AGFI	$,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$,85 \leq AGFI \leq ,90$	,87	Kabul edilebilir uyum
SRMR	$,00 \leq SRMR \leq 0,5$	$,05 \leq AGFI \leq 10$	,07	Kabul edilebilir uyum
CFI	$,95 \leq CFI \leq 1,00$	$,90 \leq CFI \leq ,95$	,904	Kabul edilebilir uyum

Ölçme aracının yeterliliğini saptamak için uyum iyilik değerlerine bakılmıştır (CMIN/DF, RMSEA, GFI, AGFI, SRMR, CFI). Elde edilen değerler, referans değerler üzerinden bakıldığında GFI ve RMSEA uyum iyiliği değerlerinin mükemmel, CMIN/DF, AGFI, SRMR ve CFI değerlerinin ise kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür.

2.5.3. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Hipotez testlerinden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığı saptamak için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Bu bağlamda boyutların çarpıklık çarpıklık (skewness) değerleri ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmıştır.

Tablo-4: Boyutlara İlişkin Normallik Testi Sonuçları

	Ortalama	Çarpıklık	Basıklık
Timsah Maskot Algısı	3,4353	-,748	-,604
Timsah Maskot Algısı ve Şehir İmajı	3,3568	-,555	-1,030

Dağılımların normal olup olmadığına ilişkin testlerde, çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında yer alması verilerin normal dağıldığını göstermektedir (George & Mallery, 2010: 113). Bu sebeple hipotezlere yönelik testlerde parametrik testler tercih edilmiştir.

Tablo-5: Cinsiyet Değişkenine Göre Şehir Sakinlerinin Timsah Maskotu Algılarının Karşılaştırılmasına Yönelik T-Testi

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Sd	t	P
Kadın	165	3,3539	,79780	-1,507	,596
Erkek	144	3,5285	,79076	-1,508	

Tablo 5 incelendiğinde şehir sakinlerinin timsah maskotu ile ilgili algılarında cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır ($p>,05$). Buna göre kadın ve erkeklerin timsah maskotu algıları benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlara göre p değeri 0,005'ten büyük olduğu hipotez 1 reddedilmiştir.

Tablo-6: Yaş değişkenine Göre Şehir Sakinlerinin Timsah Maskotu Algılarının Karşılaştırılmasına Yönelik Anova Testi

	Yaş	N	$\bar{X}$	Sd	F	P
Timsah Maskot Algısı	18-25	48	3,6521	,85128	1,769	,135
	26-35	69	3,4536	1,04707		
	36-45	117	3,2735	1,07778		
	46-55	59	3,5983	,90449		
	56 ve üzeri	16	3,2875	1,18483		

Şehir sakinlerinin timsah maskotu ile ilgili algılarında yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır ($p>,05$). Farklı yaş gruplarının timsah maskotuna ilişkin algılarında benzerlik olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre p değeri 0,005'ten büyük olduğu hipotez 2 reddedilmiştir.

Tablo-7: Eğitim değişkenine Göre Şehir Sakinlerinin Timsah Maskotu Algılarının Karşılaştırılmasına Yönelik Anova Testi

	Eğitim	N	$\bar{X}$	Sd	F	P
Timsah Maskot Algısı	İlkokul	8	3,4500	1,35225	2,625	,035
	Ortaokul	17	3,4647	1,12968		
	Lise	137	3,6248	,93170		
	Lisans	116	3,2138	1,07038		
	Lisansüstü	31	3,4065	,92085		

Şehir sakinlerinin timsah maskotu algılarında eğitim değişkenine göre anlamlı fark bulunmuştur ($F= 2,625$, $p<,05$). Bu bağlamda şehir sakinlerinin eğitim durumlarına göre timsah maskotu algılarında farklılık olduğu görülmüştür. Ortalamalara bakıldığında lise mezunu katılımcıların diğer mezun gruplarından daha yüksek düzeyde timsah maskot algısına sahip olduğu saptanmıştır. Diğer taraftan lisans mezunlarının timsah maskotu algısı diğer mezun gruplarından düşük olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre p değeri 0,005'ten küçük olduğu hipotez 3 kabul edilmiştir.

Tablo-8: Katılımcıların Timsah Maskotunun Bursa Şehrinin Çağrıştıran Başarılı Bir Maskot Seçimi Olup Olmadığına İlişkin Frekans Analizi

	Frekans	Yüzde (%)	$\bar{X}$
Kesinlikle Katılmıyorum	26	8,4	3,6543
Katılmıyorum	59	19,1	
Kararsızım	28	9,1	
Katılıyorum	113	36,6	
Kesinlikle Katılıyorum	83	26,9	

Tablo 8’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan şehir sakinlerinin % 63,5’i timsah maskotunun Bursa şehri için şehri çağrıştıran başarılı bir maskot seçimi olduğunu ifade etmiştir. Puan ortalaması ($\bar{X}$ = 3,652) bu değeri destekler niteliktedir. Buna göre katılımcıların timsah maskotuna karşı olumlu yönde bir algıya sahip oldukları görülmüştür. Bu kapsamda tablodaki skorlara göre hipotez 4 kabul edilmiştir.

Tablo-9: Timsah Maskotunun Şehir Sakinlerinin Bursa Şehri İle Duygusal Bağ Kurmalarını Sağlayıp Sağlamadığına İlişkin Frekans Analizi

	Frekans	Yüzde (%)	$\bar{X}$
Kesinlikle Katılmıyorum	33	10,7	3,3977
Katılmıyorum	67	21,7	
Kararsızım	36	11,7	
Katılıyorum	121	39,2	
Kesinlikle Katılıyorum	52	16,8	

Araştırmaya katılan şehir sakinlerinin % 56’sı timsah maskotunun Bursa şehir ile duygusal bağ kurmalarını sağladığını ifade etmiştir. Puan ortalaması ($\bar{X}$ = 3,3977) bu değeri destekler niteliktedir. Bu kapsamda tablodaki skorlara göre hipotez 5 kabul edilmiştir.

Tablo-10: Timsah Maskotunun Bursa Şehrinin Kolay Hatırlanmasını Sağlayıp Sağlamadığına İlişkin Frekans Analizi

	Frekans	Yüzde (%)	$\bar{X}$
Kesinlikle Katılmıyorum	26	8,4	3,5178
Katılmıyorum	59	19,1	
Kararsızım	28	9,1	
Katılıyorum	113	36,6	
Kesinlikle Katılıyorum	83	26,9	

Tablo 10’da görüldüğü üzere şehir sakinlerinin 63,5’nin timsah maskotunun Bursa’nın hatırlanırılığını kolaylaştırdığını düşünmektedir. Puan ortalaması ($\bar{X}$ = 3,5178) bu değeri destekler niteliktedir. Bu kapsamda tablodaki skorlara göre hipotez 6 kabul edilmiştir.

Tablo-11: Timsah Maskotunun Bursa Şehir İmajını Güçlendirip Güçlendirmemesine İlişkin Frekans Analizi

	Frekans	Yüzde (%)	$\bar{X}$
Kesinlikle Katılmıyorum	28	9,1	3,4984
Katılmıyorum	61	19,7	
Kararsızım	32	10,4	
Katılıyorum	105	34,0	
Kesinlikle Katılıyorum	83	26,9	

Tablo 11’de şehir sakinlerine timsah maskotunun Bursa’nın şehir imajını güçlendirmesine ilişkin görüşleri sorulmuştur. Bu bağlamda katılımcıların % 60,9’u timsah maskotunun Bursa’nın şehir imajını güçlendirdiğine dair görüş belirtmişlerdir. Puan ortalaması ($\bar{X}$ = 3,41984) bu değeri destekler niteliktedir. Bu kapsamda tablodaki skorlara göre hipotez 7 kabul edilmiştir.

Tablo-12: Timsah maskotu ile Bursa Şehir Marka İmajı Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

Değişkenler	Timsah Maskotu	Bursa Şehir İmajı
Timsah Maskotu	r	,846**
	p	0,000
	N	251
Bursa Şehir İmajı	r	,846**
	p	0,000
	N	309

Timsah maskotu algısı ile Bursa şehir imajı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p < 0,01$). Timsah maskotu ile Bursa'nın şehir imajı arasında kuvvetli ve pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır ($r = 0,84$). Şehir sakinlerinin timsah maskotu algısı arttıkça Bursa şehir marka imajı da artmaktadır. Tabloda yer alan p değeri 0,01'den küçük olduğu için hipotez 8 kabul edilmektedir. Timsah maskotunun Bursa şehir imajını ne yönde etkilediğini saptamak için regresyon analizine yer verilmiştir.

Tablo-13: Timsah Maskotunun Bursa Şehir Marka İmajını Ne Düzeyde Açıkladığına İlişkin Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	T	P	R ²	R
-Timsah Maskotu	,206	,118	1,746	,000	,716	,846
-Bursa Şehir İmajı						

Şehir sakinleri açısından Bursa'yı temsil eden Timsah maskotu, Bursa'nın şehir marka imajının % 71,6'sını açıklamaktadır ($R^2 = 0,716$). Bu değerlere göre timsah maskotuna ilişkin algı düzeyi Bursa şehir marka imajını etkilemektedir.

SONUÇ

Marka kimliğinin önemli bir parçası olan maskotlar, marka ile hedef kitle arasında iletişim elçisi görevini üstlenerek taraflar arasında duygusal bağların kurulmasını sağlamaktadır. Ticari markalar olduğu şehir markaları için de benzer durum söz konusudur. Marka şehirler maskotlar aracılığıyla kültürel, ekonomik, siyasi ve ekonomik ve etnik yapılarını hedef kitlelerine duyurabilir başta turizm olmak üzere pek çok gelir kolunda rekabet avantajı sağlamaktadır. Diğer taraftan maskotlar, ticari markalarda olduğu gibi şehir markalarında da farklılığı ve hatırlanabilirliği beraberinde getirmektedir. Şehir değerleri ile şekillenen maskotlar, rekabet edilen diğer şehirlerden ayrılmaktadır. Ayrıca hedef kitlelerin zihninde konumlanarak şehrin imajına katkı sağlamaktadır. Buradan hareketle maskotların şehir marka imajına olan etkisi araştırılmıştır.

Araştırma kapsamında belirlenen hipotezler sınanmış olup elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Araştırmanın birinci hipotezinde, Bursa'da yaşayan şehir sakinlerinin cinsiyet değişkenine göre timsah maskot algısının farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu bağlamda kadın ve erkek şehir sakinlerinin timsah maskotu algılarının benzer düzeyde olduğu görülmüştür. İkinci hipotezde yaş değişkenine göre timsah maskotu algısında farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Buna göre farklı yaş gruplarında yer alan şehir sakinlerinin, timsah maskotuna yönelik algılama düzeyi benzerdir. Üçüncü hipotezde ise eğitim değişkenine göre şehir sakinlerinin timsah maskotu algılarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Lise mezunlarının timsah maskotu algılarının diğer gruplara göre yüksek olduğu, lisans mezunlarının ise diğer gruplara göre düşük olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulgulara göre timsah maskotu algısı eğitim düzeyi ile doğrusallık göstermemektedir. Hipotez 4'te ise Bursa şehir sakinleri için timsah maskotunun, şehri çağrıştıran başarılı bir maskot seçimi olduğu saptanmıştır. Başarılı bir maskot seçimi şehir sakinlerinin maskotu ortak bir değer olarak görmelerini sağlamaktadır. Beşinci hipotezde timsah maskotu şehir sakinlerinin şehir ile duygusal bağ kurmasına katkı sağladığı görülmüştür. Timsah maskotunun sembolik değeri şehir sakinleri üzerinde duygusal çağrışımlar yarattığı için şehir sakinleri ile şehir arasında duygusal bağların güçlenmesini sağlamaktadır. Diğer hipotezde ise timsah maskotunun Bursa şehrinin hatırlanabilirliğine katkı sağladığı görülmüştür. Timsah maskotu Bursa

şehrini diğer şehirlerden farklılaştırmakta ve Bursa şehri için çağrışım unsuru oluşturmaktadır. Bu bağlamda timsah maskotunun Bursa şehrinin hatırlanmasını kolaylaştırmaktadır. Hipotez 7’de şehir sakinlerinin, timsah maskotunun Bursa şehir imajını güçlendirdiğini düşünmektedir. Son hipotez de ise timsah maskotu ile şehir imajı arasında anlamlı ilişki olup olmadığı sorgulanmıştır. Bu bağlamda timsah maskotu ile şehir imajı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmüştür. Timsah maskotu algısı yükseldikçe şehir imajının arttığını söylemek mümkün olmaktadır. Bu sonuçlar, Kusuma ve Widiatmoko tarafından yapılan “City Mascot as A Supporting Force in City Imaging” başlıklı makale sonuçlarıyla uyumludur. Kumamoto, Malang ve Surabaya şehirleri ve bu şehirlerin maskotları üzerinde yapılan çalışmada şehir yerel yönetimlerinin, şehir imajı ve şehir konumlandırılması için maskot kullanılmasının faydalı olacağı sonucuna ulaşılmıştır (Kusuma ve Widiatmoko, 2017: 388). Şehirlerin doğru maskot seçiminde bulunması, şehirlerin farklılaşmasına ve kolay hatırlanabilmesine dolayısıyla şehir imajına katkı sağlayacağı söylenebilmektedir. Bu noktada şehirlerin yerel yönetimleri başta olmak üzere kamu kurumları, üniversiteler, ticari ve meslek kuruluşlarının kolektif şekilde hareket ederek şehir maskotu belirlemeleri ve bu maskotların iletişim çalışmalarına yatırım yapmaları şehrin marka imajı için önemli bir adım olacaktır.

Alanyazında şehir marka imajı ve maskotlar ile ilgili çok fazla araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple maskotlar ve şehir marka imajına yönelik farklı araştırmaların yapılması alana katkı sağlayacaktır. Bundan sonraki çalışmalarda maskota sahip birden fazla şehir üzerinde karşılaştırmalı analizin yapılması, maskot ve şehir imajı arasındaki ilişkiye yönelik daha detaylı ve genellenebilir sonuçlar verebilecektir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. (1996). Building Strong Brands. Publisher, New York.
- Aaker, D. A. ve Joachimsthaler, E. (2000). Brand leadership. Free Press, USA.
- Aaker, D. A. (2009). Marka Değeri Yönetimi (Çev. E. Orfanlı, E.). MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Akbulut, Y. (2010). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları. İdeal Kültür Yayıncılık, İstanbul.
- Avraham E. (2004). "Media Strategies for Improving an Unfavorable City Image". Cities, 21(6), s. 471–479.
- Barutçu S. ve Adıgüzel, D. (2015). "Sevimli Pazarlama ve Maskotların Marka Farkındalığı Marka Bağlılığı ve Markaya Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma". Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(2), s. 76-93.
- Başçı, A. (2012). "Şehir Markalama: Şehir Markalamanın Altyapısı". The Brandage Dergisi, 4(41), s.63-66.
- Batı, U. (2017). Markethink Farkethink. Kitap Kulübü, İstanbul.
- Beirao, A. F., Lencastre, P. ve Dionísio, P. (2007). Brands, Mascots And Children. A Qualitative Approach. s. 3-21. http://archives.marketing-trends-congress.com/2005/Materiali/Paper/Fr/Beirao_Lencastre_Dionisio.pdf. Erişim Tarihi: 05.08.2022
- Bergh, J. ve Behrer, M. (2011). How Cool Brands Stay Hot Branding to Generation Y. Kogan Page, United States.
- Burkley, M., Burkley, E., Andrade, A. ve Bell, A.C. (2017). "Symbols of Pride or Prejudice? Examining The Impact Of Native American Sports Mascots on Stereotype Application". The Journal of Social Psychology, 157(2), s. 223-235.
- Bursa, (2017). Timsah Sembolü 25 Yaşında. <https://www.bursa.com/timsah-sembolu-25-yasinda-n302126/> Erişim Tarihi: 07.08.2022
- Christensen, L. B., Johnson, R. B. ve Turner, L. A. (2015). Research Methods, Design, and Analysis. Pearson Education Limited, Boston.
- Creswell, J. W. (2015). Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research.: Pearson Education, Boston.
- Dağtaş, B. (2012). "Markaların Maskot Kullanımı ve Tüketicile Etkileşimleri". Brand Age, Mart, s. 86-92.
- Dinnie, K. (2011). City Branding Theory and Cases. Palgrave Macmillan, London.
- Fırlar, B. ve Dündar, P. (2011). "Reklamlarda Maskot Kullanımının Marka Farkındalığına Etkisi". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 19(4), s. 330-345.
- Geçikli, F. (2012). Şehir İmajı: Amasya Şehri Üzerine Bir Uygulama. Fenomen Yayınları, Ankara.
- George, D. ve Mallery, P. (2020). IBM SPSS Statistics 26 Step by Step. Routledge, New York.
- Heckman, J. (1999). "Care and Feding of Mascots". Marketing News, 33(6), s.1-2.
- İlisulu, T. İ. (2011). "Reklamlarda Yükselen Değer: Marka Maskotları". Sanat Dergisi, 20, s. 155-169.
- İnce, M. ve Uygurtürk, H. (2019). "Marka Kimliği, Marka Kişiliği, Marka İmajı ve Marka Konumlandırma Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler Yönelik Bir İnceleme". Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1), 224-240.
- Inn, K. (2004). "Plan for City Identity Establishment and City Marketing the Case of Kimpo City". Dela, 21, s. 233-240.
- Karadağ, H. E. (2015). Marka Maskotları. Detay yayıncılık, Ankara.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education, United States of America.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. ve Wong, V. (1999). Principles of Marketing. Prentice Hall Inc, USA.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2008). Principles of Marketing. Pearson Education, United States of America.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson, United States of America.
- King C. R. ve Springwood C. F. (2001). Imaging Indians, Social Identities and Activism. King C.R., Springwood C.F. ve Deloria V. (Ed.), Team Spirits the Native American Mascots Controversy (s. 1-25), University of Nebraska Press, United States of America.
- Kearney, (2022). Global Cities: Divergent Prospects and New Imperatives in The Global Recovery. <https://www. Kearney.com/global-cities/2021> Erişim Tarihi: 10.07.2022
- Kusuma, P. ve Widiatmoko, D. (2017). "City Mascot as a Supporting Force in City Imaging". Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR), 41, s. 388-394, DOI: 10.2991/bcm-17.2018.77
- Küçükdoğan, R. (2012). "Markaların Maskot Kullanımı ve Tüketicile Etkileşimleri". The Brandage, 38, s. 86-92.
- Merrilees, B., Miller D. ve Herington, C. (2012). "Multiple Stakeholders and Multiple City Brand Meanings". European Journal of Marketing, 46(8), s. 1032 – 1047, DOI:10.1108/03090561211230188
- Mizerski, R. (1995). "The Relationship Between Cartoon Trade Character Recognition and Attitude Toward Product Category in Young Children". Journal of Marketing, 59, s. 58-70.
- Singh, S. ve Satyaprakash, S.P. (2014). "Study on Efficiency and Effectiveness of Toon Branding". Journal of Management Research and Analysis, 1(1), s.83-99.
- Stevens, L., Maclaran, P. ve Kearney, M. (2014). Boudoirs, Cowdillacs and Rotolacyors: A Salutory Tale of Elsie The Brand Mascot. In Brown, Ponsonby S. ve McCabe, S. (Eds). Brand Mascots: and Other Marketing Animals (s. 110-122). Routledge, New York.

- Satyagraha, A. ve Mahatmi, N. (2018). "Study of Mascot Design Character as Part of City Branding: Malang City". *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 11(2), s.7-15, DOI: 10.31937/ultimart.v11i2.1019
- Tek, B. Ö. (2004). "Bütünleşik Pazarlama İletişiminde ve Markaların Yerleşiminde Maskotların Rolü ve Önemi". *Pazarlama Dünyası, Özel Sayı*, s. 28-32.
- Tosun, B. N. ve Kalyoncu, Z.Ö. (2014). "Marka Farkındalığında Maskot Kullanımının Etkisi". *Journal of Life Economics*, 2, s. 87-113, DOI: 10.15637/jlecon.34
- Trout, J. ve Rivkin, S. (2008). *Differentiate or die*. John Wiley & Sons Inc, New Jersey.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uztuğ, F. (2005). *Markan Kadar Konuş*. Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Vural, B. A. ve Yalçın, M. (2017). "Kent Markalaşması Sürecinde Kalkınma Ajanslarının Rolü: İzmir Kalkınma Ajansı Örneği". *Global Media Journal TR Edition*, 8(15), s. 305-319.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Watkins, B. ve Lee, J. W. (2016). "Communicating Brand Identity on Social Media: a Case Study of the Use of Instagram and Twitter for Collegiate Athletic Branding". *International Journal of Sport Communication*, 9, s. 476-498, DOI: 10.1123/IJSC.2016-0073

Comparative Analysis of Practices of Child Benefits in EU Member States

AB Üyesi Ülkelerdeki Çocuk Yardımı Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi

Selim DAĞLIOĞLU*
Uğur Emre BEKTAŞ**

ABSTRACT

According to the ILO Convention No. 102, family benefits are a social security branch established to compensate for the increase in the expenditure of those protected due to the expenses necessary for the care of the children, they are responsible for, and to protect the level of life they have reached before the child's existence. Periodic payments made to those who take care of the child within the scope of the family benefits social security branch are generally called child benefits. Child benefit is the most basic and common type of benefit provided under the family benefits social security branch. It is possible to find child benefits in all countries where there is an institutional family benefits social security branch. Child benefit can make positive contributions in many such areas as increasing the fertility and population of the country, reducing poverty, preventing child poverty and extending the country's welfare level to the whole society. In this respect, countries develop different child benefit practices by developing different benefit conditions depending on their population policies and economic development levels. In this study, current practices in EU member countries are examined on the basis of minimum standards of child benefits under the Convention No. 102 and a comparative analysis of these practices is presented. As a result of the study, it has been seen that all parents residing in EU member countries have the opportunity to benefit from child benefits for their children residing in these countries, and child benefits are provided without premium except Austria and France.

KEYWORDS

Child benefits, Child, ILO Convention No. 102, Social security, Social risk

ÖZ

102 sayılı ILO Sözleşmesi'ne göre aile yardımları, geçimini sağlamakla mükellef oldukları çocukların bakımı için gerekli harcamalar nedeniyle korunan kimselerin giderlerinde meydana gelen artışların telafi edilmesi ve çocuğun varlığından önce ulaşmış oldukları yaşam seviyesinin korunması amacıyla kurulan bir sosyal güvenlik koludur. Aile yardımları sosyal güvenlik kolu kapsamında çocuğun bakımını üstlenen kişilere yapılan periyodik ödemeler ise genel olarak çocuk yardımı olarak adlandırılır. Çocuk yardımı, aile yardımları sosyal güvenlik kolu kapsamında yapılan en temel ve yaygın yardım türüdür. Kurumsal aile yardımı sosyal güvenlik kolunun bulunduğu tüm ülkelerde çocuk yardımlarına rastlamak mümkündür. Çocuk yardımı; ülkedeki doğurganlığın ve ülke nüfusunun artırılması, yoksulluğun azaltılması, çocuk yoksulluğunun engellenmesi ve ülke refah seviyesinin tüm topluma yaygınlaştırılması, gibi pek çok alanda olumlu katkı sağlayabilmektedir. Bu bakımdan ülkeler, nüfus politikaları ve ekonomik gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak farklı yararlanma koşulları geliştirerek farklı çocuk yardımı uygulamaları geliştirmektedir. Bu çalışmada 102 sayılı Sözleşme kapsamındaki aile yardımı asgari standartları esas alınarak AB üyesi ülkelerdeki mevcut çocuk yardımı uygulamaları incelenmiş ve bu uygulamaların karşılaştırmalı bir analizi sunulmuştur. Çalışma sonucunda AB üyesi ülkelerde ikamet eden tüm ebeveynlerin bu ülkelerde ikamet eden çocukları için çocuk yardımlarından yararlanma imkânı bulunduğu ve çocuk yardımlarının Avusturya ve Fransa dışında primsiz olarak sağlandığı görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELER

Çocuk yardımları, Çocuk, ILO 102 sayılı Sözleşme, Sosyal güvenlik, Sosyal risk

<i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 02.01.2023		<i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 10.04.2023
<i>Atıf</i>	Dağlıoğlu S. ve Bektaş, U. E. (2023). Comparative Analysis of Practices of Child Benefits in EU Member States. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 180-195.	

* Dr., Head of Department, Ministry of Labour and Social Security, General Directorate of External Relations, selim.daglioglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2006-8788

** Labour Export, Ministry of Labour and Social Security, General Directorate of External Relations, ugur.bektas@csgeb.gov.tr, ORCID: 0000-0003-4524-4925

INTRODUCTION

Taking into account the ILO Recommendation No. 67 on Providing Income Guarantee (assurance) of 1944, the social risks covered by social security may be listed as; a) sickness, b) maternity, c) invalidity, d) old age, e) death of the breadwinner, f) unemployment, g) emergency expenses and h) employment injuries (work accidents and occupational diseases) (Dilik, 1980: 77). Similar social risks have been adopted with the Social Security (Minimum Standards) Convention No. 102 during the International Labour Conference in 1952, and minimum standards for benefits have been defined in terms of 9 social security branches which are a) medical care Benefits, b) sickness benefit, c) unemployment benefit, d) old-age benefit, e) employment injury and occupational disease benefits, f) Family Benefit, g) Maternity Benefit, h) Invalidity Benefit, and i) survivors' benefit so that individuals can be secured against these social risks.

The minimum level of benefits required for a social security branch is generally determined in international documents. The minimum standards for such benefits in different international instruments may differ. In addition, the demographic structure, level of economic development and social policies of the countries and method of financing the benefits are also effective in determining the social security benefits. In economically developed countries, higher minimum standards may be set for a social security branch. In this respect, framework regulations may be adopted to provide higher standards of social security benefits in countries with communities with higher welfare levels, as in European Union (EU) countries.

In the context of ILO Convention No. 102, family benefits are the ones provided to individuals in order to protect them against the increase in expenses on grounds of their dependent children and to maintain the level of welfare they reached previously. However, as a result of the provision of these benefits, it is likely that many positive outcomes will emerge such as increasing the fertility and population of the country, reducing poverty, preventing child poverty, extending the welfare level to the whole society, and raising physically and mentally healthier individuals.

Kurtulmuş (1988: 243) states that family benefits are adopted in western countries in order to alleviate even a little bit the burden of social problems brought about by dissolution of family structures. In addition, he emphasizes that in our changing world in terms of individual-family-society relations, it has become essential to support the family due to socioeconomic reasons and consequently family benefits gain great importance. Dumon ve Esengün (Ç. M., 1991: 5) state that family benefits are set up as measures to increase the welfare of children and/or to contribute to social equality in all countries. Kurtulmuş (1995: 145) states that in western societies, children leave their family environment at a very young age, such as 13-15 years of age, they become economically independent and break away from the family, and this weakens family ties. For this reason, it is emphasized that in western societies, through family benefits, at least the economic burden families endure for children can be reduced and thus a little bit of material satisfaction can be achieved, and it is emphasized that by doing so, an effort is made to prevent the collapse of the family even to some extent.

Gauthier ve Hatzis (1997: 255), taking into account the levels of financial government support for families in 22 industrialized countries in the 1970-1990 period, concluded that there was a 0.07 fertility increase per woman if, on average, 25% more benefits was provided in the long-term in these countries. Björklund (2006: 3), in his study examining the change in completed fertility patterns for Swedish women born in 1925-1958, concluded that the expansion of policies for family benefits increased the fertility level, shortened the birth intervals and caused fluctuations in the fertility rates. Oberlin ve diğ. (2007: 1) concluded that family benefits can serve additional goals, such as promoting a higher birth rate or supporting a health policy, and can be used as a tool for alleviating risks as well as providing non-formal education by tackling poverty. Atatanır (2011:164) states that as the demographic structure affects the social security system and policies, social security systems can also be determinative on demographic data such as birth, average life expectancy, migration and age pyramid.

Immervoll et al. (2000), find that family benefits and child benefits in particular vary in their importance to household incomes and in the prevention of child poverty across Europe. According to them, family benefits have different effects in preventing child poverty in three different groups of countries. In some countries where the amount of benefits is high, these benefits have no effect on preventing child poverty. In the second group of countries where benefit amounts are relatively small, these benefits have a small effect on preventing child poverty. In the third group, which includes United Kingdom and the Netherlands, family benefits is an effective tool in protecting children from poverty.

According to Prud'homme (2004; quoted in Özdemir and Karabayır (2019):96), there are two important reasons for financing family benefits within the scope of the social security system. First, it can be a balancing

tool that allows women to take part in work life and have children. The second is the redistribution of income, securing the family with a minimum income and allowing the family to be protected as a whole.

Van Lancker et al. (2015) investigated the impact of child benefits on the poverty risk of single mothers in 15 European countries. They found that the countries studied differed in the extent to which their child benefit systems reduced poverty for both couples with children and single mothers. While some countries such as Italy and especially Spain the impact of child benefits on poverty rates for both couples with children and single mothers was negligible, child benefits reduce the single mother poverty risk by 40 or even 50 per cent in some countries such as Ireland, Norway, Finland and Denmark.

Hájek, J. and Olexová, C. (2023) presented the qualitative comparative analysis of the child benefit and tax allowance systems of the Czech Republic, Slovakia and Sweden to examine what kind of state assistance would be most effective in helping families with children and increasing the birth rate at a time when families are facing financial problems resulting from COVID-19 pandemic and the inflation and energy problems caused by the war in Ukraine. One of the most significant findings of the paper is that the Czech system appears to be the best at reducing child poverty and encouraging a pro-natal environment, notwithstanding the apparently unequal nature of the society.

Periodic payments made to persons who take care of the child under the family benefits social security branch are generally referred to as child benefits. Child benefits are the most basic and common type of benefit provided under the family benefits social security branch. Child benefits can be found in all countries where there is a institutional family benefit social security branch. In this respect, it is possible to compare family benefits practices in countries over child benefit.

The goal of this study is to examine the current practices of child benefits in EU member states and to present a comparative analysis of these practices. Thus, it is aimed to shed light on practices of family benefits that can be put into practice in Turkey in the course of its EU accession process.

In the first part of the study, the concepts of child and family benefits in international documents, especially ILO Convention No. 102, are touched on and the minimum standards determined for family benefits in these documents are examined. In the second part, the data and method used in the study are introduced in general. In the third part of the study, practices of child benefits in EU member countries are compared.

1. CONCEPTS OF CHILD AND FAMILY BENEFITS IN INTERNATIONAL DOCUMENTS

Many international documents contain arrangements for the protection of children's rights and interests. One of the most fundamental documents in which these arrangements appear is the UN's Universal Declaration of Human Rights of 1948. In the Paragraph 2 of Article 25 of the Declaration is stated that children have the right to special care and benefits, and the right of all children to benefit from the same social protection, even if they were born out of wedlock, is secured. Another fundamental document that regulates the rights of the child and imposes liabilities on the States party to the Declaration to protect these rights is the (Revised) European Social Charter of 1996. With the Social Charter, significant liabilities are imposed on the States party to the Charter in order to take the necessary measures with a view to effectively realizing the fundamental rights and principles in the Charter in acknowledgement that 'Children and young persons have the right to a special protection against the physical and moral hazards to which they are exposed' and 'the right to appropriate social, legal and economic protection'.

The liability to maintain children and ensure the conditions of their living is primarily entrusted to the parents or others responsible for the child, as per the Paragraph 2 of Article 27 of the Convention on the Rights of the Child. It is the responsibility of the States Parties not only to take the necessary measures for the parents to show the necessary attention towards the maintenance of their children but also to support the parents to secure their children's living. This responsibility is clearly regulated in the Paragraph 3 of Article 27 of the Convention on the Rights of the Child. According to this regulation, "States Parties, in accordance with national conditions and within their means, shall take appropriate measures to assist parents and others responsible for the child to implement this right and shall in case of need provide material assistance and support programmes, particularly with regard to nutrition, clothing and housing.". Within this framework, various social security practices of benefits are being developed in countries. Family benefits are the most important social security branch that aims to support individuals within the framework of ensuring parents' responsibility to maintain their children and to provide for their living.

Children's fundamental rights are generally defined and secured by international instruments such as the Universal Declaration of Human Rights, the Convention on the Rights of the Child and the (Revised) European Social Charter. There are also various international documents that contain minimum standards of benefits to families or individuals in order to ensure these basic rights of children. These documents are multilateral

documents for the protection and promotion of social security rights, in which the minimum amounts of benefits which the States Parties are required to provide to the protected persons are determined.

The most basic international document that sets the minimum standards for family benefits and social security is the ILO Convention No. 102. In this Convention, it has been determined in which situations family benefits will be provided, who will be secured, whether such conditions as premium payments for a certain period of time, working or residence period must be met or not, and which minimum benefits will be provided within the framework of social security family benefits branch. The document that imposes liabilities on countries regarding family benefits to be provided in the European region and sets the minimum standards for these benefits is the 1964 European Social Security Code of the Council of Europe. No additional benefits to the minimum standards regarding family benefits in ILO Convention No. 102. is considered in the Code.

In Article 40 of ILO Convention No. 102, the situation in which family benefits will be provided is defined as "the responsibility for the maintenance of children" as prescribed by the legislation. According to the definition of child in the Convention, a child whose maintenance entails liability is a child under school-leaving age prescribed in the legislation or under 15 years of age.

The age requirement set by ILO Convention No. 102 is the minimum age requirement, and the ages above this age requirement may be set as an upper limit depending on the type of benefits to be provided within the scope of family benefits. However, in accordance with Article 1 of the Convention on the Rights of the Child, "a child means every human being below the age of eighteen years unless under the law applicable to the child, majority is attained earlier". In addition, benefits may be provided for children over the age of 18, taking into account the type of expenditures for a child whose maintenance entails liability. For example; If it is recognised that the child's parents are responsible for the expenses incurred during his/her university education, the age requirement may be increased to the 20s. Similarly, when it comes to a child with a disability who is in need of his/her parents' care, the age requirement may be removed completely.

In Article 41 of ILO Convention No. 102, not children nor family but persons working or residing in the country, workers and servants who have the liability of providing a living for the child are defined as persons protected in family benefits, and it has been made possible for anyone of these three groups to be designated as person protected within the scope of family benefits by the States Parties. The designation of these groups as protected persons by Convention No. 102 is also compatible with Article 27 of the Convention on the Rights of the Child.

In ILO Convention No. 102, it is stipulated that family benefits be secured at least for protected persons who fulfill the conditions of at least 3-month premiums payment or of employment or of one-year residence within a certain period, in accordance with the procedure prescribed by the legislation. ILO Convention No. 102 hence allows room for establishing systems financed by taxes on the basis of residence, as well as systems where family benefits are financed by premiums.

Within the framework of Article 42 of the Convention No. 102, the benefits to be provided within the scope of family benefits may be a periodical cash payment granted to any person protected, as well as in-kind benefits in the form of food, clothing, housing, holidays or benefits for household management. However, Article 42 of the Convention makes it possible to provide the above-mentioned benefits in cash and in kind together within the scope of family benefits.

In Article 45 of the Convention, it is prescribed that the benefits to be provided in the form of periodic payments will be provided during the continuation of the situation requiring benefits. Since the situation requiring benefits is defined as the liability to maintain the child's living, periodic payments must be made as long as the liability to maintain the child's living continues. The parent's liability to maintain the child's living will be lifted if the child reaches the predetermined age or becomes adult for reasons such as marriage, or engages in an income-generating activity for his/her own living, or dies or if the parent refuses to maintain the child.

In addition to international documents that set minimum standards for social security benefits, States also conclude social security agreements in order to protect and develop their citizens' social security rights in other countries. Social security agreements have some differences compared to international documents such as ILO Convention No. 102 and European Social Security Code. While conventions such as the ILO Convention No. 102 and the European Social Security Code indicate the minimum standards of benefits to be provided to those protected under a social security branch, social security agreements allow benefits to be provided over the total insurance periods spent in the contracting countries within the scope of a social security branch. In addition, if a residence condition is stipulated in order to provide benefits in a social security branch, it is assumed that the residence condition is fulfilled in case of residence in the countries that are party to the agreement through these agreements.

Another international document with regulations on family benefits is the European Convention on Social Security. The concept of family benefits in Article 1 of the European Convention on Social Security is dealt with differently from ILO Convention No. 102. There are two distinct definitions, namely "family allowances" and "family benefits" in subparagraph (w) of the first paragraph of Article 1 of the European Convention on Social Security. The term family allowances is defined as "periodical cash benefits granted according to the number and age of children", while the term family benefits is defined as "any benefits in kind or in cash granted to offset family maintenance costs, except the special birth grants. From this, it is understood that the question of family benefits is addressed by Council of Europe Member States with a broader approach than the family benefits approach of ILO Convention No. 102. As a matter of fact, individuals within the scope of the concept of family benefits are secured not only against the increase in their expenses regarding children, but also by taking into account the liability to provide for the living of the whole family consisting of the spouse and children.

2. DATA SOURCES AND METHOD

In the study, while identifying the practices of child benefits in the EU member countries, the data on the official websites of the institutions or organizations responsible for providing these benefits have been primarily used. In addition to these data, the data in the *Mutual Information System on Social Protection (MISSOC)* information sharing system, which was established in 1990 to encourage continuous information sharing on social protection in EU member countries, the data on the website of *The International Social Security Association (ISSA)* and the national reports submitted in conformity with Article 74 of the European Code of Social Security have also been used.

Considering the purpose of the study and the number of EU member countries, all EU member countries were included in the study without using any sampling method.

This study depends on the qualitative comparative analysis. In the first step, primarily the data sources were examined and the framework of the study was formed. Considering the data and documents obtained from data sources, the practices of child benefits in EU member countries have been examined and benefit conditions have been identified. In the second step, tables have been prepared by using data and documents. In the last step of the study, the findings obtained in the study were interpreted and presented.

3. COMPARISON OF CHILD BENEFIT PRACTICES IN EU MEMBER STATES

In order to mitigate the costs of raising children and to ensure that the basic needs of children are met, the monthly benefits provided for the parents for each child until the child reaches a certain age, are considered as child benefits. Basically, to be eligible for these benefits, the child and the eligible parent must reside in the country that provides the benefits. In addition, some countries may have additional conditions such as premiums and participation in employment. Child benefits are usually provided in cash. While the amount of benefits may be fixed for all ages, there are also examples where benefits are provided in amounts that vary according to the age of the child. All EU member states have similar practices for child benefits. Viewing that, one can say that child benefits are the most basic practices of family benefits.

Child benefits are paid up until the specified age limit. In some cases, such as the child's continuing schooling, disability or living in an extended family, the period of child benefits may be extended. These time extensions may be mistaken by benefits such as allowances for children in education, disabled child benefits, large family allowances. The purpose of time extensions is to offset the child's care costs through child benefits. Therefore, prolonging the period of child benefits for whatever reason is still considered within the scope of child benefits. However, in the event that additional benefits are provided in addition to the family benefits and to the amount of child benefits for the reasons listed above, such benefits are not considered within the scope of child benefits, but are assessed under different family benefits items according to the purpose of the grant.

The benefits provided for parents in order to support the schooling expenses of their children in countries are considered as allowances for children in education. Allowances for children in education may be provided in kind or in cash including free school books, stationery items, lunch at schools, etc. There are practices in 14 EU member states that can be included in these benefits.

The benefits provided for the parents of the disabled children under a certain age or the persons who have become disabled at a certain age and exceeded this age, in order to support the expenses arising from their disability are considered as the disabled child benefits. The benefits are usually in cash and paid monthly. In 24 EU member countries, there are equivalents of these benefits.

As can be seen from Table 1, all EU member States have child benefits. Disabled child benefit is also a common (24 countries) family benefit application in EU member States. Allowance for children in education (14 countries) is not as common in EU member States as child benefit and disability child benefit.

Table 1. Child Benefits in EU Countries

Member State	Child Benefit	Disabled Child Benefits	Allowances for children in education
Austria	x	x	x
Belgium	x	x	x
Bulgaria	x	x	x
Croatia	x	x	
Czechia	x	x	
Denmark	x	x	x
Estonia	x	x	
Finland	x	x	
France	x	x	x
Cyprus	x		
Germany	x		x
Greece	x		
Holland	x	x	
Hungary	x	x	x
Ireland	x	x	x
Italy	x	x	
Latvia	x	x	
Lithuania	x	x	x
Luxembourg	x	x	x
Malta	x	x	x
Poland	x	x	x
Portugal	x	x	x
Romania	x	x	
Slovakia	x	x	x
Slovenia	x	x	
Spain	x	x	
Sweden	x	x	

3.1. Scope Comparison

In this part, the term 'scope' includes the persons protected in the practices of child benefits in the EU member states along with the conditions related to children who are the basis in granting benefits to protected persons and the conditions of receiving benefits in relation to protected persons. In this respect, the comparison of child benefits in EU member states in terms of scope shows who can benefit from child benefits in these countries and under what conditions.

Persons protected in family benefits in Article 41 of ILO Convention No. 102 are identified as workers and servants, who are liable to provide for their children's living, working people or people residing in the country. When Table 2 is examined, it is understood from Table 2 that in terms of child benefits in EU member countries, all residents residing in the country are generally identified as protected persons.

The child to be taken into account in the benefits to be provided for those who will be protected within the scope of family benefits due to their liability to provide for their children is defined as "a child under school-leaving age or under 15 years of age" in accordance with Article 1 of the Convention No. 102. When Table 2 is examined, it is seen that the age of children to be taken into account during the provision of child benefits for persons protected within the scope of family benefits in Czechia, Croatia and Latvia has been adopted as the minimum age requirement determined by the Convention No. 102. Apart from this, it is understood that the age conditions above the minimum age requirement determined by the Convention No. 102 are determined in other EU member countries.

In Article 1 of the Convention on the Rights of the Child, a child is defined as "human being below the age of eighteen years unless under the law applicable to the child, majority is attained earlier.". In EU member

states, child benefits are generally granted until the child reaches the age at which he or she is considered a minor in that country. However, in EU member states, the age requirement for children to be considered within the scope of child benefits is generally 18 (in 15 countries). The highest age requirement for child benefits in EU member states is 21 years of age for the Walloon Region of Belgium.

Table 2. Scopes of Child Benefits Applied in EU Countries

Member State	Protected Persons	Age Requirement	Age Requirement Exceptions		Income Test	Residence Requirement
			Status of Schooling	Status of Disability		
Austria	Residents	18	24 for continuing vocational or higher education	25	N/A	Applicable
Belgium	Residents	18*	25 for continuing vocational education	21 for heavily disabled	N/A	Applicable
Bulgaria	Residents	16	20 for continuing secondary education	-	Applicable	Applicable
Croatia	Residents	15	19 for continuing vocational education	27	Applicable	Applicable
Cyprus	Residents	18	20 for continuing secondary education	Unlimited	Applicable	Applicable
Czechia	Residents	15	26 for continuing secondary or higher education	26	Applicable	Applicable
Denmark	Residents	18	-	-	N/A	Applicable
Estonia	Residents	16	19 for continuing compulsory education	-	N/A	Applicable
Finland	Residents	17	-	-	N/A	Applicable
France	Residents	20	-	-	N/A	Applicable
Germany	Residents	18	25 for continuing vocational or higher education	Unlimited for the disabled in need of care	N/A	Applicable
Greece	Residents	18	25 for continuing higher education	24 for heavily disabled (over %65)	Applicable	Applicable
Holland	Residents	18	-	-	N/A	Applicable
Hungary	Residents	18	23 for continuing secondary or vocational education	Unlimited	N/A	Applicable
Ireland	Residents	16	18 for continuing education	18 for heavily disabled	N/A	Applicable
Italy	Residents	18	21 for continuing education	Unlimited	Applicable	Applicable
Latvia	Residents	15	20 for continuing secondary or vocational education	18	N/A	Applicable
Lithuania	Residents	18	21 for continuing education	-	N/A	Applicable
Luxemburg	Residents	18	25 for continuing secondary or vocational education	25 for continuing education in private education institutions	N/A	Applicable
Malta	Residents	16	21 for continuing education	-	Applicable	Applicable
Poland	Residents	18	25 for continuing higher education	24	Applicable	Applicable
Portugal	Residents	16	24 for continuing secondary or vocational education	27	Applicable	Applicable
Romania	Residents	18	Until the completion of educational or vocational educational courses	-	N/A	Applicable
Slovakia	Residents	16	25 for continuing vocational or higher education	-	N/A	Applicable

Slovenia	Residents	18	-	-	Applicable	Applicable
Spain	Residents	18	-	Unlimited for heavily disabled (over %65)	Applicable	Applicable
Sweden	Residents	16	Until the end of compulsory education	-	N/A	Applicable

* 21 in Walloon Region

In France, there are two types of periodic payments made to parents based on the presence of children. One is Basic Benefit for children under the age of 3 under Childcare Service for Young Children (*Prestation d'Accueil du Jeune Enfant-PAJE*). The other is Family Allowances (*Allocations Familiales*). While Basic Benefit is also given in case of a child within the scope of the benefit, in order to benefit from family allowances, there must be at least two children in the family who can benefit from the family allowances. As it can be seen from Table 2, family allowances, which is the main child benefit practice in France, are given until the child under the benefit reaches the age of 20. However, in order to receive this benefit, there must be two children who are within the scope of the benefit. This means that parents with a child between the ages of 4 and 15 are not provided with child benefits in France.

According to Article 45 of the ILO Convention No. 102, "where the benefit consists of a periodical payment, it shall be granted throughout the contingency". Pursuant to Article 40 of the Convention, "the contingency covered shall be responsibility for the maintenance of children as prescribed" and the Article 1, "the term child means a child under school-leaving age or under 15 years of age, as may be prescribed". In this context, the discontinuation of the periodic payments made to a parent with an only child under the age of 15, when the child turns 3 years old, is not in line with the Convention No. 102.

Considering the schooling and disability status of the child, some exceptions may be made to the age requirements applied in EU member states. Child benefits may continue to be provided until the age of 18 to 26 for children who continue their schooling. There are also EU member states where the age requirement has been completely removed, taking into account the disability status of children.

Persons protected within the scope of child benefits in EU member states are generally all residents residing in the relevant country, however, in order to benefit from the benefits provided within the scope of these benefits, the condition of having a household income level below a certain amount may also be required. If such a condition exists, an income test may be applied to determine the household income. As a result of the income test, child benefits may be provided for parents whose household income is below a certain amount. While determining the monthly income ceiling, factors such as being a single parent, the number of dependent children, the disability of the children and the property owned may also be taken into account. In 11 EU member states out of 27 EU member states, it is seen that there is an income test practice in determining the residents to be included in the scope of child benefits. In other words, residents whose income is below a certain level in 11 EU member states are included in the child benefits.

3.2. Financing Methods Comparison

In Article 43 of the ILO Convention No. 102, it is stated that the benefits to be provided within the scope of family benefits will be secured for the protected persons who have completed the prescribed qualifying period, which may be envisaged as "within a prescribed period, has completed a qualifying period which may be three months of contribution or employment, or one year of residence". This regulation has made it possible for countries to provide the benefits within the scope of family benefits, depending on the condition of paying premiums or working for a period of 3 months. With the said Article, it is also envisaged to provide family benefits for residents residing in the country for 1 year without setting any premiums or working conditions.

Table 3. Financing Methods of Child Benefits Applied in EU Countries

Member State	Financing Method	Qualifying Period
Austria	Combined	Registered Residence
Belgium	Not Premiums-based	Registered Residence
Bulgaria	Not Premiums-based	Registered Residence
Croatia	Not Premiums-based	Permanent residence in Croatia for at least 3 years. For foreigners, they must meet at least one of the following conditions appropriate to their status:

		- having an approved permanent residence permit or refugee status for at least 3 years, -being under subsidiary protection without the requirement of citizenship or residence.
Cyprus	Not Premiums-based	Legal and permanent residence in areas under the effective control of the Greek Cypriot Administration for at least the last five years prior to the submission of the application
Czechia	Not Premiums-based	Registered Residence
Denmark	Not Premiums-based	Parents having resided or worked in Denmark (including Greenland and the Faroe Islands) for at least 6 years in the last 10 years (for those who started and still receive benefits before 1 January 2018, this rule applies as 2 years.)
Estonia	Not Premiums-based	Registered Residence
Finland	Not Premiums-based	Registered Residence
France ¹	Premiums-based	Registered Residence
Germany	Not Premiums-based	The child must reside in Germany or another EU or EEA Member State or Switzerland. In addition, if the child resides in Turkey, Algeria, Bosnia and Herzegovina, Kosovo, Morocco, Montenegro, Serbia, Tunisia, which have signed a Social Security Agreement with Germany, the parent is provided child benefits. If you do not reside in Germany but pay income tax (unlimited tax liability), child benefits are granted as long as above-mentioned situation continues.
Holland	Not Premiums-based	Registered residence (Benefits may also be provided even in case of residing in an EU or EEA country other than the Netherlands, or in a country with a social security agreement concluded with the Netherlands, and being insured in the Netherlands in terms of child benefit.)
Hungary	Not Premiums-based	Registered residence (In the event that the recipient resides abroad for more than 3 months, the benefits are cut off.)
Ireland	Not Premiums-based	Registered residence of the applicant and his/her child in Ireland
Italy	Not Premiums-based	-Having a work permit for at least 6 months, - Having a residence permit for research purposes for at least 6 months, - Having been residing in Italy for at least two years, even if not permanently, - Having an open-ended or fixed-term employment contract lasting at least six months.
Latvia	Not Premiums-based	Legally residing in the EU and working or receiving unemployment benefits in Latvia.
Lithuania	Not Premiums-based	Being a permanent resident of Lithuania/Resident as a foreign national and being the legal guardian of the child (Lithuanian citizen).
Luxembourg	Not Premiums-based	-The child residing in Luxembourg, an EU/EEA member country or one of the countries with which Luxembourg has signed a social security agreement (Turkey, Bosnia and Herzegovina, Morocco, Cape Verde, Montenegro, Quebec, Macedonia, Serbia, Tunisia), - The parent is employed in Luxembourg or subject to the Luxembourg Social Security Institution (Social Security Common Center)
Malta	Not Premiums-based	- At least 3 months of registered residence or working on a Maltese-flagged ship, - Having worked for 3, 6 or 9 months, depending on the type of visa held, if he/she is not a citizen of Malta, an EU member state or a country that has accepted the EU Social Charter and does not have refugee status in Malta.
Spain	Not Premiums-based	Registered Residence
Sweden	Not Premiums-based	Registered Residence
Poland	Not Premiums-based	Registered Residence
Portugal	Not Premiums-based	Registered Residence
Romania	Not Premiums-based	Being a taxpayer for 12 months in the last 2 years before the birth of the child, unless one is a registered resident and is one of the persons defined in the Law.

¹ In France, there are two types of periodic payments made to parents based on the presence of children. One is Basic Benefits for children under the age of 3 under the Childcare Service for Young Children (Prestation d'Accueil du Jeune Enfant-PAJE). The other is Child Benefits (Allocations Familiales). While Basic Benefits are provided in case of a child within the scope of the Benefits, there must be at least two children in the family who can benefit from the child benefits to entitle to Child Benefits. Although at least two children are required to benefit from Child Benefits within the framework of demographic policies, Child Benefits account preponderantly for the practice of child benefits in France. In this respect, the child benefits is accordingly taken as the basis here.

Slovakia	Not Premiums-based	Registered Residence
Slovenia	Not Premiums-based	Registered Residence
Greece	Not Premiums-based	Registered Residence

ILO Convention No. 102 sets minimum standards for 9 social security benefits. The conditions determined to benefit from a social security benefit here indicate the maximum conditions that may be brought up in order to provide the relevant benefits for the persons protected under the said social security benefits. In this respect, the length of prescribed qualifying period that may be foreseen in order to benefit from a family benefits may be the condition of paying premiums or working for a maximum of 3 months, as well as the condition of residing in the country for 1 year.

According to Article 42 of the Convention No. 102, family benefits can also be made only in the form of periodic payments. In this regard, the upper limit for the qualifying period of child benefits may be three months of contribution or employment, or one year of residence.

As can be seen in Table 3, financing child benefits in EU countries, except for Austria and France, is covered from the State budget without premiums. However, in EU countries, the prescribed qualifying period condition is usually related to residence condition. However, in addition to the residence requirement, entitlement to family benefits is subject to tax liability in Germany and Romania, to a work permit in Italy, to employment or unemployment benefits in Latvia, and to working conditions in Malta and Luxembourg.

Duration of residence prescribed for family benefits varies from country to country. According to ILO Convention No. 102, if all persons residing in the country are protected within the scope of family benefits, a one-year residence period can be imposed. The European Committee of Social Rights, Article 16 of the Social Charter does not allow for a residence requirement to be able to benefit from family benefits in premium-based systems; however, in order to benefit from family benefits in non-contributory systems, it may apply a residence period condition, provided that the duration is not excessive. While a period of 6 months is considered reasonable regarding the duration of the residence period, it is stated that the periods of 1, 3 or 5 years are clearly excessive and if these periods are foreseen to benefit from family benefits, these periods will be contrary to Article 16 (Conclusions 2019 (Malta), 2019). According to the Committee, nationals of States Parties to the Charter must have a permanent residence permit in another Charter country in order to qualify for family benefits. However, the Committee notes that stipulating a long-term residency requirement for permanent residence would be contrary to the principle of equal treatment in access to family benefits among the citizens of countries party to the Charter. In this regard, the Committee states that it would be contrary to Article 16 to impose the conditions of residence for more than 6 months within the scope of the official residence condition in order to benefit from family benefits (Conclusions 2019 (Greece), 2019). The Committee states that for official residence in Belgium (Conclusions 2019, Belgium) and Greece (Conclusions 2019 (Greece), 2019), the condition of legal residence for an uninterrupted five years is required and this condition will be contrary to Article 16.

Of EU countries, in Denmark, Cyprus, Croatia and Italy, durations longer than the upper limit of residence period defined in ILO Convention No. 102 are required. Among these countries, Denmark, Cyprus and Croatia have not ratified the part VII of the Convention which includes family benefits. In Italy, although the relevant part of the Convention has been ratified, a duration of residence longer than that determined in ILO Convention No. 102. has been set in its conditions for benefiting from child benefits. The countries other than the Cyprus have ratified Article 16 of the European Social Charter. In the Conclusions XXI-4 (Denmark) (2019) Report of the European Committee of Social Rights, it was noted that the right to child benefits and child subsidies are, among others, conditioned by the fact that at least one of the persons who has custody of the child must have had residence or employment in Denmark for at least 6 years in the last 10 years prior to the period that the payment regards. In the report, it was determined that this situation was in violation of Article 16 of the Charter. The benefit is gradually earned every six months so that the right to the full benefit is obtained after six years of residence or employment in Denmark. It has been determined that it is in violation of Article 16 of the Charter.

With Regulation (EC) No 883/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the coordination of social security systems, and Regulation No. 987/2009 of the European Parliament and of the Council of 2009, which indicates the implementation of Regulation No. 883/2004, in the event that the children of the parents who are entitled to family benefits reside in another EU member state, it has been made possible for the parent to be entitled to child benefits as if their children resided with them. Thus, with the aforementioned EU regulations, in countries where the child is required to reside in the country in question in order for parents to be entitled to child benefits for a child, an exception has been made to the condition that the child is required to reside in EU member states. However, as a result of the stipulation of residence condition for the

prescribed qualifying period in EU member states for entitlement to child benefits and of the convenience provided for free movement of persons in EU member states, the situation of parents being entitled to child benefits may arise in more than one EU member countries. In this way, in order to prevent the overlapping payment of child benefits by more than one country, the principle of the country of employment has been adopted in the aforementioned regulations regarding the granting of benefits. Accordingly, in the event that parents have the right to benefit from child benefits in more than one EU member state, child benefits are provided by the country of employment. This rule applies even if the dependent child lives with a non-working parent in another EU country. If both parents work in separate countries, then the country of residence of the family is required to provide benefits. However, if the amount of child benefits received from the country of employment is less than that of the country of residence, then the difference is paid to the beneficiary by the country of residence upon the request of the beneficiary.

Table 4. Premium Rates in Practices whose Financing is Based on Premiums

Member State	Financing	Premium Contribution Rates		
		Employer	Employee	State
Austria	Combined	%3.9	-	State contribution equal to the amount determined in the budget law every year
France	Premiums-based	%5,25 (3.45 % for the insured earning up to 3.5 times the monthly minimum wage.) Rates varying between 0% and 3.10% for self-employed people	-	State Contribution, General Social Participation and Taxes according to the rates set in the Social Security Budget Law adopted every year.

As seen in Table 4, child benefits in France are financed by employer premiums and no premiums are collected from the insured. A premium of 5.25 % of the insured's monthly payroll earnings is collected from the employer. For insurance holders whose earnings are up to 3.5 times the monthly minimum wage, a premium of 3.45% of the insured's monthly payroll earnings is collected from the employer. Self-employed members pay premiums at rates ranging from 0% to 3.10%, depending on their declared income.

In Austria, the financing of child benefits is covered by premiums received from employers (3.9%) and the share allocated from the State budget in varying amounts every year.

3.3. Comparison by Amount of Benefits

The minimum standard for the amount of benefits to be provided in Article 44 of the Convention No. 102 is determined by multiplication of 3% of the wage of a male worker in compliance with the principles set forth in Article 66, with the number of children of the protected persons or by multiplication of 1.5% of the said wage with the number of children of all residents. As can be seen from Table 2, all residents in EU member states are covered by social security. Viewing that, a child benefit amounting to the aftermath obtained by the multiplication of 1.5% of the minimum wage applicable in the country with the number of all children residing in the country will meet the minimum standards set in Article 44 of ILO Convention No. 102. In other words, in the event that the ratio of the minimum wage to the amount of child benefit is greater than 1.5%, the above-said minimum standard is thus met. In Article 44 of the Convention, the amount of benefits to be provided within the scope of family benefits indicates the minimum amount. There is no obstacle for countries to provide benefits above this amount.

Table 5. Comparison of Child Benefits Applied in EU Countries in terms of Amount of Benefits

Member State	Amount (Monthly)	Minimum Wage (Monthly)	Amount/ Minimum Wage (%)	Varitations Based on Age Groups	Variations Based on Income	Variations Based on Number of Children
Austria	114 €	1.750 €	6,5	Applicable	N/A	Applicable

Belgium	Flemish Community		9,8			
	163,20€					
	Walloon Region		9,5			
	158,10€	1.658,20 €		Applicable	N/A	N/A
	Brussels Region 150€		9,0			
	German-speaking community 159,63€		9,6			
Bulgaria	40 BGN (20€)	650 BGN (332,3€)	6,1	N/A	Applicable	Applicable
Croatia	299,34 HRK	4.549,79 HRK (623,7€)	6,6	N/A	Applicable	Applicable
Cyprus	39,58 €	870 €	4,5	N/A	Applicable	Applicable
Czechia	630 CZK (25€)	16.200 CZK (630€)	3,9	Applicable	Applicable	N/A
Denmark	1.551 DKK (622€)	17.000 DKK (2.285€)	9,1	Applicable	Applicable	N/A
Estonia	60 €	654 €	9,2	N/A	N/A	Applicable
Finland	94,88 €	3.692 €	2,6	N/A	N/A	Applicable
France ²	182,00 €	1.603,10 €	11,35	N/A	Applicable	N/A
Germany	219 €	1.621 €	13,5	N/A	N/A	Applicable
Greece	70 €	774 €	9	N/A	Applicable	Applicable
Holland	223,37 €	1.725 €	12,9	Applicable	N/A	N/A
Hungary	12.200 HUF (35€)	200.000 HUF (542€)	6,1	N/A	N/A	Applicable
Ireland	140 €	1.774,50 €	7,9	N/A	N/A	N/A
Italy	258,33 €	920 €	28,1	N/A	Applicable	N/A
Latvia	11,38 €	500 €	2,3	N/A	N/A	Applicable
Lithuania	73,50 €	730 €	10,1	N/A	N/A	N/A
Luxembourg	265 €	2.257 €	11,7	Applicable	N/A	N/A
Malta	104,35 €	792 €	13,2	Applicable	Applicable	N/A
Poland	95 PLN (21€)	3.010 PLN (655€)	3,2	Applicable	Applicable	N/A
Portugal	149,85 €	822,50 €	18,2	Applicable	Applicable	N/A
Romania	427 RON (87€)	2.550 RON (515,5€)	16,7	Applicable	N/A	N/A
Slovakia	25,88 €	646 €	4	N/A	N/A	N/A
Slovenia	117,05 €	1.074 €	10,9	Applicable	Applicable	Applicable
Spain	28,41 €	1.166,70 €	2,4	N/A	Applicable	N/A
Sweden	1.250 SEK (123€)	23.800 SEK (2.330€)	5,3	N/A	N/A	Applicable

Note: Benefits amounts have been added to the Table, taking into account the maximum amounts for 1 child. For minimum wages, the legal monthly minimum wages of the countries, if any, have been used. In Germany and Ireland, where there is an hourly minimum wage practice, the monthly minimum wage is calculated using the assumption of 39.1 hours per week for Germany, of 39 hours for Ireland and of 52 weeks for one year. In countries where there is no general minimum wage practice (Austria, Denmark, Finland, Cyprus, Sweden and Italy), estimated monthly minimum wage amounts have been determined by taking into account the base amounts announced by trade unions and/or professional organizations. The data in the table are valid as of March 2022.

Table 5 indicates the comparison in terms of amount of child benefits provided under the family benefits social security branch in EU member states. From examining the ratios calculated as the ratio of the minimum wage to the amount of child benefit in EU member states, it is understood that child benefits in all EU member states meet the minimum standards set for family benefits to be provided in the form of periodic payments in

² In France, parents who have only one child eligible for child benefits are provided with Basic Benefit in the form of periodic payments up to the age of 3 under the Childcare Service for Young Children (*Prestation d'Accueil du Jeune Enfant-PAJE*). Since Child Benefit, which constitutes the child benefit practice in France, is not given for only one child, Basic Benefit has been taken into account in order to be comparable with other countries.

ILO Convention No. 102. The amount of child benefits in all of these countries is above the lower limit for family benefits set in ILO Convention No. 102.

The amount of child benefits also varies from country to country. As can be seen in Table 5, the amount of child benefits provided in EU member states ranges from 11.38 € to 622 € per month. Considering the amount of child benefits paid in countries, the lowest child benefits are provided in Bulgaria, while the highest child benefits are provided in Denmark. The amount of child benefits may vary according to the age of the child, the income of the family and the number of children in the family.

CONCLUSION

Although the ILO Convention No. 102 does not require periodic payments within the scope of family benefits, there exist child benefits practices in the form of periodic payments in all EU member states. Considering that these benefits are available in all EU member states, it is possible to say that the most basic family benefits in these countries are child benefits.

With some exceptions such as Austria and France, child benefits are financed by the State through taxes in EU member states and no premiums are charged for these benefits. In EU member countries where premiums are collected for child benefits, premiums are paid by employers. In Italy, where child benefits used to be provided on the basis of premium payments, the premiums-based system was abandoned and as of March 2022, child benefits have begun to be financed by the State.

All parents residing in EU member states are under social security in terms of family benefits. However, in order for parents to benefit from child benefits, they and/or their children must meet certain conditions. These conditions generally stipulate that the parents maintain their children, that the child reside with his/her parents in the country providing the benefits (this condition is not required in case of residence in one of the EU/EEA countries or in a country with which a bilateral social security agreement has been concluded), and that his/her income be below a certain level (income requirement exists in Bulgaria, Czech Republic, Cyprus, Croatia, Spain, Italy, Malta, Poland, Portugal, Slovenia and Greece).

In EU member states, child benefits are generally granted until the child reaches the age at which he/she is considered a mature adult in that country. However, in 15 countries, the age requirement for children to be considered within the scope of child benefits is applied as 18. However, in some countries, such as the age requirement of 20 in France, the age requirement for child benefits has been set higher. In addition, depending on the federation structure in some countries, the highest age requirement for children within the country may vary and the age requirement applied throughout the country may be increased to higher ages (while the age requirement is 18 in Belgium, it is 21 in the Walloon Region). In Czechia, Croatia and Latvia, the age of children to be taken into account when providing child benefits for persons protected under family benefits is applied as 15, which is the minimum age requirement set by Convention No. 102. In other EU member countries, different age conditions may be set; In Bulgaria, Estonia, Ireland, Sweden, Malta, Portugal and Slovakia it is set as 16 years of age and in Finland 17 years of age.

The age requirement, which is set depending on the country's policies, is extended in case of continuing education and higher age conditions may be applied according to the education status. In EU member states (excluding Denmark, Finland, France, the Netherlands, Spain, Romania and Slovenia), the age requirement is generally made flexible, taking into account the educational status of the children. In some countries such as Denmark and France, although no exception is made to the age requirement considering the education status, allowances for children in education are provided in addition to the child benefits if the children continue their education. In 17 countries, which have made exceptions to the child benefit age requirement, taking into account the education status of children, additional educational benefits are provided in addition to the child benefits. In some countries (Czech, Estonia, Cyprus, Croatia, Sweden, Italy, Latvia and Greece), neither child benefits are extended timewise, nor additional education benefits are provided in the country, even if the children continue their education. These countries (except for Greek Cypriot Administration, Italy and Greece) have generally adopted the minimum age requirement set in ILO Convention No.102.

In some EU member states (Germany, Austria, Belgium, Croatia, Latvia, Luxembourg, Hungary and Slovakia), child benefits continue to be provided for persons protected especially for children in vocational training, in order to promote vocational training.

Another situation that brings an exception to the age requirement in child benefits is the case of children with disabilities. Depending on the disability of children, the age requirement may be extended to older ages, it may as well be completely removed. In EU member countries (15 countries), exceptions have been made in general to the age requirement for child benefits, taking into account the disability status of children. In some countries such as Germany, Greek Cypriot Administration, Spain, Italy and Hungary, the age requirement has

been completely abolished considering the disability status of children. In Bulgaria, Denmark, Estonia, Finland, France, the Netherlands, Sweden, Lithuania, Malta, Romania, Slovakia and Slovenia, the age requirement is applied regardless of the disability status of children. It is a common situation in EU member states (except for Germany, Greek Cypriot Administration and Greece) that disabled child benefits are provided for parents in addition to child benefits in case of disability of a child. Disabled child benefits are the most common type of family benefits following child benefits in EU member states. Of these three countries where no disabled child benefits are provided in addition to child benefits, in Germany and the Greek Cypriot Administration, child benefits continue to be provided regardless of age requirement in relation to the disability status of children. In Greece, on the other hand, in the event that the children are disabled, the age requirement is not completely removed, but the age requirement for child benefits is made flexible.

There is no uniformity of practices in the EU member states in terms of the amount of child benefits. Child benefits are provided at different levels according to the development levels of countries, their social policies and economic structures. In EU member states, the amount of child benefits granted to parents ranges from 11.38 € to 622€. The lowest family benefits are provided in Latvia at 11.38€, while the highest family benefits are provided in Denmark at 622€. Considering the amount of child benefits provided in EU member states, the countries that provide the lowest amount of child benefits in ascending sequence are; Latvia (€11.38), Bulgaria (€20) and Poland. (21€). In order to take into account the minimum wage levels in the country when making comparisons between the relevant countries, when the ratios for minimum wage/child benefits amounts are calculated for each country, the three countries where these rates are the lowest are; Latvia (2.3), Spain (2.4) and Finland(2,6).

In addition, in many countries (Austria, Czechia, Denmark, France, the Netherlands, Luxembourg, Malta, Poland, Portugal, Romania and Slovenia), the amount of child benefits varies according to the age of the children, considering that the expenses to be incurred by the parents for their children will increase depending on their age. In countries where the amount of child benefits differs according to the income of the parents (Bulgaria, Czechia, Denmark, France, Cyprus, Croatia, Spain, Italy, Malta, Poland, Portugal, Slovenia and Greece), although the amount of benefits varies, in the event that the income of parents exceeds a certain amount, the parent gets removed from the scope of child benefits in these countries, except for Denmark and France, and child benefits are no longer provided. In countries where the amount of child benefits differs according to the number of children (Germany, Austria, Bulgaria, Estonia, Finland, France, Cyprus, Croatia, Sweden, Latvia, Luxembourg, Hungary, Slovenia and Greece), the amount of benefits generally increases as the number of children increases. This situation, on the one hand, ensures that the main purpose of family benefits is achieved, it increases on the other, the birth rates and the population of the country and contributes to the shaping of the demographic policies in the countries in question.

REFERENCES

- Atatanır, H. (2011). Social Security and Family Aid Practices. *Journal of Labour Relations*, 2 (1) , 143-169.
- Björklund, A. (2006). Does family policy affect fertility?. *J Popul Econ* 19, 3–24. <https://doi.org/10.1007/s00148-005-0024-0>
- Conclusions 2019 (Belgium), (2019), European Committee of Social Rights, Accessed on 29.12.2022, <https://hudoc.esc.coe.int/eng/?i=2019/def/BEL/16/EN>
- Conclusions XXI-4 (Denmark), (2019), European Committee of Social Rights, Accessed on 29.12.2022, <https://hudoc.esc.coe.int/eng/?i=XXI-4/def/DNK/16/EN>
- Conclusions 2019 (Greece), (2019), European Committee of Social Rights, Accessed on 29.12.2022, <https://hudoc.esc.coe.int/eng/?i=2019/def/GRC/16/EN>
- Conclusions 2019 (Malta), (2019), European Committee of Social Rights, Accessed on 29.12.2022, <https://hudoc.esc.coe.int/eng/?i=2019/def/MLT/16/EN>
- Convention on the Rights of the Child, United Nations (1989, 44/25), Accessed on 29.12.2022, <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
- Dilik, S. (1980). Relationships Between Social Security and Social Services, *Ankara University Journal of Faculty of Political Sciences*, C. 35, S. 1–4, 73-84.
- Dumon, W., and Esengün, R., Ç. M. (1991). National Family Policies In Ec-Countries. *Journal of Social Policy Studies*, 2(2).
- European Code of Social Security, CoE (1964, No.48), erişim tarihi 29.12.2022, <https://rm.coe.int/168006b65e>
- European Convention on Social Security, Council of Europe (1972, No. 78), Accessed on 29.12.2022, <https://rm.coe.int/1680074611>
- European Social Charter (Revised), Council of Europe (1996, no.163), Accessed on 29.12.2022, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list?module=treaty-detail&treatynum=163>
- Gauthier, A. H. and Hatzius, J. (1997). “Family Benefits and Fertility: An Econometric Analysis”, *Population Studies*, 51, s.295
- Hájek, J., and Olexová, C. (2023). Child benefits and child tax allowances in the Czech Republic, Slovak Republic and Sweden. *International Journal of Sociology and Social Policy*, (ahead-of-print).
- Immervoll, H., Sutherland, H., and de Vos, K. (2000). Child poverty and child benefits in the European Union (No. EM1/00). *EUROMOD Working Paper*.
- Income Security Recommendation. ILO (1944, No.67), Accessed on September 23, 2022, Accessed on 29.12.2022, https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312405
- Karabayır, İ. (2019). Integration of Family Benefits within the Scope of the ILO Fundamental Social Security Standards to the Turkish Social Security System: EU Comparative Recommendations (Master's thesis, Sakarya University).
- Karabayır, İ. (2019). Family Benefits as an International Labour Standard in Social Security in Germany. *Firat University International Journal of Economics and Administrative Sciences*, 3 (1) , 91-113
- Kurtulmuş, S. (1988). A Comparative Analysis Of Family Benefits. *Istanbul University Journal of Faculty of Economics*, 46, 243-257.
- Kurtulmuş, S. (1995). Family Benefits As A Modern Social Security Tool. *Journal of Social Policy Conferences*, 0 (40) , 145-159.
- Mutual Information System on Social Protection (MISSOC), Accessed on 29.12.2022, <https://www.missoc.org/>
- National reports submitted in conformity with Article 74 of the European Code of Social Security, Accessed on 29.12.2022, [https://www.coe.int/en/web/european-social-charter/reporting-procedure#%2214501987%22:\[\]{}](https://www.coe.int/en/web/european-social-charter/reporting-procedure#%2214501987%22:[]{})
- Oberlin, E. M., Caristo, A. M., Lagomarsino, G. and Santos, S. (2007). Family allowances: Policy, practice and the fight against poverty in Europe and Latin America?, *Technical Report 02*, International Social Security Association
- Prud'Homme, N. (2004). Children in new family structures: Changes in family structures in the world and adaptation of family policies. *quo. Özdemir and Karabayır (2019)*
- Regulation (EC) No 883/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the coordination of social security systems (Text with relevance for the EEA and for Switzerland), Accessed on 29.12.2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02004R0883-20140101>
- Regulation (EC) No 987/2009 of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 laying down the procedure for implementing Regulation (EC) No 883/2004 on the coordination of social security systems (Text with relevance for the EEA and for Switzerland), Accessed on 29.12.2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32009R0987>
- Social Security (Minimum Standards) Convention, ILO (1952, No. 102), Accessed on 29.12.2022, https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C102
- Şentürk, F. (2016). Türkiye İçin Bir Aile Sigortası Model Önerisi. *Sosyal Güvence*, 0 (9), 102-139.
- The International Social Security Association (ISSA), <https://ww1.issa.int/>
- Universal Declaration of Human Rights, United Nations (1948), Accessed on 29.12.2022, <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Van Lancker, W., Ghysels, J., & Cantillon, B. (2015). The impact of child benefits on single mother poverty: Exploring the role of targeting in 15 European countries. *International Journal of Social Welfare*, 24(3), 210-222.

Impacts of Meaning and Measurement of Risk-on-Risk Disclosure: An Empirical Study ¹

Risk Tanımı ve Ölçümünün Risk Açıklamaları Üzerindeki Etkileri: Ampirik Bir Araştırma

Omed Mohammed MAMAND *
Ali ALAGÖZ **

ABSTRACT

The literature on risk has focused on different issues, such as the quantity and quality aspects of risk, how efficiently it is reported, and its role in increasing transparency. The current study aims to investigate the impact of risk meaning and risk measurement (assessment) on risk disclosure. In light of the empirical findings, this research study provides an in-depth understanding of the relationship between risk meaning and measurement and risk disclosure. This study considers the perceptions of the stakeholders; investors, shareholders (owners), management, and external auditors, because they are either users of risk disclosure or preparers of this kind of information. The data for the study were gathered using a questionnaire, which was distributed to key stakeholders. The study revealed a positive relationship between the meaning of risk and risk disclosure on the one hand and a positive association between the measurement of risk and risk disclosure on the other. This study extended the literature by providing empirical evidence that disclosure of risk can be affected by the meaning and measurement of risk on one side. Furthermore, Provide information about business environments such as those in Sulaimaniyah, Iraq.

KEYWORDS

Meaning of Risk, Measurement of Risk, Risk Disclosure, Accounting Disclosure

ÖZ

Riskle ilgili literatür, riskin nicelik ve nitelik yönleri, ne kadar etkin bir şekilde raporlandığı ve şeffaflığın artırılmasındaki rolü gibi farklı konulara odaklanmaktadır. Bu çalışma, riskin anlamının ve risk ölçümünün (değerlendirmesinin) risklerin açıklanması üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Ampirik bulgular ışığında, bu araştırma çalışması riskin anlamı ve ölçümü ile riskin açıklanması arasındaki ilişkinin derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır. Bu çalışma, risklere ilişkin açıklamaları hazırlayan ve risk açıklamalarının kullanıcıları olan yatırımcılar, hissedarlar (sahipler), yönetim ve dış denetçiler gibi paydaşların risk algılarını dikkate almaktadır. Çalışma için veriler, kilit paydaşlara dağıtılan bir anket kullanılarak toplanmıştır. Çalışma, bir yandan riskin anlamı ile risk açıklaması arasında pozitif bir ilişki olduğunu, diğer yandan da riskin ölçümü ile risk açıklaması arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma, Irak'ın Süleymaniye kentindeki iş çevreleri hakkında bilgi verirken, riskin açıklanmasının bir taraftan riskin anlamından diğer taraftan da ölçümünden etkilenebileceğine dair ampirik kanıtlar sunarak literature katkı sağlamaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Riskin Anlamı; Risk Ölçümü; Risk Açıklamaları; Muhasebe Açıklamaları

<i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 24.01.2023		<i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 19.04.2023
<i>Atıf</i>	Mamand, O. M. ve Alagöz, A. (2023). Impacts of Meaning and Measurement of Risk-on-Risk Disclosure: An Empirical Study. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 196-209.	

¹ This article is based on a doctoral thesis (Mamand Omed Muhammed, "Risk Measurement and Valuation and Its Impacts on the Quality of Financial Reporting, An Empirical Study", Selçuk University, 2023).

* Dr., hawaromed@gmail.com, 0000-0002-0183-677X

** Prof. Dr., Selçuk University, Faculty of Economics And Administrative Sciences, Department of Business Administration, aalagoz@selcuk.edu.tr, 0000-0003-3873-1936

INTRODUCTION

Risks to companies are becoming more important. Risk management and disclosure practices have been strongly addressed since the global financial crisis. The US Financial Crisis Inquiry Commission cited risk management deficiencies, particularly in financial institutions, as a major cause of the financial crisis. Therefore, most countries have increased their requirements for listed companies to regain investors' confidence and protect them. However, some believe that current accounting disclosure may not satisfy information users and decision-makers. Thus, disclosure literature suggests that any reporting system reform should include a satisfactory scheme and typology of risks that companies face and models for risk quantification. As disclosing risk information may help investors invest in low-risk companies and external auditors assess a company's operational risk, it emphasizes management and control and improves financial reporting transparency.

Risk reporting research has been conducted in many countries, including the UK, Italy, Portugal, Canada, Australia, the USA, Romania, and Bulgaria in developed countries, as well as Egypt, the UAE, Iran, and Jordan in developing countries. They addressed; 1) company-related factors that influence risk disclosure, such as size, risk history, profitability, sector, cross-listing, corporate governance, and culture. 2) risk communication 3) Other research covered risk in terms of financial and non-financial approaches, quantification, time orientation, and impacts, resulting in 13 risk indexes. In addition, regulators set risk reporting standards and guidelines. Exploring additional variables that may affect risk disclosure may expand the literature. This study highlights the impact of meaning and concept on risk disclosure. It also shows how risk assessment impacts risk reporting. We also see that most risk research has been done in developed countries. Thus, Iraq lags behind developed nations in comprehending disclosure implementations, risk management, financial reporting, and corporate governance. Therefore, this research covers risk disclosure in Iraq.

1. LITERATURE REVIEW AND DEVELOPMENT OF HYPOTHESIS

1.1. Theoretical Framework of Risk

Both regulators and researchers are paying more attention to company risks. After risk management and disclosure gained momentum after the global crisis, this concern has grown. There are many articles on risk management, but few definitions of risk (Holton 2004). Financial risks are usually caused by unanticipated events, ambiguous behaviours, market creditworthiness and behaviour patterns, and other factors (Berre et al., 2019). Risk is characterized by measurable uncertainty and subjective probabilities (ibi). Qualitative factors like competitors (companies, governments, other enterprises, or people), transactions, and exposure also affect financial risk (Chorafas 2008). In business, risk is the likelihood of events or combinations of events that can damage a company's economic value (Kelliher et al. 2013). Accordingly, risk management involves the ability to identify, measure, and calculate risks' impacts in order to conserve, transfer, or reduce them based on the company's goals (Berre et al. 2019). Thus, risk management involves implementing mechanisms, rules, and procedures to reduce uncertainty, as well as analysing and quantifying potential losses from an event (ibi) and companies must manage risk holistically. The process of risk management, as described by Mehr and Hedges, consists of the following stages: determination and measurement of losses, controlling, and selecting risk management methods. This definition is very similar to the holistic Enterprise Risk Management (ERM) that has been introduced in recent years. All the risks to which a company is vulnerable are evaluated, compared, and aggregated to reveal how they affect the company's risk profile and goals. Risk appetite is the foundation of a company's ERM strategy (Foulquier and Arias 2016). According to Markowitz, a company's total risk is idiosyncratic and systematic (Berre et al. 2019). Most of the literature has focused on calculating risk and understanding its effects on business performance. In addition, Markowitz's 1952 attempt to quantify risk served as the impetus for the development of modern risk management. The importance of risk makes it necessary for risk practitioners as well as academics to conduct more in-depth research on the topic. Therefore, it would be beneficial to understand risk classification in order to better comprehend, report, and manage risks.

1.2. Classification of Risk

There are several types of categorizations in the literature, each of which is appropriate for a certain context and serves a specific goal. Adopting a financial or personal security system for particular hazards may be complicated and require expert judgment. Risk categorization depends on a company's risk definition. It's important to classify and categorize risks because ambiguity in classification can lead to confusion in risk reporting and management (Kelliher et al. 2013). Risk is defined according to its influence on a company's strategy: avoidable risks, strategic risks, and external risks (Kaplan and Mikes 2012). Financial risks were also

categorized by (Kelliher et al., 2013): market risk, credit risk, demographic and insurance risks, operational risk, liquidity risk, strategy risk, and frictional risks. Furthermore, Risk is classified as cladistics in the evolutionary framework. Cladistics categorization seeks to organize data based on an evolutionary framework. This categorization provides useful management insight into the types of risks faced by an organization, their change through time, and what the future may hold. This method was used at the 2014 World Economic Forum to reduce 31 risk factors that had been agreed upon internationally as being important to just 6 systematic risk factors (Evans and Wang, 2020). Also, based on the expected reward, risks are classified from the top down as follows: No reward is anticipated, reward is anticipated, and risk is unavoidably introduced. The cladistics classification categorizes risk by its key features. However, ERM has also contributed to the development of better risk categorization, evaluation, and administration. Furthermore, ERM has offered an appropriate framework for risk management in both the financial and non-financial sectors. Thus, the first hypothesis of the research can be generated as follow;

H1: The provision of a precise risk definition positively influences risk disclosure in financial reporting.

1.3. Measurement and Assessment of Risk

Performance measurement (Crouhy et al., 1999; Keating and Shadwick, 2002; Trudgen and Freeman, 2014) and capacity enhancement were the primary areas of study (Cogneau and Hubner, 2009). According to Boyle (2002), risk measurement is the initial stage in risk management since protection against undefined or mistakenly estimated threats is impossible. Therefore, measuring and modelling risks are crucial from a theoretical and practical standpoint (Zhu et al., 2019, p. 2). Risk management's cornerstone is risk measurement, assessment, and quantitative analysis (ibi). Risk assessment has a solid basis; its mathematical tools had been created for about a century before risk evaluations began to be carried out technically. As a result of the preliminary approval of negative consequences based on probabilistic measurements, risk assessment allows us to begin risk management and expand the reach of these measures up to the insurance industry (Chapter, 2018). The emphasis of a risk assessment is not on the risk itself, but on how that threat can affect the company, the financial market, and the customers (2020). In risk assessment, risk elements are presented accurately and quantitatively. It is stressed that technical risk assessment describes risks, computes the likelihood of their unintended consequences, and combines both by multiplying risk probabilities by effect sizes (Kolluru and Brooks, 1995). Risk assessment entails identifying, assessing, and analysing risks. It may be done at any level, from organization to individual (e.g., personal-based). Risk assessment may be performed in a variety of contexts; nevertheless, each may need a unique set of methodologies, tools, and procedures. According to Altenbach (1995), cost, labour force, time, talents, management concerns, sharing risk findings with people, and political issues all have an influence on how risk assessments are carried out. Risk assessment can help decision-makers with (ISO 31010/FDIS IEC 2009): 1) tasks, 2) opportunities, and 3) risk intervention. 4) choosing between risky choices, 5) prioritizing risk treatment options, and 6) choosing the most acceptable risk treatment technique to reduce negative risks. To conclude, risk assessment is the most important aspect of risk management since it helps define risk and its effect on the organization and informs decision-makers.

1.4. Process of Risk Assessment

Identification, analysis, evaluation, documentation, monitoring, and revision are the steps in risk assessment (ISO; 31010/FDIS; IEC 2009). The application of this procedure is also dependent on the condition of the risk management process, the techniques used, and the approaches implemented. Risk assessments may also need a unique interdisciplinary approach since risks might have a variety of origins and implications. The risk assessment is detailed below; Risk identification involves recognizing, judging, and categorizing real and anticipated risk occurrences or variables. Furthermore, this process also involves determining the reasons and sources of the risk, events, and situations that could have a material effect on the objective, and considering the nature of the impact (ISO; 31010/FDIS; IEC 2009). The following strategies may be used to identify risks: 1) Evidence-based techniques Systematic team approaches 3) inductive reasoning techniques such as HAZOP. Furthermore, several supporting approaches, such as brainstorming, the Delphi methodology (ibi), historical document analysis, scenario analysis, SWOT analysis, and the flow chart method, may be applied.

Risk analysis focuses on the emergence of risks and attempts to determine their consequences. It assists in choosing and deciding on treatments. This process comprises determining the effects and probability of risk occurrences, the level of risk, and verifying the availability and efficacy of controls (ISO; 31010/FDIS IEC 2009). The three sub-processes of risk analysis are prioritization, assessment, and evaluation. While risk prioritizing is a qualitative process, risk assessment and evaluation are quantitative (Creemers et al., 2010).

ISO 31010/FDIS IEC 2009 states that risk analysis may be conducted using qualitative, semi-quantitative, or quantitative methods.

Qualitative assessment; This method defines outcomes, probabilities, and risk levels depending on their significance level. To better understand the qualitative risks, they scaled them into nine distinct areas, sometimes known as "frequency-consequence pairings." Low-Low, Low-Medium, Low-High, Medium-Low, Medium-Medium, Medium-High, High-Low, High-Medium, and High-High are these pairings. The interpretation of areas with medium pair levels is clearly more difficult than that of the other regions (Elmonstri, 2014, P. 52).

Semi-Quantitative method; Experts have explored several semi-quantitative methods to improve comparative research (Cox et al., 2005). Semi-quantitative methods grade effects and probability numerically. Impacts and probabilities are incorporated in these methods to calculate risk levels. These approaches are labelled qualitative despite their quantitative foundations. Both qualitative and semi-quantitative techniques have limits when comparing risks (Altenbach and Brereton, 1998).

Quantitative analysis; Quantitative analysis predicts a specific value for events, their results and possibilities. It also scales risks in specific units. It should be noted that when a pure quantitative method is used, the risk levels that are found are just estimates. Risk may be analysed using control, consequence, and likelihood analysis (probability estimation). There are three general methods for estimating probability: 1) The first method predicts the future by studying the past. 2) using event and fault tree analysis for probability forecasts. 3) In systematic and structural processes, expert views may be used to estimate likelihood (ISO; 31010/FDIS IEC 2009).

Risk evaluation compares expected risk levels to risk criteria. Risk assessment determines future actions based on risk analyses. Ethical, legal, financial, risk perception, and other factors influence future actions. Risk assessment and intervention may rely on cost. In this context, risks may be addressed under three bands (ISO; 31010/FDIS - IEC 2009): Top, Middle, and Lower.

Risks may be documented by reporting. There, the risk assessment process, techniques, scales, units, and outcomes should be explained. The scope of the report should be based on the goals of the assessment. Assessments may include aims and extent, structural components and their roles, and a short description of the firm's internal and external settings (ISO 31010, FDIS, and IEC 2009).

Risk assessment is a continuous activity. Variables, methodologies, and assumptions employed in evaluations may vary throughout time. Assessments must be audited, improved, and updated. Identifying the data, checking it, and documenting the findings are all necessary steps.

1.5. Calculation of Risk

There is no worldwide definition of risk; however, ISO 31000 and other standards and frameworks address risk-related concerns (Ramakrishna, 2015). In traditional risk management, risk is measured by multiplying occurrence probabilities by loss values, and the maximum risk occurs when the possibility of loss is 100%. In the current method, the biggest risk occurs when the probability is low and the severity is high. For instance, market risk is the divergence from the mean predicted return, benchmark, or financial market. Its criteria include financial market risk, both systematic and idiosyncratic. The mean-variance is the easiest to execute since it corresponds to the most alternative financial market measurements (Caporin et al., 2014; Berk and DeMarzo, 2007; Cogneau and Hubner, 2009; Sortino and Forsey, 1996; Dowd, 2000; Foulquier, 2019, P. 34).

There are two approaches to portfolio analysis: 1) the traditional theory of portfolio analysis, which concentrates on the determination of the constraints of investors themselves; and 2) the modern theory, according to which investors attempt to decrease risks and increase return; in doing so, they follow the perspective of the association between the estimated returns and security risks; here, the quantitative analysis methods are used (Zhu et al., 2019, p. 1). Sharpe (1964) and

Lintner (1965) proposed the Capital Asset Pricing Model (CAPM) based on Markowitz (1952). This model depicts asset returns based on a risk-free rate R_f , market yield R_m , and mean-variance abnormal returns: $r_e = r_f + \beta[r_m - r_f]$ (1) CAPM links asset returns with mean-variance volatility (Berre et al. 2019). The CAPM has given rise to a few famous measures as follows (ibi, p. 35):

- Jensen's alpha (α_p) is a measure of the aberrant performance of a portfolio in comparison to its theoretical performance as calculated by the CAPM (Jensen, 1968).

$$\alpha_p = E[r_p] - r_f + \beta[r_m - r_f]$$

- Treynor's ratio (Treynor, 1965) compares portfolio returns to risk-free asset returns per unit of market risk: $(r_p - r_f) / \beta$.

• The Sharpe ratio (Sharpe, 1966) measures the portfolio's excess returns (r_p) compared to the risk-free rate (r_f) after correcting for its risk p , allowing for more than the CAPM's mean returns: $(r_p - r_f) / p$.

Despite this, some writers see risk from the utility function. Thus, Arrow (1965) and Pratt (1964) created the Arrow-Pratt measure to assess customer risk aversion. When utility functions become more concave, consumers avoid risks more. The investor's risk tolerance determines the utility function; $R_n = \frac{1}{2} r(w) E[Z - z, 2] = \frac{1}{2} r(w) \sigma_z^2$ (2)

Furthermore, Jia and Dyer's standard risk measurement clearly correlates risk measurement with investor preferences that fit the expected utility theory. Investment methods pose varying risks. Thus, it is possible to discuss a wide range of risks, from market risks to system risks. Systematic and non-systematic risks apply to investments. Thus, the risk here can be measured as; $R_{(x)} = E(u(x - \bar{x}))$. Consequently, the second hypothesis of the study is as follows:

H2: The provision of an accurate and verifiable risk assessment method will increase risk disclosure in financial reporting.

1.6. Risk Disclosure

Quality information is that which discloses a variety of relevant factors, illustrates the expected effects of future occurrences (whether negative or positive), and provides quantitative measures of those effects (Beretta and Bozzolan 2004). Despite the significance of quantitative risk information, KPMG found that financial risks are more likely to be reported than non-financial risks (KPMG. 2014). Thus, few businesses reported business risks (Domínguez and Gámez 2014; Cabedo and Tirado, 2009; FRC. 2009; Abraham and Cox 2007). This is because management instruments and mitigation measures for financial risks are better described than for non-financial risks (Cabedo and Tirado, 2009). Schrand and Elliott (1998) described risk disclosure as presenting all types of information concerning trade uncertainty in financial statements. Al Smadi (2017) and Hassan (2009) defined it as presenting potential events that could raise or decrease business assets or values. Disclosure of risk involves sharing information about firms' features, operations, strategies, and internal/external variables that may affect expected results (Beretta and Bozzolan 2004; Linsley and Shrives 2006). Linsley and Shrives (2006) define risk disclosure as a tool that informs people about a firm's threats, dangers, damages, and opportunities. The current study uses the latter definition. Amezaga-Alonso et al. 2020 offered a framework that included 1) revealing risk management components such as general policies, scope, etc. 2) Announcement of the guidelines for risk classification 3) reporting major risk probabilities and implications. Quality information (Beretta and Bozzolan 2004) and efficient risk disclosure fit the above points (ACCA 2014; KPMG. 2014; England and Wales 2011). According to Cole and Jones (2005), many countries requested more information, notably in the non-financial area of annual reports. Dobler et al. (2011) stated that financial and nonfinancial institutions should prepare risk information (Dobler et al., 2011). According to Hodder et al. (2001), risk reporting research has identified three key topics: enabling users and investors; the need for quantitative data in annual reports; and investors' and users' risk assessment challenges. A financial risk disclosure should include explanations in a format that allows consumers to analyse potential risks associated with a business, including environmental or social risks, because investors find relevant (Harper Ho. 2019). Research on reporting risks has been done in the UK, Italy, Portugal, Canada, Australia, the USA, Romania, and Bulgaria. They covered disclosure of risk (Abraham et al., 2012; Abraham and Cox 2007; Amran et al., 2009; Beretta and Bozzolan 2004; Dobler et al., 2011; Linsley and Shrives 2006); corporate governance's involvement in explaining disclosure (Elshandidy and Neri 2015; Mokhtar and Mellett 2013; Ntim et al., 2013); and the utility of disclosed risk information (Campbell et al. 2014; Kravet and Muslu 2013). Serrasqueiro and Mineiro (2018) also examined risk in terms of financial and non-financial approaches, quantification, time orientation, and impacts. Deloitte noted that the standards recommend providing risk appetite (Nichita and Turlea 2015), risk management, and impacts (Deloitte 2021). The literature on risk disclosure identifies risk classes. For example, Epstein and Buhovac (2005) divided these risks into four categories: strategic risks, operational risks, reporting risks, and compliance risks. According Branson (2015) the main risks are reported annually. Linsley and Shrives (2006) identified three narrative categories (financial/non-financial, downside/upside, future/past) and six risk factors (related to finance, operations, empowerments, information processing, technologies, and strategy). Crouhy et al. (2006) listed operational, strategical, market, reputation, liquidity, legal and regulatory, and credit risks. As mentioned in Linsmeir et al. (2002), technology, strategy, legal, and policy risks can also affect a firm's performance and success (Gonidakis et al. 2020). Gonidakis et al. (2020) listed the primary risk categories as financial; personal and integrity; legal, tax, and regulatory; business; political, social, and economic; operational, strategic; business

environment and market; and technological and information processing. Furthermore, the main risk categories have subclasses.

2. RESEARCH DESIGN AND METHODOLOGY

2.1. Data Analysis

For theory development, Hair et al (2011) recommend using the Partial Latest Square–Structure Equation Model (PLS-SEM) Software to analyse data. SEM uses indicator variables as proxies for latent constructs to measure phenomena (Nascimento and Macedo, 2016). PLS-SEM tests a theory in two steps: first, the measurement theory to verify the measurement models' reliability and validity, then the structural model. PLS-SEM uses nonparametric criteria like bootstrapping and blindfolding to evaluate a model (Hair et al., 2021). The determination coefficient (R^2) can be used to determine the significance and size of path coefficients, predictive relevance, and effect sizes in a structural model (q^2 and f^2). The SEM allows for the evaluation of the interaction between the data and the theory through the use of multiple regression, factor analysis, principal component analysis, and discriminant analysis (Chin 1998). SEM combines path and factorial analyses to simultaneously evaluate the structural model and measuring model (Lee et al. 2011). The model is shown in Figure 1. A construct is measured by five items. Thus, the sample includes 49 stakeholders (investors, shareholders, company management, and external auditors) because they are either the primary users of financial reporting or the preparers of financial reporting. As a result, the content and quality of financial reporting may influence their decisions. Along with regulators and standard-setters, they can develop accounting disclosure. In recent years, Iraqi regulators have issued new corporate governance guidelines for the financial sector. The guideline did not apply to non-financial institutions. Thus, this study examines how risk meaning and measurement affect risk disclosure. The survey is used to gather sample data on risk perceptions. Data was collected via email and social media using a monkey survey.

2.2. Demographic Information

Sixty respondents received the survey. Fifty-five (92%) were collected and forty-nine (89%) completed. This is because the majority of these stakeholders are extremely busy and therefore unable to respond in a timely manner or finish the survey. Figure 2 shows respondent information; 89% of respondents were male and 11% female, indicating that Sulaimaniyah's business community is dominated by men. 29% hold master's degrees, 26% bachelor's, 17% PhD, 11% CPA, 6% ACCA, and 11% other. 40% are accountants and financiers, 30% are business administrators, 15% are auditors, and 15% are in other areas. 40% Finance Manager, 29% Management (CEO, CCO, COO, Senior Adviser of the Chairman of the Board of Directors, etc.), 14% Auditor, 9% Shareholder, and 9% Investor. The responses are relevant because 1) they either prepare or use the information.2) Over 75% have worked for over 10 years.

2.3. Assessment of the Reflective Measurement Model

Reflective measurement model estimates can be assessed for reliability and validity. Reliability in the reflective measurement model includes indicator and construct levels (internal consistency reliability). Each measure's convergent validity is determined by the average variance extracted (AVE). The heterotrait-monotrait (HTMT) ratio of correlations indicates the construct's discriminant validity relative to other construct measures in the same model. Convergent validity, indicator reliability, composite reliability, and discriminant validity were used to evaluate latent variables in this study. AVE will evaluate convergent validity. This indicator shows the latent variable's contribution to indicator variance. AVE greater than 0.5 is recommended to demonstrate convergent validity because the related latent variable explains more than half of the variance in the related indicators (Fornell and Larcker 1981). All AVE values are above 0.5 in this study. Factor loading estimates assess indicator reliability. Factor loading above 0.708 indicates that the latent variable explains 50% of the indicator variance. Since construct validity and reliability are met, lower values are not a problem. Table 1 shows factor loadings and their significance. Most of them are within the accepted threshold at the significant level of 1%, except for indicator MR3. This suggests that the measures are reliable. Internal consistency reliability is assessed next in the reflective measurement model. This illustrates how indicators measuring the same construct are related. PLS-SEM uses composite reliability rho (Jöreskog 1971). More reliable values are higher. Values between 0.6 up to 0.7 are considered “acceptable in exploratory research” and 0.7 to 0.9 range from “satisfactory to good” (Hair and Sarstedt, 2021). In Table 2, risk measurement and disclosure are acceptable at 0.59 which is near to 0.6, while risk meaning is satisfactory to good at 0.77. The term discriminant validity refers to the fact that two latent variables represent statistically and sufficiently different theoretical concepts. Discriminant reliability is highlighted by an HTMT (Henseler et al., 2015), so an HTMT of less than

0.85 (more stringent threshold) or 0.9 (more lenient threshold) and definitely less than 1 is desirable (Franke and Sarstedt, 2019). Table 3 shows HTMT for all constructs. Since all constructs are within the threshold, discriminant validity is achieved.

2.4. Assessment of the Structural Model

PLS-SEM does not have a global goodness of fit measure, so its use for theory testing and confirmation is limited (Hair et al., 2021). Goodness-of-fit in PLS-SEM has had limited success (Schuberth et al., 2018). PLS-SEM model estimation and evaluation use a casual-predictive paradigm from logic and theory. PLS-SEM is ideal for practice-oriented research because it is casual-predictive. According to Sarstedt and Danks (2002), PLS-SEM focuses on model estimation and evaluation (Sarstedt and Danks 2022). However, the model fit of the model highlighted in Table 4 indicates that the threshold of the standardized root mean square residual (SRMR) is 0.85 (conservative) and 0.90 (more flexible). The table shows 0.15. This study agrees with Hair et al. arguing that model fit in PLS-SEM cannot assess theory. Despite the fact that model fit is contradictory, the structural model can be evaluated using other criteria, such as assessment of collinearity issues, because path coefficient estimation in the structural model is based on ordinary least squares (OLS) regressions of each endogenous construct on its corresponding predictor construct. When there is a high level of collinearity among predictor constructs, the path coefficients may be biased. The variance inflation factor (VIF) is calculated by using the construct scores of the predictor constructs in each regression in the structural model (Hair and Sarstedt, 2021). A VIF value greater than 5 suggests predictor construct collinearity, but it can also occur at lower values of 3-5 (Becker et al. 2015). According to Table 5, the VIF value is between 1.08 and 1.91, indicating that the structural model has no collinearity problems. Structural model significance and relevance are assessed next. Structural model significance is shown in Table 6. According to the original path coefficient estimates, risk measurement has a positive impact on risk disclosure, which is 0.414, and risk meaning is 0.370. T-values above 1.960 are statistically significant at 5%. Table 6 demonstrates that the t-value for all relationships in the model is greater than 1.960. This indicates that the effects are significant and statistically significant. The next step in evaluating a structural model is to assess its explanatory power, which can be done by testing the coefficient of determination (R^2) of the endogenous constructs. R^2 shows each endogenous construct's variance explained and explanatory power (Shmueli and Koppius 2011). This metric is also known as "in-sample predictive power" (Rigdon 2012). Many social science disciplines consider R^2 values of 0.75, 0.50, and 0.25 substantial, moderate, and weak, respectively (Hair et al., 2011). In some fields, like stock-return forecasting, an R^2 value of 0.10 is considered acceptable (Raithel et al. 2012). R^2 values should be interpreted in light of the surrounding literature and other studies with similar aims and model complexity (Hair et al., 2021). Thus, more explanatory variables increase R^2 's value. Table 7 shows models R^2 and F^2 . The R^2 for risk meaning and measurement is less than moderate. statistic indicates model predictive power (Sarstedt and Danks 2022; Shmueli and Koppius 2011). Prediction errors are usually tested with RMSE (Hair et al., 2021). This metric is the square root of the average of the predicted and observed squared variances. The indicator mean absolute error (MAE) metric measures the average magnitude of errors in a set of predictions without focusing on their direction (overestimation or underestimation). Consider the following when interpreting the RMSE (or MAE) versus LM value comparison (Shmueli et al., 2019): The model has high predictive power when all indicators in the PLS-SEM analysis have lower RMSE (or MAE) values compared to the LM benchmarks; medium predictive power when the majority of indicators produce smaller prediction errors compared to the LM; and low predictive power when a minority of the dependent construct's indicators produce lower prediction errors. Table 8 shows the model has medium predictive power.

RESULT AND DISCUSSIONS

The data analysis revealed that survey participants believe that a clear definition and meaning of risk play an important role in risk reporting because understanding risk can help both prepare and reader of risk information. The result also suggests that when defining risk, the nature of an event—negative or positive—its effects on a firm's financial position and performance; quantitative reporting; and financial reporting tools should be considered. Table 1 also shows the order of factors affecting risk meaning: impacts of risk on the financial position and performance of businesses, quantitative reporting of risk, means of reporting risk, and the nature of risk. The result also shows that risk disclosure is positively and statistically significantly (0.370 at $P = 0.0000$) affected by risk meaning. The first hypothesis of this study, which assumed that there is a positive relationship between the meaning of risk and risk disclosure, is therefore supported by the findings of this research. The findings indicate that respondents believe risk measurement is crucial to reporting risk because a clear procedure aids risk information preparer. Use of the same methods for measuring risk over

time also aids the reader in making comparisons and gaining a deeper understanding of the data presented. The analysis suggests identifying risk drivers and calculating and highlighting risk's impact on the firm's financial position and performance when measuring risk. Furthermore, reasons lead to risk, and risk impact is of the first order (i.e., 0.815), allowing for risk measurement. The probability of a risk occurring in the second order (0.780) helps users of risk information understand risk effects and make future predictions. Standards and regulation help measure risk because they simplify complex issues. It also enhances risk information comparability across firms. Standards and regulations are rising in risk assessment. The comprehensiveness of the standards, such as IFRS, which may be aimed at practitioners in the finance and accounting fields, may be the cause. Results show that risk measurement positively affects risk disclosure (0.414 at a P value of 0.0000). In light of this, the second hypothesis of this study, which assumed that there is a positive relationship between risk measurement and disclosure of risk, is supported. Additionally, risk disclosure is more affected by risk measurement than risk meaning. When it comes to risk disclosure, the results show that, while the quantitative aspects of risk information are important, the qualitative details are also appreciated by respondents. Quantified/qualitative risk reporting had the highest significance (0.793) in risk disclosure. Following that, risk disclosure is influenced by the orientation and impact of risk information. This factor ranks second (0.749) in risk reporting factors. Finally, risk classification, such as operational risk, strategic risk, etc., plays a role in risk disclosure but is less important than other factors.

To summarize, the findings of the data analysis show that a clear understanding of risk plays a positive role in increasing risk reporting. Furthermore, factors influencing the meaning of risk include the nature of the risk (positive or negative), the financial impact, the quantitative manner of reporting, and the means of reporting, such as financial reporting. Another factor affecting risk disclosure is risk measurement. The introduction of reason, the financial impacts of risk, the likelihood of risk, international standards, and local regulation can all affect risk measurement. Finally, the respondents highlight key considerations in risk disclosure, including the use of quantitative and qualitative methods in reporting risks, the emphasis on time and the nature of impacts, and the application of a risk matrix and classification.

CONCLUSION

This study examined the literature on risk. It highlighted the current literature on risk and showed that more work is needed because each author's interpretation of risk is different. Thus, a comprehensive definition of risk is necessary to improve disclosure in general and risk disclosure in particular. The study's second section examined risk measurement and assessment literature. The study found that risk measurement improves risk disclosure. It also highlights key areas in risk assessment, such as determining risk causes and financial impacts, calculating risk likelihood, and providing appropriate standards and guidelines. The findings of this study call for additional research to be conducted on the factors that influence risk measurement. In the final section of this research, risk disclosure content and factors affecting it were discussed. This study recommends conducting additional research on risk disclosure, particularly research covering the foundations that must be adhered to when disclosing risk information, such as the materiality principle. This research is limited to Iraq and Sulaimaniyah, so future research can be done elsewhere.

REFERENCES

- (<https://www.ncontracts.com>).
- Abraham, Santhosh, and Paul Cox. 2007. "Analysing the determinants of narrative risk information in UK FTSE 100 annual reports." *The British Accounting Review* 39 (3):227-48.
- Abraham, Santhosh, Claire Lesley Marston, and Phil Darby. 2012. Risk reporting: Clarity, relevance and location. ACCA, A. o. (2014). Reporting Risks. available online at <https://www.accaglobal.com/>.
- Al Smadi, Safaa Adnan. 2017. "Corporate governance and Risk disclosures practices in the annual reports of Jordanian banks." University of Southampton.
- Altenbach, T, and S Brereton. 1998. "Risk Ranking Methodology for Chemical Release Events. Probabilistic Safety Assessment and Management. 4, International Conference on Probabilistic Safety Assessment and Management New York City, NY."
- Altenbach, T J. 1995. A comparison of risk assessment techniques from qualitative to quantitative. Available online at <https://www.osti.gov/biblio/67753>
- Amezaga-Alonso, María Teresa, Ernesto Cilleruelo-Carrasco, Enara Zarrabeitia-Bilbao, and Patxi Ruiz-de-Arbulo-López. 2020. "Present and future of risk disclosure in Spanish non-financial listed companies: Presente y futuro de la divulgación de información sobre riesgos en las empresas españolas cotizadas no financieras." *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review* 23 (1):18-49.
- Amran, Azlan, Abdul Manaf Rosli Bin, and Bin Che Haat Mohd Hassan. 2009. "Risk reporting: An exploratory study on risk management disclosure in Malaysian annual reports." *Managerial auditing journal*.
- Becker, Jan-Michael, Christian M Ringle, Marko Sarstedt, and Franziska Völckner. 2015. "How collinearity affects mixture regression results." *Marketing Letters* 26 (4):643-59.
- Beretta, Sergio, and Saverio Bozzolan. 2004. "A framework for the analysis of firm risk communication." *The International Journal of Accounting* 39 (3):265-88.
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2007). *Corporate Finance*. Boston, MA: Pearson Addison Wesley
- Berre, Max, Marieke Delanghe, Philippe FOULQUIER, and Yan Du. 2019. "Performance 21 Handbook of Business Performance and Value Creation in the 21st Century." Available at SSRN.
- Boyle, M., 2002. Cleaning up after the Celtic Tiger: scalar 'Wxes' in the political ecology of Tiger economies. *Transactions of the Institute of British Geographers* NS 27, 172–194
- Branson, B. 2015. "Reporting Key Risk Information to the Board of Directors: Top Risk Executives Share & Their Practices." North Carolina State University, POOLE College of Management ERM.
- Cabedo Semper, José David, and José Miguel Tirado Beltrán. 2009. "Risk information disclosure: a proposal for measurement." *Innovar* 19 (34):121-34.
- Campbell, John L, Hsinchun Chen, Dan S Dhaliwal, Hsin-min Lu, and Logan B Steele. 2014. "The information content of mandatory risk factor disclosures in corporate filings." *Review of Accounting Studies* 19 (1):396-455.
- Chapter. 2018. "How do we measure risk 1-37." In, 1-37.
- Caporin, M., Jannin, G., Lisi, F., & Baillet, B. (2014). A survey on the four families of performance measures. *Journal of Economic Surveys*, 28(5), 917 – 942
- Chin, Wynne W. 1998. "Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling." In, vii-xvi. JSTOR.
- Chorafas, Dimitris N. 2008. *IT auditing and Sarbanes-Oxley compliance: key strategies for business improvement*: Auerbach Publications.
- Cogneau, Philippe and Hübner, Georges, the 101 Ways to Measure Portfolio Performance (January 11, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1326076>
- Cole, Cathy J, and Christopher L Jones. 2005. "Management discussion and analysis: A review and implications for future research." *Journal of Accounting Literature* 24:135.
- Cox Jr, Louis Anthony, Djangir Babayev, and William Huber. 2005. "Some limitations of qualitative risk rating systems." *Risk Analysis: An International Journal* 25 (3):651-62.
- Creemers, B. P. M., Kyriakides, L., & Sammons, P. (2010). *Methodological advances in educational effectiveness research*. London/New York: Taylor & Francis.
- Crouhy, Michel., Turnbull, Stuart M., and Wakeman., Lee M. (1999). Measuring risk-adjusted performance. *Journal of Risk*, 2(1). Available online at <https://www.researchgate.net>
- Deliotte. 2021. "The risk paragraph in the management board's report; good practices."
- Dobler, Michael, Kaouthar Lajili, and Daniel Zéghal. 2011. "Attributes of corporate risk disclosure: An international investigation in the manufacturing sector." *Journal of International Accounting Research* 10 (2):1-22.
- Domínguez, Luis Rodríguez, and Ligia Carolina Noguera Gámez. 2014. "Corporate reporting on risks: Evidence from Spanish companies." *Revista de Contabilidad* 17 (2):116-29.
- Dowd, K. (2000). Adjusting for risk: An improved Sharpe ratio. *International Review of Economics & Finance*, 9(3), 209 – 222. Available online at <https://www.sciencedirect.com>
- Elmonstri, M., 2014. Review of the strengths and weaknesses of risk matrices. *Journal of Risk Analysis and Crisis Response*, 4(1), pp. 49–57.
- Elshandidy, Tamer, and Lorenzo Neri. 2015. "Corporate governance, risk disclosure practices, and market liquidity: Comparative evidence from the UK and Italy." *Corporate Governance: An International Review* 23 (4):331-56.

- England, Institute of Chartered Accountants in, and Wales. 2011. "Reporting business risks: Meeting expectations." In.: ICAEW London.
- Epstein, Marc J, and Adriana Rejc Buhovac. 2005. Identifying, measuring, and managing organizational risks for improved performance: Management accounting guideline: Society of Management Accountants of Canada.
- Evans, J. R., & Wang, X. (2020). A Cladistics Analysis of Financial Stability and Instability across 58 Countries 2007~2012. Available at SSRN 3707261.
- Fornell, Claes, and David F Larcker. 1981. "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error." *Journal of marketing research* 18 (1):39-50.
- Foulquier, P., and L. Arias. 2016. "How to calibrate risk appetite, tolerance and limits: the issues at stake for capital allocation." *ERM and Business Performance*, EDHEC Position Paper.
- Franke, George, and Marko Sarstedt. 2019. "Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: a comparison of four procedures." *Internet Research*.
- FRC., F. R. . 2009. "Rising to the challenge. A review of Narrative Reporting by UK Listed companies in 2008-2009.".
- Gonidakis, Fragiskos, Andreas Koutoupis, Panagiotis Kyriakogkonas, and Grigorios Lazos. 2020. "Risk disclosures in annual reports: the role of nonfinancial companies listed on the Athens stock exchange." *Journal of Operational Risk* 16 (3).
- Hair, Joe F, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. 2011. "PLS-SEM: Indeed a silver bullet." *Journal of Marketing theory and Practice* 19 (2):139-52.
- Hair, Joseph F, and Marko Sarstedt. 2021. "Explanation plus prediction—The logical focus of project management research." *Project Management Journal* 52 (4):319-22.
- Hair Jr, Joseph F, G Tomas M Hult, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. 2021. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*: Sage publications.
- Hair Jr, Joseph F, G Tomas M Hult, Christian M Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P Danks, and Soumya Ray. 2021. "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook." In.: Springer Nature.
- Harper Ho., V. . 2019. "Disclosure overload? Lessons for disclosure and reporting reform from the regulation S-K concept release."
- Hassan, Mostafa Kamal. 2009. "UAE corporations-specific characteristics and level of risk disclosure." *Managerial auditing journal*.
- Henseler, Jörg, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. 2015. "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling." *Journal of the academy of marketing science* 43 (1):115-35.
- Hodder, L., Koonce, L., & McAnally, M. L. (2001). Behavioral implications of the SEC market risk disclosures. *Accounting Horizons*, 15, 49-70
- Holton, Glyn A. 2004. "Defining risk." *Financial analysts journal* 60 (6):19-25.
- ISO; 31010/FDIS © IEC, 2009, P.10. 2009.
- Jöreskog, Karl G. 1971. "Simultaneous factor analysis in several populations." *Psychometrika* 36 (4):409-26.
- Jensen, M. C. (1968). The performance of mutual funds in the period 1945-1964. *The Journal of Finance*, 23(2), 389-416. Available online at <https://onlinelibrary.wiley.com>
- Kaplan, Robert S, and Anette Mikes. 2012. "Managing risks: a new framework." *Harvard business review* 90 (6):48-60.
- Kelliher, Patrick OJ, D Wilmot, J Vij, and Paul JM Klumpes. 2013. "A common risk classification system for the Actuarial Profession." *British Actuarial Journal* 18 (1):91-121.
- Keating, C., and Shadwick, W. 2002 *Universal Performance Measure*. *Journal of Performance Measurement*. 6, 2002, 59-84.
- Kolluru, R.V and Brooks, D.G. (1995) *Integrated Risk Assessment and Strategic Management*, in: R. Kolluru, S. Bartell, R. Pitblade and S. Stricoff (eds) *Risk Assessment and Management Handbook*. For Environmental, Health, and Safety Professionals, pp. 11-123, New York: McGraw-Hill
- KPMG. 2014. "The KPMG Survey of Business Reporting." *Better Business Reporting*.
- Kravet, Todd, and Volkan Muslu. 2013. "Textual risk disclosures and investors' risk perceptions." *Review of Accounting Studies* 18 (4):1088-122.
- Lee, Lorraine, Stacie Petter, Dutch Fayard, and Shani Robinson. 2011. "On the use of partial least squares path modeling in accounting research." *International Journal of Accounting Information Systems* 12 (4):305-28.
- Linsley, Philip M, and Philip J Shrives. 2006. "Risk reporting: A study of risk disclosures in the annual reports of UK companies." *The British Accounting Review* 38 (4):387-404.
- Linsmeir, T.J., Thornton, D.B., Venkatacham, M. and Welker, M. (2002), "The effect of mandated market risk disclosures on trading volume sensitivity to interest rate, exchange rate and commodity price movement", *Accounting Review*, 77(2), 343-77.
- Lintner., J. 1965. "The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets." *Rev. Econom. Statist.* 47 (1):13-37.
- Markowitz, H. 1952. "Portfolio selection." *The Journal of Finance* 7 (1):77-91.
- Mokhtar, Ekramy Said, and Howard Mellett. 2013. "Competition, corporate governance, ownership structure and risk reporting." *Managerial auditing journal*.
- Nascimento., J. C. H. B. d., and M. A. d. S. Macedo. (2016). *Structural Equation Models using Partial Least Squares: an Example of the Application of SmartPLS® in Accounting Research*. *REPeC*, Brasília., 10(3), 282-305.

- Nichita, Mirela, and Carmen Țurlea. 2015. "Approach regarding a framework for risk reporting in order to enhance the related good practices." *Amfiteatru Economic Journal* 17 (40):1108-21.
- Ntim, Collins G, Sarah Lindop, and Dennis A Thomas. 2013. "Corporate governance and risk reporting in South Africa: A study of corporate risk disclosures in the pre-and post-2007/2008 global financial crisis periods." *International Review of Financial Analysis* 30:363-83.
- Raithel, Sascha, Marko Sarstedt, Sebastian Scharf, and Manfred Schwaiger. 2012. "On the value relevance of customer satisfaction. Multiple drivers and multiple markets." *Journal of the academy of marketing science* 40 (4):509-25.
- Rigdon, Edward E. 2012. "Rethinking partial least squares path modeling: In praise of simple methods." *Long range planning* 45 (5-6):341-58.
- Ramakrishna S. (2015). *Enterprise compliance risk management: An essential toolkit for banks and financial services*. Vol. 641. Singapore, John Wiley & Sons.
- Sarstedt, Marko, and Nicholas P Danks. 2022. "Prediction in HRM research—a gap between rhetoric and reality." *Human Resource Management Journal* 32 (2):485-513.
- Schrand, C., & Elliott, J. (1998). Risk and financial reporting: A summary of the discussion at the 1997 AAA/FASB conference. *Accounting Horizons*, 12(3), 271-282.
- Schuberth, Florian, Jörg Henseler, and Theo K Dijkstra. 2018. "Confirmatory composite analysis." *Frontiers in psychology* 9:2541.
- Serrasqueiro, Rogério Marques, and Tânia Sofia Mineiro. 2018. "Corporate risk reporting: Analysis of risk disclosures in the interim reports of public Portuguese non-financial companies." *Contaduría y administración* 63 (SPE2):991-1013.
- Sharpe, W. F. 1964. "Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk." *The Journal of Finance* 19 (3):425–42.
- Sharpe, W. (1966). Mutual fund performance. *The Journal of Business*, 39(1), Part 2: Supplement on Security Prices, 119 – 138. Available online at <https://www.jstor.org/stable/2351741>
- Shmueli, Galit, and Otto R Koppius. 2011. "Predictive analytics in information systems research." *MIS quarterly*:553-72.
- Shmueli, Galit, Marko Sarstedt, Joseph F Hair, Jun-Hwa Cheah, Hiram Ting, Santha Vaithilingam, and Christian M Ringle. 2019. "Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict." *European journal of marketing*.
- Sortino, A., & Forsey, H. (1996). On the use and misuse of downside risk. *The Journal of Portfolio Management*, 22(2), 35 – 42
- Treynor, J. (1965). How to rate management of investment funds. *Harvard Business Review*, 43(1), 63-75. Available online at <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781119196679.ch10>
- Trudgen, Ryan., and Freeman, Susan. 2014. Measuring the Performance of Born-Global Firms Throughout Their Development Process: The Roles of Initial Market Selection and Internationalisation Speed. *Management International Review* volume, 54,551–579. Available online at <https://link.springer.com>
- Zhu, L., Qiu, D., Ergu, D., Ying, C., & Liu, K. (2019b). A study on predicting loan default based on the random forest algorithm. *Procedia Computer Science.*, 162, 503–513.

APPENDIX

1. CONTRIBUTORS

OMM and AA wrote the study together. OMM studied on literature. OMM performed all the analyses. AA performed quality control checks of data extraction, data cleaning, and analysis. All authors discussed and interpreted the results. All authors approved the final version.

2. DISCLOSURE STATEMENT

No potential competing interest was reported by the authors.

3. TABLES

- (1) The CAPM's portfolio expected return is $E[r_p]$. When α exceeds 0, the portfolio exceeds its reference market.
- (2) Whereas σ_2^2 is the securities return variance
- (3) Where: $\bar{x}$ Refers to the expected return of security of X, U refers to the utility function of V.N.M. Here, the standard risk variable is defined depending on zero expected income benchmark $X = (x - \bar{x})$.

Table 1. Measurement model evaluation

Code	Construct/Indicator	AVE	Loading	P Value
MR	Meaning of Risk	0.579		
MR1	Risk contains both upside and downside factors affecting the performance of a firm		0.598	0.000
MR2	Users of information should know and determine the impacts of risk on the position and performance of the firm		0.870	0.000
MR3	Risk information should be included in the financial reporting of the firm		0.769	0.000
MR4	Risk information can be useful when presented in a quantified manner		0.788	0.000
RM	Risk Measurement	0.508		
RM1	I am satisfied when I know causes lead to raise risks and their consequences on the performance and financial position of the firm		0.815	0.000
RM2	In addition to understanding reasons for the risk and their impact also I want to know the probability of occurring each risk		0.780	0.000
RM3	The employment of international standards such as; ISO, IAS, IFRS, and regulations are sufficient for the measurement and assessment of risks		0.500	0.023
RD	Risk Disclosure	0.505		
RD1	Both quantified and qualified risk information can be useful for the decision-making process		0.793	0.000
RD2	When I review risk information I consider both time orientation (past, future, and without time orientation), and impact (good, bad, and neutral) dimensions of information		0.749	0.000
RD3	All types of risk information can be useful, but I pay particular attention to the following risks; financial, personal, operational, business, strategic, legal and tax, regulations, political and social, environmental, and technology and information processes		0.569	0.013

Table 2. Composite reliability of the measurement model

Item	rho	Composite reliability
Meaning of Risk	0.77	0.84
Risk Measurement	0.59	0.75
Disclosure of Risk	0.59	0.75

Table 3. Discriminant Validity- Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Item	Risk Disclosure	Meaning of Risk	Measurement of Risk
Risk Disclosure			
Meaning of Risk	0.705		
Risk Measurement	0.897	0.546	

Table 4. Confidence interval of model (SRMR)

	SRMR	Mean	95%	99%
Saturated model	0.15	0.101	0.12	0.14
Estimated model	0.15	0.101	0.12	0.14

Table 5. VIF values (Collinearity)

Item	VIF
MR1	1.31
MR2	1.91
MR3	1.84
MR4	1.91
RM1	1.15
RM2	1.22
RM3	1.10
RD1	1.08
RD2	1.62
RD3	1.52

Table 6. Path Coefficient Estimates, Significance, and Confidence Interval

Path coefficient		Path coefficient	Mean (M)	standard deviation (SD)	t-Statistics	2.5%	97.5%	P value
Meaning of Risk> disclosure	Risk	0.370	0.403	0.098	3.796	0.216	0.603	0.0000
Risk Measurement> Disclosure	Risk	0.414	0.418	0.126	3.279	0.100	0.617	0.0000

Table 7. Assessment of the explanatory power of the model (R2)

Construct	R2	f ²	Path Coefficient
Meaning of Risk	0.370	0.206	0.370
Risk Measurement	0.414	0.257	0.414

Table 8. Predictive power of the model (RSME or MAE)

Item	PLS-SEM		Linear Regression model		Difference (PLS-LM)	
	RMSE	MAE	RMSE	MAE	RMSE	MAE
X14-RD3	1.120	0.817	1.087	0.834	0.033	-0.017
X12- RD1	0.970	0.667	1.064	0.746	-0.094	-0.079
X13- RD2	1.021	0.784	1.057	0.806	-0.036	-0.022

Figure 1. Assumption of the study.

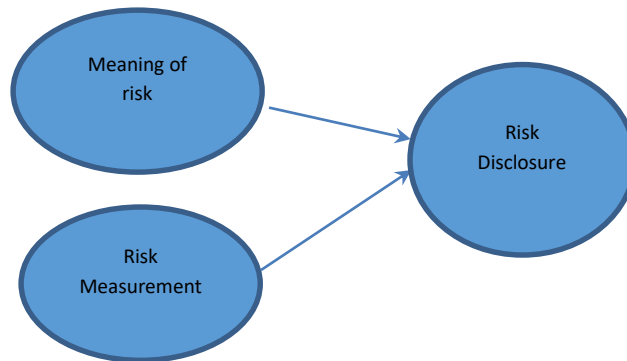
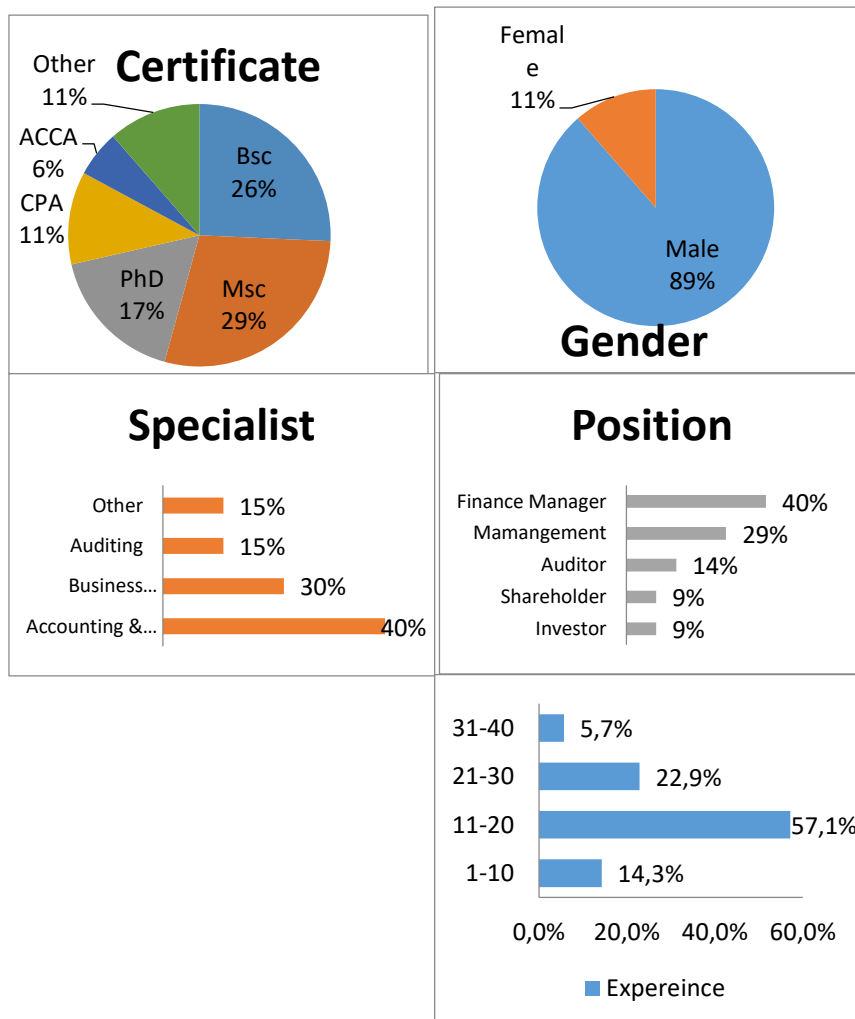


Figure 2. Detail about respondents



Y Kuşağının Girişimcilik Eğilimlerinin Kişilik Özellikleri Bakımından İncelenmesi: Selçuk Üniversitesi İİBF İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

An Investigation Of The Entrepreneurial Trends Of Generation Y In Terms Of Personality: A Research On Selçuk University Feas Business Students

Zekiye DALBOY *

Akın ABUL **

Aykut BEDÜK ***

ÖZ

Y kuşağı kendinden önce gelen diğer kuşaklardan farklılaşarak, internet ve teknolojik gelişim öncesini ve sonrası bilen, girişimciliğe en yatkın olan bir kuşaktır. Bu bağlamda da bu araştırmanın amacı, Selçuk Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesinde öğrenim gören işletme öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde etki edip etmediğini ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Selçuk Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesinde işletme bölümünde öğrenim gören örgün ve ikinci öğretim öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda anket uygulaması kullanılmış ve ankete 69'u kadın, 64'u erkek olmak üzere toplam da 133 öğrenci katılmıştır. Araştırma için hazırlanan hipotezler SPSS 22 istatistik paket programı ile test edilmiş ve yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular betimsel istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizleri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda ise, öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri alt boyutlarının risk alma, başarmak ihtiyacı ve belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik eğilimleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilirken, yenilik ve kontrol odağı alt boyutlarının istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Y Kuşağı, Kuşak, Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik Eğilimi

ABSTRACT

Generation Y is a generation that differs from other generations that came before it, knows before and after the Internet and technological development, and is most prone to entrepreneurship. In this context, the aim of this research is to reveal whether the entrepreneurial personality traits of business students studying at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Selçuk University affect their entrepreneurial tendencies. The universe of the research consists of formal and secondary education students studying in the department of business administration at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Selçuk University. A convenient survey application was used in the research and a total of 133 students, 69 female and 64 male, participated in the survey. The hypotheses prepared for the research were tested and interpreted with the SPSS 22 statistical package program. The obtained findings were carried out with descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis. As a result of the research, it was determined that the sub-dimensions of the entrepreneurial personality traits of the students had a statistically significant effect on the entrepreneurial tendency, the need to take risks, the need to succeed, and the tolerance for uncertainty. It was found that there was no statistically significant effect of innovation and locus of control sub-dimensions.

KEYWORDS

Generation Y, Generation, Entrepreneurial Personality Traits, Entrepreneurial Tendency

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 29.06.2022		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 25.04.2023
Atıf	Dalboy, Z., Abul, A. ve Bedük, A. (2023). Y Kuşağının Girişimcilik Eğilimlerinin Kişilik Özellikleri Bakımından İncelenmesi: Selçuk Üniversitesi İİBF İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 210-227.	

* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, zekiyedalboy@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9647-6550

** Arş. Görevlisi Dr., Selçuk Üniversitesi, akinabul@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1126-6384

*** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, abeduk@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0845-8978

GİRİŞ

Aynı dönemde yaşayan, ortak özelliklere sahip olan bireylerin oluşturmuş olduğu gruplar kuşak olarak ifade edilmektedir. Kuşaklar birbirlerinden çok farklı özelliklere sahiptirler bu farklılığın neden ise, her kuşağa ait olan farklı toplumsal, kültürel, bireysel, ekonomik, teknolojik ve kişisel özelliklerinin bulunması durumudur. Kuşaklar içerisinde yer alan Y kuşağı sahip olduğu özellikler bakımından girişimcilik olgusuna sahip olan en iyi kuşaklardan birisidir. Y kuşağının içinde bulunduğu ortama uyum sağlayabilmesi ve teknolojiye de hakim olması bakımından girişimci özellikleri daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Girişimcilik; fikirleri yakalamayı, bunları ürünlere ve / veya hizmetlere dönüştürmeyi ve daha sonra ürünü pazara sunmak için bir girişim kurmayı içermektedir (Johnson, 2001: 138). Girişimcilik, tehditler yerine fırsatları vurgulayan bir düşünme biçimidir. Gelişmekte olan ve geçiş halindeki birçok ekonomide, girişimcilik ekonomik kalkınmanın ana lokomotifleri olarak gösterilmektedir. Girişimcilik eğilimi ise, girişimcilerin dikkatini, deneyimini ve eylemi bir iş kavramına yönlendiren zihin durumları, kuruluşların biçimini ve yönünü başlangıcını belirleyen bir kavramdır (Bird, 1988: 442).

İnovasyon ruhuna sahip kişilerin iş kurma olasılığı daha yüksektir ve üniversite öğrencileri de yenilikçi yeteneklerin önemli bir parçası durumundadır. Bu nedenle, üniversite öğrencilerinin girişimcilik konusundaki eğilimlerini araştırmaları ve gelecekteki bir işletmeye, yani girişimcilik eğilimine hazırlanmaları için girişimcilik kapasitesini ve girişimci ruhunu geliştirmesi hayati önem taşımaktadır. Üniversiteler ise, girişimcilik eğitimi konusunda öğrencileri bilgilendirebilir, ilham verebilir ve bu nedenle de öğrencilerin dolaylı olarak girişimciliği bir kariyer yolu olarak görme isteklerini arttırmaktadırlar.

Girişimcilik eğilimleri ile ilgili literatür, kişiliğin girişimcilere özgü yönlerini dikkate alarak girişimci davranma eğilimi olan bireyleri tanımlamaya odaklanmaktadır. Y kuşağı içerisinde yer alan üniversite öğrencileri üzerine yapılan bu çalışmanın ilk bölümünde kuşak kavramı, literatürde yer alan beş kuşak, girişimcilik ve girişimci kavramları tanımlanmış, girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik kavramı tanımlanmıştır.

İkinci kısımda, Y kuşağının girişimcilik eğilimlerinin kişilik özellikleri bakımından ele alan bazı çalışmalara yer verilmiştir. Son bölümde ise Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören 133 işletme öğrencisi üzerinden, girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etki edip etmediği incelenmiş ve analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilerek çalışma sonlandırılmıştır.

1. LİTERATÜR İNCELEMESİ

1.1. Kuşak

Kuşak kelimesi, Yunanca “genos” sözcüğü, var olma anlamındaki “genesthai” fiilinden gelmektedir ve yaşamın sürekli olarak değişen eşğine adım atmayı ifade etmektedir. Fransızca “generation” kelimesi kuşak, nesil anlamı ile bize geçmiş, ayrıca Latince “generatio” kavramının çevirisi “doğuş”, “yaratılış”, “üreme” anlamlarına karşılık gelmekte olup kuşak kavramını ifade etmektedir (Klimczuk vd., 2017: 266).

Kuşak ile ilgili yapılmış çalışmalar incelendiği zaman bu kavrama vurgu yapan en önemli isimlerden biri Auguste Comte'tur. Alman Karl Mannheim de Comte'tan sonra 1928 yılında yazdığı “The Problem of Generations” çalışmasında kuşak kavramına vurgu yapan diğer bir isimdir (Fırat vd., 2019: 539).

Kuşak kavramı sosyoloji alanında güçlü bir temele sahip olmasına rağmen iş yaşamında ise kuşaksal farklılıkların akademik ve ampirik kanıtları oldukça karışıktır. Çoğu çalışma kuşaksal değerlerindeki tahmini ayrımları bulamamakta ve gözlenen ayrımlar “nesil” ve “yaş” arasındaki ayrımdan kaynaklanmaktadır (Akdemir ve Konakay, 2016: 361).

TDK'nın yapmış olduğu tanıma göre kuşak, yaklaşık olarak aynı yıllarda doğan, aynı çağın şartlarını, birbirleri ile benzer sıkıntıları, kaderlerini paylaşmış, benzer ödevlerle sorumlu olmuş kişiler topluluğudur (TDK, 2021).

Diğer bir tanımlama da ise kuşak, sürekli olarak değişen toplumsal yapının, öncesindeki ve sonrasındaki toplumdan ayırt edici özelliklerini belirleyerek yaş grupları arasında ayırım yapılmasını sağlayabilen bir kavram olarak ifade edilmektedir (Taş ve Kaçar, 2019: 646).

Genel anlamı ile kuşak “sosyal ve ekonomik hareketler ile oluşmuş olan zaman aralıkları” olarak ifade edilmekle birlikte yalnızca yıl bazında sınırlandırılmaması gereken kültürel, ekonomik, sosyal vb. konular ile de sınırları belirlenmesi gereken bir kavram olarak ifade edilebilmektedir (Aydın ve Başol, 2014: 2).

1.1.1. Kuşakların Sınıflandırılması ve Özellikleri

Her kuşak içinde doğmuş olduğu yıllara ya da farklı değişkenlere göre belli kategoride yer almaktadır. Bu bağlamda da kuşaklar ve kuşakların genel özellikleri aşağıda ele alınmıştır. Tablo 1'de yapılan literatür taraması sonucunda kuşak sınıflandırılmasına yer verilmiştir.

Tablo 1. Kuşaklara Ait Sınıflandırma

Araştırmacılar	Kuşaklar				
	Sessiz Kuşak	BB Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Chen ve Choi (2008)		1946-1964	1965-1977	1978 ve sonrası	
Jurkiewicz ve Brown (1998)	1925-1942	1943-1960	1961-1981		
Cennamo ve Gardner (2008)		1946-1961	1962-1979	1980 ve sonrası	
Hammill (2005)	1922-1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000	2001 ve sonrası
Lamm ve Meeks (2009)		1943-1960	1961-1980	1981-2000	

Kaynak: Parry ve Urwin, 2011: 89.

1.1.2. Sessiz Kuşak

1922-1945 yılları arasında doğdukları varsayılan, 20.yüzyıl başlangıcının en geç kuşağına Sessiz kuşak ismi verilmiştir. Cumhuriyetin ilk nesli olan bu kuşak, iki dünya savaşı arasında doğmuş ve dünyanın buhranına tanıklık etmişlerdir (Kuran, 2018: 41).

Araştırmalara göre çağımızın en yaşlı üyelerinin bu kuşakta olduğu belirtilmiştir. ERC 2011 Raporu'na göre, sessiz kuşak otoriteye sadıktır ve sürekli olarak bir direktif beklemektedirler. Denge düzenine boyun eğen bir yapıları vardır ve bu kuşaktaki insanlar çok uzun süreler aynı işte kalmaktadırlar. Bir işte ömürleri boyunca çalışmayı arzu ederler. Bu kuşak güven duygusunu önemsemekle birlikte, hayatlarında disiplin ve istikrar istemektedirler. (Adıgüzel vd., 2014: 171).

Sessiz kuşak, işyerlerinde kurallara ve direktiflere sıkı sıkıya bağlı kalmayı ve otoriteye güçlü bir saygıyı içerir. Sessiz kuşak çalışkan ve kuruma sadıktır, görev ve sorumluluğun kişisel boş zaman uğraşlarından öncelikli olduğuna inanırlar (Benjamin, 2021).

1.1.3. Bebek Patlaması Kuşağı

BB kuşağının 1946-1964 yılları arasında doğdukları kabul edilmektedir. Dünya nüfusunun %14'ünü Türkiye nüfusunun %15'ini oluşturan bu kuşak savaş sonrası neslin çocukları olarak nüfus artış hızına katkı koymaktadırlar. Öncelerinde çocuklarına daha sonrasında ise anne ve babalarına bakan bu kuşak, kalabalık ailelerin en son temsilcileri olmaktadır (Kuran, 2018: 59-60).

Bu kuşaktaki insanlar 2. Dünya Savaşı sırasında veya sonrasında doğmuşlardır ve aşırı iyimserlik, fırsat ve ilerleme çağında büyümüşlerdir. Bebek patlaması kuşağı, genel olarak iki ebeveynli hanelerde, güvenli okullarda ve savaş sonrası refahta büyümüşlerdir (Gürsoy vd., 2008: 450).

Bebek patlaması kuşağı üyelerinde bireysel çaba ön plana çıkmaktadır. Bu kuşak üyeleri işe bağlılığı saatle ölçüldüğünü düşünmektedirler. BB kuşağı üyeleri bir yerde bulunmaları ile aynı yerde hayatlarını sürdürmeleri gerektiğine inanmaktadırlar (Yalçın vd., 2013: 144).

1.1.4. X Kuşağı

Bu kuşak, 1965-1980 yılları arasında BB kuşağından sonra hızlı şekilde değişen sosyal iklim ve ekonomik durgunluklar içerisinde, giderek artan boşanma oranları, küçülme ve yüksek teknoloji çağı ile bilgi çağında doğmuş olan bir kuşaktır (Gürsoy vd., 2008: 450).

Türkiye'deki 80'ler kuşağı pek çok teknolojik ve ekonomik değişimlere şahit olmuş bir kuşaktır. Bu kuşağın üyeleri özelliklerini bazılarını BB kuşağından bazılarını da Y kuşağından almışlardır (Doğan, 2018: 8).

Tek başlarına çok daha iyi çalışan X kuşağı sabırsız ve iş odaklıdır. Bu kuşak bir geçiş kuşağıdır ve iş, özel yaşam dengesine saygı gösterirlerken başkalarından da aynı saygıyı görmek isterler. Teknolojinin çok hızlı değiştiği bu dönemlerde, günümüzde kullanılmakta olan ürünlerin pek çoğu X kuşağı üyeleri tarafından geliştirilmiş olmasına rağmen, teknolojiyi kullanma konusunda Y kuşağının çok daha gerisinde kalmışlardır. BB kuşağı üyeleri günümüzde iş dünyasında çoğunlukla üst yönetimlerde görev alırlarken, X ve Y kuşağı üyelerinin birbirlerine yakın pozisyonlarda ve daha alt kademelerde bulundukları söylenebilmektedir (Toruntay, 2011: 74).

1.1.5. Y Kuşağı

1981 ile 2000 yılları arasında doğan Y kuşağı, aynı zamanda İnternet (veya dot.com) kuşağı, eko patlaması ve Nexters gibi kavramlar ile de ifade edilmektedir (Broadbridge vd., 2007: 8). Yetiştirilme tarzlarından kaynaklı olarak sorgulayıcı bir bakış açısına sahip olan bu kuşağa Y kuşağı denmesinin nedeni

İngilizce "Why?" kelimesine yapılan bir göndermedir. Y Kuşağı, Gelecek Kuşak (Generation Next), Milenyum (Millennials), Eko Patlaması (Echo Boomers), Dijital Kuşak (Digital Generation) ve Bir Sonrakiler (Nexters) gibi çok farklı kavramlar ile de isimlendirilmektedir (Morgan, 2011: 6'dan aktaran Doğan, 2018: 9).

Y kuşağının sahip olduğu bazı özellikler şunlardır (Akdemir ve Konakay, 2016: 365);

- Eğlenerek çalışmayı severler
- Şeffaf ve adaletli yönetsel anlayışı önemserler
- İş ve yaşam dengesinin sağlanması anlayışını benimsemişlerdir
- Farklı arayışlar içerisinde oldukları için, kısa dönemde çok sayıda iş değişikliği yaparlar
- Sabırsızdırlar
- Yenilikçidirler

Y Kuşağı üyelerinin sosyal, iş ve yönetsel arzuları ve özellikleri incelendiği zaman iki yargı üzerinde durulmaktadır. Bunlar (Akdemir ve Konakay, 2016: 367);

1. Y Kuşağı üyeleri, ekip çalışmasının yüksek olduğu, daha fazla özgürlük sağlayan, daha çabuk yükselmeye olanaklı olduğu ve katılımcı yönetimin etkin olduğu kurumsal işletmelerde çalışmaya isteklidirler.

2. Bilgi teknolojileri ile yaşamak, daha fazla kazanıp daha fazla tüketmek, esnek çalışmak, yenilikçi olmak, çabuk yükselmek ve yaratıcı olmak özellikleri ile Y kuşağı üyelerinin girişimcilik kariyerine en yakın kuşak olduğu yargısına ulaşılabilmektedir. Araştırmalarda küresel olarak Y kuşağının %48'i kendi işini kurmak isterken, Türkiye'de Y kuşağının %78'i kendi işini kurmaktadır.

Daha önceki kuşakların aksine iş değiştirmeye daha olumlu yaklaşan Y kuşağı üyeleri, kendi işini yönetmeyi ve yaratıcı fikirler sunmayı benimsemektedirler. Yenilikçi ve yaratıcı iş fikri oluşturulduktan sonra sermayenin bir şekilde bulunabileceğine inançları olan ve bu inançla harekete geçen kuşak üyeleri günümüz ekonomisinde hızla söz sahibi olmaktadır (Doğan, 2018: 10).

1.1.6. Z Kuşağı

"İnternet Kuşağı", "Milenyum Kuşağı" ya da "Network Gençleri" olarak da adlandırılan Z kuşağının, başlama tarihinin 2001 yılı ve sonrası olarak kabul edilmektedir. Bu kuşaktaki üyeler genellikle çocuk olduğu için iş yaşamında yer almamaktadırlar (Yalçın vd., 2013: 157-158).

Z Kuşağı, dünyanın şimdiye kadar gördüğü en maddi donanımına sahip, teknolojik olarak doymuş, küresel olarak bağlantılı, resmi olarak eğitilmiş bir nesildir. Z Kuşağı, 21. yüzyılda gelen bir kuşak olması nedeniyle, Küresel Finansal Kriz ile belirsiz ekonomik zamanlarda şekillenirken, aynı zamanda küresel markalar ve küresel teknolojiler aracılığıyla uluslararası bağlantı ve etkileşim halinde olunması onlara benzersiz bir bakış açısı kazandırmaktadır (McCrindle, 2018: 15).

Z kuşağının olumlu yönlerinden bazıları şunlardır; iyi bir eğitime sahiptirler, bireysel ve bağımsız oldukları için yaratıcılıkları fazladır, sosyal ve iletişime açıktırlar bundan dolayı birbirlerini daha iyi anlayabildikleri için internet aracılığıyla coğrafi sınırları yoktur. Kuşağın pozitif yönlerinin yanı sıra negatif yönleri de bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ise şunlardır; azimli ve hırslı değildirler, çabuk sıkıldıklarından dolayı daha kolay vazgeçebilmektedirler bu sebepten dolayı da gelecekteki şirketler bu kuşağın üyelerini ellerinde tutmakta zorlanmaktadır. Kuşak üyeleri markalara ve çalıştıkları organizasyonlara karşı sadakatsizdirler (Toruntay, 2011: 83).

Tablo 2'de yukarıda açıklanan kuşakların işyeri özelliklerinden bazıları gösterilmektedir.

Tablo 2. Kuşaklara Ait İşyeri Özellikleri

	Sessiz Kuşak (1922-1945)	BB Kuşağı (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Y Kuşağı (1981-2000)
İş Ahlakı, Değerler	Fazla çalışır Otoriteye saygılıdır Fedakardır İş odaklıdır Kurallara bağlıdır	İşkoliktir Verimli çalışandır Kişisel tatmine önemlidir Kaliteyi arzular Otoriteyi sorgular	Öz güvenlidir Şüphesizdir Görevi ortadan kaldır anlayışına sahiplerdir Plan ve açıklama ister	Azimlidir Girişimcidir Sabırlıdır Hedef odaklıdır Çoklu görev anlayışı vardır

İş	Zorunluluktur	Heyecan verici bir maceradır	Zor bir meydan okumadır Bir sözleşmedir	Bir son anlamına gelmektedir Yerine getirmez
Liderlik Tarzı	Yol gösterici yöneten ve denetleyendir	Uzlaşmacıdır Meslektaş anlayışı olandır	Herkes eşittir Diğerlerine meydan okur	
Etkileşim Tarzı	Bireyseldir	Ekip üyesidir Toplantıları sever	Girişimcidir	Katılımcıdır
İletişim	Resmi Kısa notlar şeklindedir	Şahsen	Dolaysızdır Samimidir	E-posta ve Sesli mesaj
Geri Bildirim	Hiç haber olmaması iyi haberdır	Önemsemez	Böldüğüm için üzgünüm ama nasıl yapıyorum?	Ne zaman istersem, o zaman olmalı
Ödüller	İyi yapılan işten memnundur	Para ve Unvan	Özgürlük en iyi ödüdür	Anamlı bir iştir
Motive Edici Mesajlar	Deneyiminiz saygıya değer	Sen değerlisin, Sana ihtiyaç var	Bildiğin gibi yap, Kuralları unut	Parlak, yaratıcı insanlarla çalışacaksın
İş, Aile Yaşantısı	Çiftler asla buluşamaz	Denge yoktur Yaşamak amacıyla çalışır	Dengelidir	Dengelidir

Kaynak: Hammill, 2005.

1.2. Girişimcilik Kavramı

Geçmişten günümüze, dünyada ve ülkemizde önemini koruyan ve önemi giderek daha da artan bir kavram olan girişimcilik, günümüzde teknolojiye ve bilimde meydana gelen hızlı gelişmeler sayesinde toplumların yapısını da hızla değiştirmektedir. Kişiyi ve kişinin yeteneklerine dayanan girişimcilik daha çok ön plana çıkmış ve kişilerin entelektüel üretkenlik becerisi önem kazanmıştır. Sanayileşme sürecinin başlaması ile girişimci insan tipi farklı özellikler kazanmaya başlamıştır (Akyurt, 2018: 44).

Girişimcilik en kısa tanımıyla, yaratıcı bir insan faaliyetidir. Bir organizasyon kurmak ve bu organizasyonu faaliyete geçirme süreci olarak tanımlanabilmektedir (Bedük ve Eryeşil, 2015: 65). Girişimcilik diğer bir tanımlamaya göre ise; yeni bir organizasyon kurmak ya da halen faaliyette bulunan organizasyon içerisinde risk üstlenerek pazardaki fırsatları avantaja çevirmek amacıyla yenilik fikrinin yeni bir hizmete, ürüne ya da işe dönüştürme süreci olarak ifade edilmektedir. Tüm bu süreç boyunca fırsatları gözetleyen, tüm riski üstlenerek gerçeğe dönüştüren kişi ise girişimci olarak tanımlanmaktadır (Ağca ve Yumuşakipek, 2015: 11).

Girişimcilik kavramının tanımlanmasından sonra girişimci kavramının tanımlanmasında da yarar vardır. Genel anlamda girişimci bir üretim faktörüdür. İşletmecilerde, iktisatçılarda sermaye, emek, doğal kaynakları ile birlikte, girişimciyi de bir üretim faktörü olarak tanımlamaktadırlar (Akdemir, 2016: 7).

Daha öncesinde akla gelmeyen kaynakları, metotları, düşünceleri bulan ve gerçekleştiren aynı zamanda kısa, orta ve uzun vadede ne yapmak istediğini bilen, ne olacağını önceden tahmin eden ve buna göre planlarını yapan kişi girişimci olarak tanımlanmaktadır. Girişimci kişi ön yargılardan uzak duran, analitik düşünen ama hayal dünyası oldukça geniş kişidir (Yalçıntaş, 2010: 96).

1.2.1. Girişimcilerde Olması Gereken Özellikler

Girişimci olmak, sadece girişimcileri harekete geçiren özelliklerinin olması demek değildir. Bunun yanında farklı özellikler taşımayı da gerektirmekte ve bu özelliklerden bazıları; iş fırsatlarını görerek değerlendirebilme becerisi, bireyin kişilik yapısı, yaratıcı olmak, hırslı ve azimli olmak, iş kurmaya istekli olmak ve motivasyona sahip olmak gibi özelliklerdir (Akyurt, 2018: 45). Tüm bu özellikler ile birlikte girişimciler, teknolojiye gelişmeler ile birlikte içinde bulunduğu evreni yerellikten uzaklaştırarak daha geniş bir açıdan bakarak, küresel bir boyutta görmek ve algılamaktadırlar. Teknolojiye yaşanan gelişmelerin getirdiği yeniliklere, hızla değişen ekonomik dengelere uyum sağlamak girişimciliğin en önemli özelliklerindendir. Herhangi bir yer, zaman, mekan fark etmeksizin ne zaman ve nerede olursa olsun girişimcilere başarı sağlayacak bazı değişmeyen özellikler aşağıda özetlenmiştir (Doğan, 2018: 28-29).

- Yeni yöntem ve fikirler peşinde koşma
- Sorunları değerlendirirken sabırlı, sakin ve uyumlu yaklaşımlar sergileme
- Zamanın kıymetini bilmek ve verimli kullanmak

- Yönetimde adaletli ve eşitlikçi olmak
- İnisiyatif alarak karar vermekten çekinmemek
- Değişmeye ve değişikliklere açık olmak

1.2.2. Girişimcilik Eğilimi (Niyeti)

Girişimcilik eğilimi, bireylerin diğer kariyer alternatiflerinden farklı olarak çevresindeki potansiyel olan fırsatları değerlendirerek bir işletme kurmak ve girişim başlatmak düşüncesini ifade etmektedir. Bireyin kendi girişimini başlatması planlı bir davranış olarak kabul edilmektedir (Karabey, 2013: 147). Araştırmacılar ve politikacılar geçmişten bugüne kadar bazı bireylerin niçin kendi işletmelerini kurmayı istediklerini ve bazılarının da neden bunu tercih etmediklerini araştırmışlardır bu sebepten dolayı da bireyler ve iş kurma davranışı arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmışlardır.

Araştırmacılar girişimciliği farklı değişkenler yoluyla anlamlandırmaya çalışmakta, bu durum da bazen sorunlar oluşturmaktadır. Girişimcilik literatüründe, konu ile ilgili olarak araştırmaları, Gartner öncesi-sonrası ve Shapero sonrası olmak üzere üç önemli döneme ayrılmaktadır. Üç dönemde de öne çıkan temel unsurlar şunlardır, girişimcilik eğilimi, özgeçmiş ve kişisel özellikler ve girişimci kişilik özellikleridir. Girişimcilik ile ilgili Gartner öncesi olarak isimlendirilen araştırmaların pek çoğunda, girişimci kişilik özellikleri üzerinde durulduğu dikkat çekmektedir (Uygun vd., 2012: 146).

Üniversite öğrencileri için girişimcilik eğiliminden söz edildiğinde ise potansiyel girişimcilik ön plana çıkmaktadır. Potansiyel girişimcilik; bireylerin kendilerini girişimsel bir davranışa yönlendirebilecek yeteneklere, özelliklere ve isteklere sahip olması durumudur (Chelariu vd., 2008: 406).

1.2.3. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

Girişimcilik, psikoloji, iktisat, sosyoloji ve işletme gibi farklı bilimlerden de ele alınan bir konu olma özelliğini taşımaktadır. Girişimciliği psikolojik, demografik ve kişilik özellikleri üzerinde durarak açıklayan bir yaklaşım bireysel yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Psikolojik olarak bireylerin değerleri, ihtiyaçları, tutumları, girişimci olmalarında etkili bir unsurdur. Demografik unsurlarda ise, erkeklerin, ailede ilk çocukların, girişimci bir aile yapısına sahip olanların ve eğitim seviyeleri yüksek olanların girişimci olma ihtimalleri yüksek olmaktadır. Demografik faktörler ile birlikte ailenin gelir durumu, medeni durum, yaş, gibi faktörler de girişimci olmayı etkilen diğer unsurlardır (Akyurt, 2018: 46).

Hisrich'e göre, genel olarak girişimciliği belirleyen unsurlar şunlardır (Hisrich 2004'den aktaran Yıldız, 2020: 17-18);

Aile: Geçmişten günümüze çalışmalarda girişimcilik bazı değişkenler ile ilişkilendirilmiştir. Bunlardan bazıları; doğum sırası, aile ilişkisi, ailenin işi, sosyal statüler ve akraba ilişkileridir. Ailenin girişimci olması, özellikle babanın kendisinin işinin olması girişimciliği etkileyen önemli bir unsur olarak görülmektedir. Hem erkek hem de kadın girişimciler için babanın kendi işinin olması girişimci için güçlü bir unsur olarak görülmektedir.

Eğitim: Girişime başlamakta karşılaşılan bazı problemler ile baş edebilmek ve işte başarılı olmak için gerekli bir unsurdur. Hem erkek hem de kadın girişimcilerin bazı alanlarda eğitime ihtiyaçları vardır. Bunlardan bazıları; stratejik planlama, pazarlama, yönetim ve finansdır. Tüm bu eğitimlerin yanı sıra girişimcilikte ayrıca, iletişimde yazma ve konuşma yetisine de sahip olmak önemli bir unsurdur.

Kişisel Değerler: Bu konuda pek çok çalışma yapılmasına rağmen bu çalışmalar, genellikle yönetici ve genel nüfus arasındaki farklılıklar üzerinde durmuşlardır. Bu çalışmalar girişimciyi etkili yöneticilerden ya da liderlerden ayıramamışlardır. Başarılı olan girişimcileri daha çok kazanmak için işe başlıyorlar şeklinde karakterize etmişlerdir.

Yaş: Girişimcilik eğilimi ile yaşın evreleri arasında önemli bir ilişkinin olduğu yapılan bazı araştırmalarla ortaya konmuştur. Girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak çoğunlukla 22-55 yaş arası olduğu ortaya konmuş ve bu yaşlar haricinde de kariyere başlama imkanı olsa da, girişimcilikte başarılı olmak için yüksek seviyede bir enerji ve finansal bir destek olması gerekmektedir.

İş Tecrübesi: Bazı alanlarda uzmanlık oldukça etkilidir. Finans, dağıtım kanallarının daha fazla geliştirilmesi, üstün hizmet veya ürün geliştirme, pazar planı hazırlama vb. gibi alanlarda bireyin tecrübesi, iş becerileri bireyin yeni bir işe başlamasında kolaylaştırıcı önemli bir unsur olmaktadır.

Rol Modelleri: Girişimcilerin kariyerlerini etkileyen önemli bir unsur da örnek alınan rol modelleridir. Aile, kardeş ya da başarılı diğer akrabalar ve hatta ulusal alanda çalışan diğer girişimciler rol modeli olabilirler. Gerek işe başlama sürecinde gerekse işe başladıktan sonra rol modelleri bir destek sistemi oluşturmaktadırlar. Girişimciliğin, çok fazla kişilik özelliklerinin birleşmesi ile meydana gelen bir faaliyet

biçimi olduğunu iddia eden pek çok çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar ile birlikte; günümüze kadar girişimciliği ele alan birçok araştırmalarda, girişimcilik özelliklerinde belirli ortak kavramları içerdiği görülmektedir. Literatürde yaygın olarak ifade edilen girişimci kişilik özellikleri aşağıda açıklanmaktadır (Solmaz vd., 2014: 44-43).

Başarma İhtiyacı: Girişimci olan kişiler daha çok çalışma kapasitesine sahip, yüksek motivasyonlu ve enerjik kişilerdir. Başarma ihtiyaçları ve yüksek motivasyonları ile birlikte lider olma isteklerini ortaya koymaktadırlar. Başarma ihtiyacı yüksek olan bireyler geleceğe yönelik, kendi becerisine güvenen, kötümser bir bakış açısı yerine iyimser bir bakış açısı, güçlü görev odaklılığı, tez canlı ve yüksek enerjili, zorluklara rağmen hedefine ulaşmada kararlı, amaçlarına ulaşmada ısrarcı ve sorumlu, gerektiği zaman çok uzun saatler çalışmaya gönüllü gibi bazı özelliklere sahiptir (Keleş, 2013: 31).

Kontrol Odağı: Bireylerin bir olayın sonucunu, kendilerinin anlayışlarının veya kontrollerinin dışında veya kendi kontrol veya anlayışlarının içerisinde algılamaları durumudur. Dışsal kontrol odağına sahip olan bireyler, yaptıkları faaliyetlerinin sonuçlarının başarı ya da başarısızlığın, şans gibi, kontrolleri dışındaki bazı güçlerden kaynaklandığına inanmaktadırlar (Akyurt, 2018: 46).

Risk Almak: Girişimcilik faaliyeti gösteren bir girişimcinin en önemli özelliği risk üstlenmesidir. Risk, girişimcilik sonucunda girişimcinin arzu ettiği sonuçları elde edebileceği gibi, hayal kırıklığı yaşama durumu ile de karşılaşabileceğini belirten bir kavramdır. Girişimciler risk durumunu tamamen ortadan kaldıramaz. Hesaplanabilir ve kabul edilebilir düzeylerde risk alabilmek önemlidir. Risk alabilen girişimciler; kararlı, kendilerinin kapasitelerini tam anlamıyla değerlendirme farkındalıkları olan, analitik düşünebilen, yaptıkları faaliyetlerinin fayda/zarar analizlerini yapabilen, hedef odaklı gibi özelliklere sahiptir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447, Keleş, 2013: 32).

Belirsizliğe Karşı Tolerans: Belirsizlik, birey tarafından, yeterli verilerin olmaması dolayısıyla tam anlamıyla yapılandırılmayan bir durum olarak tanımlanmaktadır. Belirsizliğe karşı tolerans ise, belirsiz olan durumlara karşı pozitif bir tepki verebilme yeteneği ile ilgilidir. Birey, belirsiz olan bir durumda aldığı kararlara, daha fazla bilgiye ihtiyaç duymadan halen güven duyuyorsa, yüksek bir toleransa sahip demektir (Akyurt, 2018: 46).

Yenilik: Girişimciliğin odak noktası ve en hayati özelliği yenilikçilik. Yaratıcılığın ticarileşmiş bir şekli olarak ifade edilen yenilik, girişimciler açısından pazarlanabilen yenilik anlamına gelmektedir. Yenilik ile ilgili kararları işletmelerde girişimciler vermektedirler. Yenilik, girişimcilerle aynı düzeyde bir öneme sahiptir. Girişimci ise, yenilik vasıtasıyla değişimleri meydana getirerek, farkındalık yaratmakta ve tüm bunların sonucunda da başarıya ulaşmaktadır (Bozkurt, 2007: 100).

2. Y KUŞAĞININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ BAKIMINDAN ELE ALAN ÇALIŞMALAR

Keleş (2013), “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi” adlı çalışmasında girişimcilik eğilimini kuşak farklılıklarına göre incelemeyi amaçlamıştır. İstanbul ilinde ikamet etmekte olan farklı kuşaklardan bireylerin girişimcilik eğilimlerini incelenmiş ve çalışma sonuçlarına göre, içsel kontrol odaklılık ve başarı ihtiyacı boyutlarının kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Yaratıcılık, bağımsız olma ve risk alabilme boyutlarının kuşaklara göre istatistiki açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bağımsız olma boyutundaki anlamlı farkın ise Y kuşağı ile BB kuşağı arasında olduğunu tespit etmiştir.

Koh (1996), Hong Kong’da 54 master öğrencisi üzerinde yaptığı çalışmada girişimcilik eğiliminin; başarı ve bağımsızlık ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yenilikçi olmak ve risk almak gibi kişilik özellikleri ile yüksek seviyede anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir.

Üzüm ve Şenol (2019), X-Y-Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemek amacıyla, Kocaeli Üniversitesi, Ali Rıza Veziroğlu MYO, Kocaeli MYO ve Uzay Bilimleri ve Havacılık Fakültesinde öğrenimlerine devam eden öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmada bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre liderlik yönünün daha yüksek olduğu, fırsatları değerlendirme boyutuyla ilgili olarak bayan öğrencilerin eğilimlerinin erkek öğrencilerin eğilimlerine göre daha yüksek olduğunu, katılımcıların öğrenim gördükleri sınıf ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişkinin olmadığını tespit etmişlerdir. Öğrencilerin bölümleri ile girişimcilik eğilimleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Sinha (1996), gençlerin daha üst yaş grubuna göre daha fazla girişimci özelliğe sahip olduğunu araştırmasında incelemiştir. Üniversitede ki öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada yaş değişkeni ile girişimcilik arasında bir ilişki olduğunu tespit etmiştir ve çalışmanın sonuçlarına göre birinci sınıftaki öğrencilerin dördüncü sınıf öğrencilerine oranla daha fazla girişimci özelliğe sahip olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada

dikkat çeken bir sonuç ise, girişimcilik eğiliminin birinci sınıfta maksimum düzeydeyken, ikinci ve üçüncü sınıflarda bu eğilimin düştüğü, dördüncü sınıfta ise tekrar yükseldiği tespit edilmiştir.

Türeli ve Çoşkun (2018), “Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Yatkınlığı: Bölümler Arası Karşılaştırma” adlı araştırmalarında, İstanbul ve Isparta ilindeki devlet ve vakıf üniversitelerinin işletme ve endüstri mühendisliği bölümlerinde öğrenim gören üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri üzerinde araştırma yapmışlardır. Araştırmanın amacı, işletme ve mühendislik eğitimi alan Y kuşağı öğrencilerinin algılarını, deneyimlerini ve beklentilerini daha iyi anlamak ve bunun sonucunda gelecekle ilgili iş planlarını değerlendirebilmektir. Araştırmanın sonucuna göre, araştırmaya katılım gösteren öğrencilerin girişimcilik eğilimleri; cinsiyet, okul türü ve aile üyeleri arasında bir girişimcinin olup olmadığı değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık bulunurken, bölüm türü değişkeninin ise girişimcilik eğilimini etkilemediği tespit edilmiştir.

Doğan (2018)’nın yaptığı araştırmada, telekomünikasyon sektöründe çalışan Y kuşağı bireylerinin demografik özelliklerinin girişimcilik eğilimlerini etkileyip etkilemediğini belirlemeyi amaçlanmıştır. Araştırma telekomünikasyon sektöründe lider olan şirketlerde işgören Y kuşağı bireylerinin demografik özellikleri değişkenleri ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki ele alınmıştır. Araştırmanın bulgularına göre ise, demografik özelliklerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri tespit edilmiştir.

Fırat, Akdemir ve Günaydın (2019), çalışmalarında Y kuşağı bireylerinin içgirişimcilik algılamalarının belirlenmesini amaçlamışlardır. Fethiye’de turizm sektöründe faaliyetine devam eden konaklama işletmeleri çalışmanın için evrenini oluşturmaktadır. İşletme çalışanları üzerine yaptıkları çalışma sonucuna göre ise, cinsiyet, asgari ücretle çalışanlar ve asgari ücretin üzerinde ücret alanlar değişkenlerine göre içgirişimcilik, proaktiflik, yenilikçilik, risk alma ve özerklik boyutları ile istatistiksel olarak bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

Hamilton ve Klerk (2016) Y Kuşağı bayan öğrencilerinin girişimciliğe yönelik motivasyonunu anlamak, gelecek nesillerin ekonomik kalkınmada aktif katılımcılar olma motivasyonuna önemli bir katkı sağlamak amacıyla yaptıkları çalışmaları sonucunda, bağımsızlık güdülerinin, dışsal güdülerin ve içsel güdülerin Güney Afrikalı Y Kuşağı kadın öğrencilerinin girişimci motivasyonu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve girişimciliğin olumlu itici güçleri olduğunu tespit etmişlerdir.

Kayaoğlu ve Kurnaz (2019) yaptıkları çalışmalarında, Artuklu üniversitesi İİBF öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre; üniversite öğrencilerinin başarıma ihtiyacı ve yenilikçi yapıları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu, öğrencilerin aylık gelirleri ile güven duyguları, yenilik, başarıma ihtiyacı, kontrol odağı ve başarısızlığa karşı tolerans bileşenleri arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin yaşları ile yenilik, kendine güven, başarıma ihtiyacı, kontrol odağı, risk almak ve başarısızlığa karşı tolerans arasında anlamlı bir ilişki olduğu, ancak aylık gelir ile öğrencilerin risk alma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Mihalcea, Mitan ve Vitelar (2012) Y Kuşağı: Girişimcilik Üzerine Görüşler isimli araştırmalarında, genç öğrenciler arasında niceliksel bir çalışma yaparak Y kuşağının kendi işlerini kurma nedenlerini, karşılaşılabileceklerinden korktukları engelleri ve düşündükleri finansal kaynakları keşfetmeye ve başarılı girişimciler olmak için sahip olmaları gerektiğine inandıkları nitelikleri ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre ise, Rumen Y kuşağı üyelerinin, girişimciliğe eğilimli olduklarını, sürekli bilgilendirilmeye çalıştıklarını ve "kendi patronları" olmayı hayal ettiklerini, gençlerin işe maliyet-fayda yaklaşımına sahip olduğunu, girişimciliği gelir ve başarı oranı açısından algıladıklarını tespit etmişlerdir.

Canbolat ve Bedük (2019) yaptıkları araştırmada, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi’nde öğrenim gören Y kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimi algılarının belirlenmesini amaçlamışlardır. Araştırmanın bulgularına göre ise; girişimcilik eğilimi puan ortalamalarının cinsiyetten etkilenmediği, girişimcilik eğilimi ölçeği alt boyutlarından risk almak ve belirsizliğe karşı tolerans boyutlarından erkeklerin kadınlara göre daha yüksek puan ortalamasına sahip olduğu, başarıma ihtiyacı, risk almak ve belirsizliğe karşı tolerans alt boyutlarından elde edilen puan ortalamalarının öğrenim görülmekte olan bölümden etkilenmediği ve sonuç olarak öğrenim görülen bölümlerin girişimcilik eğilimini etkilediği tespit edilmiştir.

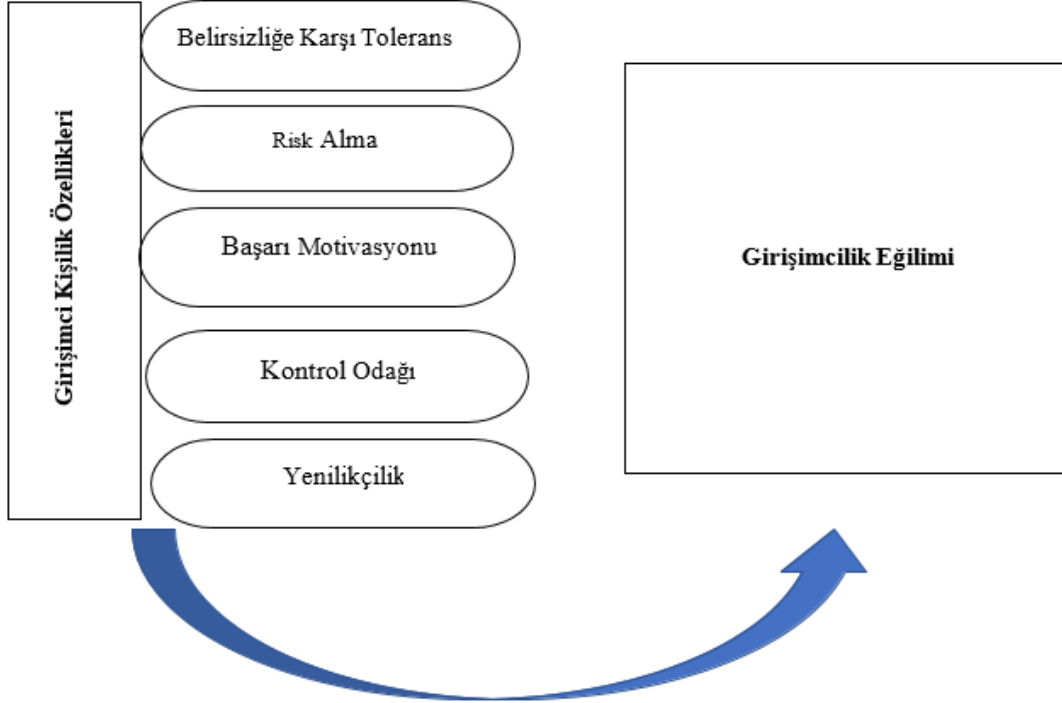
Ahmad, Halim, Rmayah ve Rahman (2015)’nın yaptıkları çalışmada, Y kuşağını temsil eden 100 işletme öğrencisinin yeşil girişimciliğe olan eğilimini amaçlamışlardır. Yapılan analizler sonucunda ise; sürdürülebilir oryantasyon ve sürdürülebilir eğitimin Y kuşağı arasında yeşil girişimciliğe olan eğilim ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma için kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirilerek araştırmanın modeli aşağıda belirtilmiştir. Model kapsamında da oluşturulan hipotezler ortaya koyulmuştur.

Araştırmanın Modeli



Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Girişimci kişilik özellikleri girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: Girişimci kişilik alt boyutlarından risk alma girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₃: Girişimci kişilik alt boyutlarından yenilikçilik girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₄: Girişimci kişilik alt boyutlarından başarıya ihtiyacı girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₅: Girişimci kişilik alt boyutlarından kontrol odağı girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₆: Girişimci kişilik alt boyutlarından belirsizliğe karşı tolerans girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenimine devam eden işletme bölümü öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin (Risk alma eğilimi, yenilik, başarıya ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans) girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını belirlemeye çalışmaktır. Araştırmanın konusu; öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin girişimcilik eğilimlerine etki ettiği düşünülerek oluşturulmuştur.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın ilk kısımda öğrencilerin demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla 13 soruya yer verilmiştir. İkinci kısımda öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerini belirlemek için Koh'un (1996) yapmış olduğu ve Bozkurt'un 2005'de Türkçe 'ye uyarladığı 36 ifadeden oluşan "girişimci kişilik özellikleri" ölçeğine yer verilmiştir. Ölçek 5 boyutta ele alınmıştır ve ölçekte ilk 7 madde "Risk alma" ikinci 3 madde "Yenilikçilik", üçüncü 9 madde "Başarıya ihtiyacı", dördüncü 8 madde "Kontrol odağı" ve beşinci 9 madde ise "Belirsizliğe karşı tolerans" ifadesidir. Ölçekte 5'li likert "1", Kesinlikle Katılmıyorum; "2",

Katılmıyorum; “3”, Kararsızım; “4”, Katılıyorum; “5”, Kesinlikle Katılıyorum” ifadeleri kullanılmıştır. Ölçekte 5. 10. 18. 21. 22. 23. 27. 3. 34. 36. maddeler ters olarak kodlanmıştır.

Girişimcilik eğilimi düzeylerini ölçmek amacıyla Linan ve Chen’nin (2009) yılında geliştirdiği, Şeşen ve Basım tarafından 2012 yılında Türkçe ‘ye uyarlanan Girişimcilik Niyeti Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 6 ifadeden oluşan, 5’li likert ölçeğidir ve ankette toplamda 42 soru yer almaktadır.

Araştırmanın evreni Selçuk üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi işletme bölümü öğrencilerinden (birinci öğretim ve ikinci öğretim) oluşmaktadır. Kolayda örneklem uygulanması kullanılmıştır. Anket, girişimcilik eğilimine etki eden kişilik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla uygulanmıştır. 141 anket dağılmış ve 8 anket eksik doldurulduğu için analize tabi tutulmamıştır. 64’ü erkek, 69’u kadın olmak üzere toplam 133 öğrenciden elde edilen veriler analiz edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada, girişimci kişilik özellikleri ve boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerine etkisini incelemek için elde edilen veriler SPSS 22.0 programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde demografik değişkenler için frekans tabloları, tanımlayıcı istatistiksel yöntemler olan korelasyon, gruplar arası farklılığı belirlemek amacıyla T testi ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine yer verilmiştir.

3.4.1. Demografik Verilerin Analizi

Tablo 3. Demografik Özelliklerine Ait Dağılımlar

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	69	51,9
Erkek	64	48,1
Yaş 19-25		
26-32	129	97,0
	4	3,0
Sınıfınız1.Sınıf		
2.Sınıf	8	6,0
3.Sınıf	1	0,8
4.Sınıf	39	29,3
	85	63,9
Öğrenim Türünüz		
Örgün Öğrenim	95	71,4
İkinci Öğrenim	38	28,6
Toplam	133	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin 64’ü (%48,1) erkek, 69’u (%51,9) kadındır. Yaş dağılımları değerlendirildiğinde %97’sinin 19-25 yaşları arasında, %3’nün ise 26-32 yaşları arasında olduğu görülmüştür. Sınıf bazında 8 öğrenci (%6) 1. sınıf öğrencileri, 1 öğrenci (%0,8) 2. sınıf, 39 öğrenci (%29,3) 3. sınıf ve 85 öğrenci (%63,9) ile 4. sınıf öğrencileri araştırmaya dahil olmuşlardır. Öğrenim türü bakımından değerlendirildiğinde ise 95 öğrenci (%71,4) örgün öğretim ve 38 öğrenci (%28,6) ikinci öğrenim öğrencilerinin katılım sağladığı görülmektedir. Araştırmaya katılım gösteren öğrencilerden büyük çoğunluğunun örgün öğrenimdeki öğrenciler olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Aile Özelliklerine İlişkin Dağılımları

Aile Aylık Net Geliri	Frekans	Yüzde
0-1600 TL	10	7,5
1600-3500 TL	41	30,8
3500-5000 TL	37	27,8
5000 TL ve üstü	45	33,8
Baba Mesleği		
Emekli	44	33,1
Özel Sektör	35	26,3
Kamu Sektörü	25	18,8
Kendine ait İşyerinde Çalışıyor	23	17,3
Çalışmıyor	6	4,5

Ailenizin İkamet Ettiği Yer		
Büyük Şehir	72	54,1
İl Merkezi	26	19,5
İlçe Merkezi	22	16,5
Köy	9	6,8
Kasaba	4	3,0
Babanızın Eğitim Durumu		
Okuma-Yazma Bilmiyor	4	3,0
İlköğretim	60	45,1
Lise	26	19,5
Önlisans	10	7,5
Lisans	21	15,8
Yüksek Lisans	12	9,0
Toplam	133	100

Araştırmaya dahil olan öğrencilerin aile özelliklerine ait dağılımları incelendiğinde; Ailenin aylık gelir durumu açısından; 10 (%7,5) öğrenci 0-1600 TL, 41 öğrenci (%30,8) 1600-3500 TL, 37 öğrenci (%27,8) 3500-5000 TL ve 45 öğrenci (%33,8) 5000 TL-üstü gelir ile ailesinin geçindiği ifade etmişlerdir. Öğrencilerin babalarının mesleklerine baktığımızda, 44 öğrencinin (%3,1) babasının emekli olduğu, 35 öğrencinin (%26,3)

babasının özel sektörde, 25 öğrencinin (%18,8) babasının kamu sektöründe, 23 öğrencinin (%17,3) babasının kendi işyerinde çalıştığını, 6 öğrencinin (%4,5) ise babasının çalışmadığını belirtmişlerdir.

Öğrencilerin ailelerinin ikamet ettikleri yerlerin dağılımları incelendiğinde 72 öğrenci (%54,1) büyükşehirde, 26 öğrenci (%19,5) il merkezinde, 22 öğrenci (%16,5) ilçe merkezinde, 9 öğrenci (%6,8) kasabada, 4 öğrenci ise (%3,0) ailelerinin köyde yaşadığını belirtmiştir. Babanın eğitim durumu açısından bakıldığında ise; 4 öğrenci (%3,0) babasının okuma ve yazma bilmediğini, 60 öğrenci (%45,1) babasının ilköğretim, 26 öğrenci (%19,5) lise, 10 öğrenci (%7,5) babasının önlisans, 21 öğrenci (%15,8) babasının lisans mezunu ve 12 öğrenci (%9) babasının yüksek lisans mezunu olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5. Girişimcilik Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Dağılımlar

Aile ve yakın çevrede örnek aldığınız başarılı bir girişimci var mı?	Frekans	Yüzde
Evet	66	49,6
Hayır	67	50,4
Aile ve yakın çevrede örnek aldığınız başarılı bir çalışan (kamu/özel sektör) var mı?		
Evet	95	71,4
Hayır	38	28,6
Aile ve yakın çevrede iflas eden var mı?		
Evet	53	39,8
Hayır	80	60,2
Girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders aldınız mı?		
Evet	100	75,2
Hayır	33	24,8
Kendinizi girişimci bir kişiliğe sahip görüyor musunuz?		
Evet	100	75,2
Hayır	33	24,8
Toplam	133	100

Katılımcıların girişimcilik ile ilgili görüşlerine ilişkin dağılımlarında; Aile ve Yakın Çevrede Örnek Aldığınız Başarılı Girişimci Var Mı? sorusuna 66 öğrenci (%49,6) evet cevabını verirken, 67 öğrenci ise (%50,4) hayır cevabını vermiştir. Aile ve Yakın Çevrenizde Örnek Aldığınız Başarılı Çalışan (kamu/özel sektör) Var Mı? sorusuna 95 öğrenci (%71,4) evet derken, 38 (%28,6) öğrenci hayır cevabını vermiştir. Bu sonuçlara göre ise, öğrencilerin çevrelerinde bulunan kendilerine örnek aldıkları başarılı bir çalışan olduğu görülmektedir.

Aile veya Yakın Çevrede İflas Eden Var Mı? sorusuna 53 öğrenci (%39,8) evet, 80 öğrenci ise (%60,2) hayır yanıtını vermiştir. Girişimcilikle İlgili Herhangi Bir Ders Aldınız Mı? Sorusuna 100 öğrenci (%75,2) evet yanıtını verirken, 33 öğrenci (%24,8) hayır yanıtını vermiştir. Kendinizi Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görüyor Musunuz? Sorusuna ise, 100 öğrenci (%75,2) evet, 33 öğrenci ise (%24,8) hayır yanıtını vermiştir. Araştırmaya

katılan öğrencilerin yüksek (%75,2) oranda kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmeleri, aile ve yakın çevrelerinde olan başarılı çalışanlardan, girişimcilerden etkilendikleri sonucuna varılabilmektedir.

3.4.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Araştırmada yer verilen ölçeklere ilişkin güvenilirlik incelenmiştir. Tablo 6’da yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına yer verilmiş ve Cronbach Alpha güvenilirlik hesaplamasından yararlanılmıştır. Güvenirlik katsayısına ilişkin ölçütler şunlardır:

$0,00 < \alpha < 0,40$ güvenilir değil $0,40 < \alpha < 0,60$ düşük güvenilirlik

$0,60 < \alpha < 0,80$ orta düzeyde güvenilir

$0,80 < \alpha < 1,00$ yüksek düzeyde güvenilirdir (Yaşar, 2014: 63).

Tablo 6. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

	Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)	Soru Sayısı (N of Items)
Girişimci Kişilik Özellikleri	,689	36
Girişimcilik Eğilimi	,926	6
Toplam Ölçek	,807	42

Araştırmada ölçeğin güvenilirlik analizi hesaplanmış ve Tablo 6’da gösterilmiştir. Girişimci kişilik ölçeğinin katsayısı 0,689, girişimcilik eğilimi ölçeğinin katsayısı 0,926 ve bu araştırmada 42 ifadeye ilişkin Cronbach katsayısı 0.807’dir. Bu da ölçeğin güvenilir olduğunun bir göstergesidir.

3.4.3. Değişkenlere İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Verilerinin İncelenmesi

Tablo 7. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Ait Betimsel Analizler

	Ortalama	Standart Sapma
Girişimci Kişilik	3,45	,32
Girişimcilik Eğilimi	3,73	1,06
Risk alma	3,26	,50
Yenilikçilik	3,49	,62
Başarma İhtiyacı	3,68	,44
Kontrol Odağı	3,28	,51
Belirsizliğe Karşı Tolerans	3,50	,49

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin betimsel istatistiklere bakıldığında zaman, girişimcilik eğilimi yüksek seviyede olduğu (3,73), başarma ihtiyacının yüksek seviyede (3,68), belirsizliğe karşı tolerans düzeyinin yüksek seviyede (3,50), yenilikçilik düzeyinin yüksek düzeyde olduğu (3,49), risk alma düzeyinin (3,26) ve kontrol odağı düzeyinin (3,28) ise orta düzeyde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öğrencilerin girişimci kişilik düzeylerinin yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir (3,45).

Tablo 8. Girişimci Kişilik ve Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerine Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Analizi

Faktörler	Soru Sayısı	Örneklem	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Risk Almak	7	133	3,26	,50	-,421	,548
Yenilikçilik	3	133	3,49	,62	-,059	,229
Başarma İhtiyacı	9	133	3,68	,44	-1,038	2,301
Kontrol Odağı	8	133	3,28	,51	,088	,554
Belirsizliğe Karşı Tolerans	9	133	3,50	,49	-,584	1,242
Girişimcilik Eğilimi	6	133	3,73	1,06	-,685	-,216

Tablo 8’de görüldüğü üzere girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarının çarpıklık değerlerinin risk alma (-,421), yenilikçilik (-,059) başarı ihtiyacı (-1,038), kontrol odağı (,088), belirsizlik toleransı (-,584) ve girişimcilik niyetine ait çarpıklık (-,685) değerlerinin ± 3 sınırları içinde sifıra yakın olduğu görülmüştür.

Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarının basıklık değerlerinin ise risk alma (,548), yenilikçilik (,229), başarı ihtiyacı (2,301), kontrol odağı (,554), belirsizlik toleransı (1,242) ve girişimcilik eğilimine ait basıklık (-,216) değerlerinin ± 3 sınırları içinde sıfıra yakın olduğu görülmüştür. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkenine ve girişimcilik eğilimi değişkenine ait verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu sonucuna ulaşılabilir (Albayrak 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209).

Tablo 9. Girişimci Kişilik ve Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Cinsiyet Değişkenine Ait T Testi

T Testi							
Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t	df	p
Girişimcilik Eğilimi	Kadın	69	3,46	1,06	-3,201	131	,002
	Erkek	64	4,03	0,98			
Girişimci Kişilik	Kadın	69	3,46	0,26	0,445	131	,657
	Erkek	64	3,44	0,37			

Tablo 9 incelendiğinde, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine yönelik algıları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($t=-3,201$; $p<0,05$). Erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine yönelik algıları ($X=4,03$), kadın öğrencilerin girişimcilik eğilim algılarından daha olumludur. Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerine yönelik algıları ise cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

3.4.4. Korelasyon Analizi

Tablo 10. Değişkenler Arası İlişkilere Ait Korelasyon

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7
(1) Girişimci kişilik	r	1						
	p							
(2) Girişimcilik eğilimi	r	,527**	1					
	p	,000						
(3) Risk alma	r	,633**	,383**	1				
	p	,000	,000					
(4) Yenilikçilik	r	,433**	,040	,220*	1			
	p	,000	,647	,011				
(5) Başarma ihtiyacı	r	,668**	,339**	,257**	,287**	1		
	p	,000	,000	,003	,001			
(6) Kontrol odağı	r	,590**	,169	,078	,144	,207*	1	
	p	,000	,052	,373	,099	,017		
(7) Belirsizliğe karşı tolerans	r	,761**	,584**	,447**	,134	,317**	,300**	1
	p	,000	,000	,000	,125	,000	,000	

Tablo 10 incelendiğinde girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi düzeyleri arasında istatistiksel olarak ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizinde pozitif yönlü ve orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir ($r=0,527$). Ayrıca korelasyon analizi sonuçlarında risk alma ile girişimcilik eğilimi arasında (0,383), başarma ihtiyacı ile girişimcilik eğilimi arasında (0,339) ve belirsizliğe karşı tolerans alt boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında (0,584) istatistiksel olarak pozitif ve orta düzeyde bir ilişki görülmektedir.

Yenilikçilik ve kontrol odağı alt boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

3.4.5. Regresyon Analizi

Korelasyon analizlerinin ardından hipotezlerin testi için regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

Analizlere ilişkin bulgulara Tablo 11’de yer verilmiştir.

Tablo 11. Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizleri

Girişimci Kişiliğin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	-2,28	-2,67	0,008					
Girişimcilik Kişilik	1,74	7,08	0,000					
				0,52	0,27	50,24	0,001	Kabul
Regresyon Modeli $Y = -2,28 + 1,74(\text{Girişimci Kişilik})$								
Risk Almanın Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	1,13	2,03	0,044					
Risk Alma	0,79	4,75	0,000					
				0,38	0,14	22,57	0,001	Kabul
Regresyon Modeli $Y = -0,68 + 1,25(\text{Risk Alma})$								
Yeniliğin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	3,49	6,69	0,000					
Yenilikçilik	0,06	0,45	0,647					
				0,40	0,02	0,21	0,647	Red
Regresyon Modeli $Y = 3,49 + 0,06(\text{Yenilikçilik})$								
Başarı İhtiyacının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	0,75	1,03	0,304					
Başarı İhtiyacı	0,81	4,11	0,000					
				0,33	0,11	16,95	0,001	Kabul
Regresyon Modeli $Y = 0,75 + 0,81(\text{Başarı İhtiyacı})$								
Kontrol Odağının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	2,58	4,37	0,000					
Kontrol Odağı	0,34	1,96	0,052					
				0,16	0,02	3,85	0,052	Red
Regresyon Modeli $Y = 2,58 + 0,34(\text{Kontrol Odağı})$								
Belirsizliğe Karşı Toleransın Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi								
Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R2	F	p	Sonuç
Sabit	-0,68	-1,25	0,211					
Belirsizliğe Karşı Tolerans	1,25	8,23	0,000					
				0,58	0,34	67,83	0,001	Kabul
Regresyon Modeli $Y = -0,68 + 1,25(\text{Belirsizliğe Karşı Tolerans})$								

Tablo 11 incelendiğinde girişimci kişiliğin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik regresyon analizi yapılmıştır. Anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olduğu için regresyon modeli anlamlı olduğu görülmektedir. Yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre; girişimci kişiliğin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı, negatif ve zayıf ($\beta = -2,28$; $p < 0,001$) bir etkisi olduğu görülmektedir. Girişimci kişilik özelliklerindeki değişimlerin girişimcilik eğilimi değişimlerinin %27'sini açıklayabildiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın H_1 hipotezi kabul edilmektedir.

Girişimcilik eğilimi $= -2,28 + 1,74(\text{Girişimci Kişilik})$

Kurulan regresyon modeli incelendiğinde, girişimci kişilikteki bir birimlik artış girişimcilik eğilimi düzeyinde 1,74'lük azalış olmasına neden olmaktadır.

Regresyon analiz sonuçlarına göre risk almanın girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı, pozitif ve zayıf ($\beta = 1,13$; $p < 0,001$) bir etkisi olduğu görülmektedir. Risk almadaki değişimlerin girişimcilik eğilimi değişimlerinin %14'ünü açıklayabildiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın H_2 hipotezi kabul edilmektedir.

Girişimcilik eğilimi $= 1,13 + 0,79(\text{Risk alma})$

Kurulan regresyon modelinde, risk almadaki bir birimlik artış girişimcilik eğilimi seviyesini 0,79'luk artışına neden olmaktadır.

Yenilikçiliğin girişimcilik eğilimine etkisi üzerine oluşturulan regresyon analizinde ise analize göre; yenilikçiliğin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde fakat istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkisinin ($\beta=3,49$; $p>0,05$) bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla yenilikçiliğin, girişimcilik eğilimine anlamlı etkisini ortaya koyan H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Başarma ihtiyacı alt boyutunun girişimcilik eğilimi üzerine oluşturulan regresyon sonuçlara göre; başarı ihtiyacının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı, pozitif ve zayıf ($\beta=0,75$; $p<0,001$) bir etkisi olduğu görülmektedir. Başarı ihtiyacında değişimlerin girişimcilik eğilimi değişimlerinin %11'ini açıklayabildiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın H_4 hipotezi kabul edilmektedir.

Girişimcilik eğilimi= $0,75+0,81(\text{Başarı İhtiyacı})$

Kurulan regresyon modeli incelendiğinde, başarı ihtiyacı alt boyutunda oluşan bir birimlik artış girişimcilik eğilimi seviyesinde 0,81'lik artış olmasına neden olmaktadır.

Kontrol odağı boyutunun girişimcilik eğilimine etkisi üzerine yapılan regresyon analizine göre; kontrol odağının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde fakat istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkisinin ($\beta=2,58$; $p>0,05$) bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla kontrol odağının, girişimcilik eğilimine anlamlı etkisi için oluşturulan H_5 hipotezi reddedilmiştir.

Belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik eğilimine yönelik yapılan regresyon analizine göre; belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı, negatif ve zayıf ($\beta=-0,68$; $p<0,001$) bir etkisi olduğu görülmektedir. Belirsizliğe karşı toleranstaki değişimlerin girişimcilik eğilimi değişimlerinin %34'ini açıklayabildiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın H_6 hipotezi kabul edilmektedir.

Girişimcilik eğilimi= $-0,68+1,25(\text{Belirsizliğe Karşı Tolerans})$

Kurulan regresyon modeli incelendiğinde belirsizliğe karşı toleranstaki bir birimlik artış girişimcilik eğilimi seviyesinde 1,25'lik azalışa neden olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkelerin ekonomik gelişimleri üzerinde girişimciliğin etkisi önemli bir rol oynamaktadır. Ülkelerin ve toplumların refahı için girişimciliğin artırılması ve özendirilmesi gerekmektedir. Bu sebeple de girişimciliğin önemini kavrayan toplumlar girişimci sayısını artırmak için büyük bir çaba içerisinde. Girişimcilerin sayısını artırmak için üniversitedeki öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini tespit etmek ve öğrencileri girişimcilğe teşvik etmek çok büyük bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda da üniversiteler öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini artırabilmek için müfredatlarında girişimcilik derslerine yer vermektedirler. Bu önemden hareketle de Selçuk Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi işletme bölümünde öğrenimlerine devam eden lisans öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve boyutlarının girişimcilik eğilimlerine etkisini belirlemek amacıyla öğrencilere yönelik olarak anket yapılmıştır.

Araştırmaya 64'ü erkek ve 69'u kadın öğrenci olmak üzere 133 öğrenci katılım göstermiştir. Katılımcıların %97'sinin 19-25 yaşları arasında, %63,9'unun 4. sınıf da oldukları belirlenmiş olup %71,4'ünün örgün öğretim, %28,6'sının ise ikinci öğretim öğrencisi oldukları, katılımcıların %54,1'nin büyükşehirde yaşadıkları, %26,3'nün babasının özel sektöründe çalıştığını, %45,1'nin babasının ilköğretim mezunu olduğu,

%33,8'nin ailelerinin gelirlerinin 5000 TL-üstü olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %75,2'sinin girişimcilik dersi aldığı, %75,2'sinin kendisini girişimci olarak görür iken %24,8'inin ise kendisini girişimci olarak görmedikleri belirlenmiştir.

Araştırma için kullanılan ölçeklere ilişkin analizler sonucunda ise; girişimcilik eğilimlerinin (3,73) ve girişimci kişilik seviyelerinin (3,45) yüksek düzeyde olduğu, başarma ihtiyacı (3,68), belirsizliğe karşı tolerans düzeyinin (3,50), yenilikçilik düzeylerinin (3,49) yüksek düzeyde, risk alma düzeyinin (3,26) ve kontrol odağı düzeyinin (3,28) ise orta düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların girişimcilik eğilimlerine yönelik algıları cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($t=-3,201$; $p<0,05$). Bulgulara göre, erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine yönelik algıları ($X=4,03$), kadın öğrencilerin girişimcilik eğilim algılarından daha olumlu olduğu, ancak katılımcıların girişimci kişilik özelliklerine yönelik algılarının ise cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizinde ise, girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi düzeyleri arasında pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r=0,527$, $p < 0,05$). Ayrıca korelasyon analizi sonuçlarında risk alma ile girişimcilik eğilimi arasında ($r=0,383$), başarma ihtiyacı ile girişimcilik niyeti arasında ($r=0,339$) ve belirsizliğe karşı tolerans alt boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ($r=0,584$) istatistiksel olarak pozitif ve orta düzeyde bir ilişki görülmektedir.

Yenilikçilik ile girişimcilik eğilimi ve kontrol odağı alt boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir.

Geleceğin girişimci adayları olan Y kuşağı öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini daha fazla artırabilmek için üniversiteler tarafından çeşitli seminerler verilmelidir. Ayrıca girişimcilik konusu ile ilgili eğitimler verilerek öğrenciler girişimcilik konusunda daha da bilinçlendirilmelidir. Aynı zaman da öğrenciler girişimciliğe teşvik edilmeli ve başarılı girişimciler örnek olarak aktarılmalıdır.

Diğer araştırmalarda olduğu gibi bu araştırmanın evreninde de bazı kısıtlamalar bulunmaktadır. Bu araştırma sadece tek bir fakülteyi ve bir bölümü kapsamaktadır. Araştırmadaki en temel kısıt ise zaman ve maddi olanaklardır. Bu temel kısıt sebebiyle araştırma küçük bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma daha büyük bir örneklem üzerinde yapıldığı zaman daha farklı sonuçlara ulaşılması mümkündür. Ayrıca farklı coğrafyalar üzerinde yapılacak karşılaştırmalı araştırmaların da literatüre katkı sağlanması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Eksili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1 (19), 165-182.
- Ağca, V., & Yumuşakipek, H. D. (2015). "Günümüzde Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler", (içinde) Girişimcilik Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular. Ed. Kaygın, E. ve Güven, B. Siyahinci Akademi Yayınları, İstanbul.
- Ahmad, N. H., & Halim, H. A., & Ramayah, T. & Rahman, S. A. (2015). Green entrepreneurship inclination among Generation Y: the road towards a green economy. Problems and Perspectives in Management, 13(2-1), 211-218.
- Akdemir, A. (2016). "Kavramsal Temeller", (içinde) Girişimcilik ve İş Kurma. Ed. Akdemir, A. 2. Baskı, Orion Kitabevi, Ankara.
- Akdemir, A., & Konakay, G. (2016). "Y Kuşağı ve Girişimcilik", (içinde) Girişimcilik ve İş Kurma. Ed. Akdemir, A. 2. Baskı, Orion Kitabevi, Ankara.
- Akyurt, N. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Sağlık Örneği. Medical Sciences (NWSAMS), 13 (2), 43-57.
- Albayrak, A. S. (2006). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 1. Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Aydın, G. Ç., & Başol, O. (2014). X Ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var Mı?, Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges) Dergisi, 4 (4), 1-15.
- Bedük, A., & Eryeşil, K. (2015). "Girişimcilik Yaratıcılık ve Yenilik", (içinde) Girişimcilik Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular. Ed. Kaygın, E. ve Güven, B. Siyahinci Akademi Yayınları, İstanbul.
- Benjamin, T. (2019). Generational Characteristics of the Workplace. <https://smallbusiness.chron.com/generational-characteristics-workplace-14524.html>. Erişim Tarihi: 19.04.2021.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. Academy of Management Review, 13(3), 442-453.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1 (2), 93-111.
- Broadbridge, Adelina M., Maxwell, Gillian A., Ogden, Susan M. (2007). Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y, Career Development International, 12 (6), 523-544.
- Canbolat, M. A., & Bedük, A. (2019). Y Kuşağının Girişimcilik Eğiliminin Tespitine Yönelik Nicel Bir Araştırma. International Journal of Scientific and Technological Research, 5 (7), 63-73.
- Chelariu, C., Brashear, T., Osmonbekov, T., & Zait, A. (2008). Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level cultural antecedents. Journal of Business & Industrial Marketing, 23 (6), 405-415.
- Doğan, T. (2018). Y Kuşağının Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi Ve Stratejik Yönetim: Telekomünikasyon Sektöründe Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fırat, A., Akdemir, R., & Günaydın, Ö. E. (2019). Kuşağı Bireylerinin İçgirişimcilik Algılamalarının Belirlenmesi: Turizm Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, Fethiye Örneği. (Ekim), IV. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi Bildirileri içinde (535-549). Muğla.
- Gursoy, D., Maier, T. A. & Chi, C. G. (2008). Generational Differences: An Examination of Work Values and Generational Gaps in the Hospitality Workforce, International Journal of Hospitality Management, 27, 448- 458.
- Hamilton, L., & Klerk, N. (2016). Generation Y Female Students' Motivation Towards Entrepreneurship. International Journal Of Business And Management Studies, 8 (2), 50-65.
- Hammil G. (2005). Mixing and managing four generations of employees. <https://portal.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/generations.htm>. Erişim Tarihi: 21.04.2021.
- Harp Okulu Uygulamaları. Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları, 12 (24), 133-179.
- Hisrich, D. R. & Antoncic, B. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation, Journal of Management Development, 23 (6), 518-550.
- İşcan, Ö. F., & Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (2). 443-462.
- Johnson, D. (2001). "What is innovation and entrepreneurship? Lessons for large organizations", Industrial and Commercial Training, 33 (4), 135-140.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5.Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karabey, C. N. (2013). Girişimsel Düşünceyi Anlamak: Düşünme Tarzı ve Risk Tercihinin Girişimsel Özyetkinlik ve Girişimcilik Niyeti ile İlişkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18 (3), 143-159.
- Kayaoğlu, A. & Kurnaz, G. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Mardin Artuklu Üniversitesi İİBF Örneği, Mukaddime, 10 (2) , 643-661.
- Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13 (26), 23-43.

- Klimczuk, A., & Lüscher, K., & Hoff, A., & Lamura, G. (2017). Kuşaklar, Kuşaklararası İlişkiler, Kuşak Politikası. Çok Dilli Bir Rehber. Editon 17: 260-280.
- Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics: A Study Of Hong Kong Mba Students. Journal Of Managerial Psychology, 11 (3), 12-25.
- Kuran, E. (2018). Telgraftan Tablete “Türkiye’nin 5 Kuşağına Bakış”, 8. Baskı, Destek Yayınları, İstanbul.
- Maier, T. A., Gursoy, D., & Chi, C. G. (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce, International Journal of Hospitality Management, 27 (3), 448- 458.
- McCordle M. (2018). The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations, UNSW Press, Australia.
- Mihalcea, A. D., Mitan, A., & Vitelar, A. (2012). Generation Y: Views on Entrepreneurship. Economia. Seria Management, 15 (2), 277-287.
- Morgan, C. N. (2011). Generational differences in the workplace. Louisville. Midwest Academy of Management Press.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. International Journal of Management Reviews, 13, 79-96.
- Sinha, T. N. (1996). Human Factors In Entrepreneurship Effectiveness. The Journal Of Entrepreneurship, 5(1), 23-39.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., & Sarıışık, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans Ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16 (26), 41-55.
- Şeşen, H. ve Basım, H.N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: Spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma, Ege Academic Review , 12, Özel Sayı:21-28
- Taş, H. Y., & Kaçar, S. (2019). X Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 643-675.
- TDK, Büyük Türkçe Sözlük (<https://sozluk.gov.tr/>) Erişim Tarihi: 19.04.2021.
- Toruntay, H. (2011). Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türel, N. Ş., & Çoşkun, H. (2018). Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Yatkınlığı: Bölümlerarası Karşılaştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (31), 326-357.
- Uygun, M., Mete, S., & Güner, E. (2012). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4 (2), 145-156.
- Üzüm, B., & Şenol, L. (2019). X-Y-Z Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. Conference: V. European Congress on Economic Issues, Bakü.
- Yalçın, O., Sökmen, A.B., & Kulak, H. (2013). Kuşakların Temel Özellikleri Ve Hava Harp Okulu Uygulamaları. Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları, 12 (24), 140- 146.
- Yalçıntaş, M. (2010). Çağımızda Girişimcilik, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5 (1), 95-98.
- Yaşar, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2 (36), 59-75.
- Yıldız, E. (2020). İnönü Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- <https://smallbusiness.chron.com/generational-characteristics-workplace-14524.html>
- <https://portal.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/generations.htm>
- <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02683949610113566/full/html>
- <https://www.semanticscholar.org/paper/Human-Factors-in-Entrepreneurship-Effectiveness-Sinha/a048848d85d0f54db3a65a6aa4d637fe67dd1703>

Muhasebeci Stereotipleri Ölçeğinin Türk Dil ve Kültürüne Uyarlanması: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması

Adaptation of Accountant Stereotypes Scale to Turkish Language and Culture: Validity and Reliability Study

Abdullah YILDIZ *
Mustafa AY **

ÖZ

Stereotip, bireyin, bir grup insanın özellikleri hakkında sahip olduğu olumlu veya olumsuz inançlar kümesi olarak tanımlanabilir. Bu araştırmayla Saemann ve Crooker (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencileri arasında muhasebe mesleğinin algılarını ölçmek için geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak Türk kültürüne uyarlanması ve öğrencilerin algılarıyla muhasebeci stereotiplerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma, ölçek uyarlama amacıyla ilgili akademisyenlerden görüş alınmıştır. Bu amaçla hazırlan uzman değerlendirme formunda, ölçekte bulunan her bir soru için, "madde hedeflenen yapıyı ölçmektedir", "madde yapı ile ilişkili ancak yetersizdir/gereksizdir" ya da "madde hedeflenen yapıyı ölçmemektedir" şeklinde üçlü bir ölçek oluşturulmuştur. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış ve KMO .82 ve Barlett testi χ^2 değeri ise (395, N = 441) = 706.066, $p < .05$, ($\chi^2/df = 1.79$, GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 ve RMSEA = .04 olarak anlamlı düzeyde olduğu bulunmuştur. Ayrıca toplam varyansın % 61.10'unu açıklayan, orijinal ölçekteki gibi, dört faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Orijinal ölçekten farklı olarak faktör maddeleri farklı dağılmışlardır. Ancak dilsel, kültürel ve toplumsal değişkenliklerden dolayı, kaynak ve hedef formda böyle bir farklılığın oluşması beklenen bir durumdur. Bu nedenle faktör adları dağılan maddelere göre yeniden adlandırılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uyum indekslerine bakıldığında GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 ve RMSEA = .04 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak Muhasebeci Stereotipleri Ölçeğinin Türkiye'de uyarlanmaya çalışıldığı grupta, orijinal kültürdeki yapısına uygun şekilde çalıştığı söylenebilir.

ANAHTAR KELİMELER

Muhasebeci Stereotipi, Ölçek Uyarlama, Geçerlik, Güvenirlik

ABSTRACT

A stereotype can be defined a positive or negative set of beliefs held by an individual about the characteristics of a group of people. With this research, it is aimed to adapt the scale developed by Saemann and Crooker (1999) to Turkish culture by conducting validity and reliability studies to measure the perceptions of the accounting profession among university students in the United States, and to reveal the perceptions of the students and the stereotypes of the accountant. For the purpose of scale adaptation of the research, opinions were taken from the relevant academicians. In the expert evaluation form prepared for this purpose, a triple scale was created for each question in the scale: "the item measures the targeted structure", "the item is related to the structure but is insufficient/unnecessary" or "the item does not measure the targeted structure". Exploratory Factor Analysis (EFA) was performed and KMO was .82 and Barlett's test χ^2 value (395, N = 441) = 706.066, $p < .05$, ($\chi^2/df = 1.79$, GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 and RMSEA = .04 were found to be significant. In addition, a four-factor structure was obtained, as in the original scale, which explained 61.10% of the total variance. Unlike the original scale, the factor substances are distributed differently. However, due to linguistic, cultural and social variability, such a difference in source and target form is expected. Therefore, the factor names were renamed according to the items that were distributed. When looked at fit indices of Confirmatory Factor Analysis (CFA), it was found that GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 and RMSEA = .04. As a result of the EFA and CFA applied for adaptation the Accountant Stereotypes Scale to the Turkish, it can be said that the scale is a reliable and valid measurement tool.

KEYWORDS

Accountant Stereotype, Scale Adaptation, Validity, Reliability

Makale Geliş Tarihi / Submission Date	Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance
26.10.2022	30.04.2023
Atf	Yıldız, A. ve Ay, M. (2023). Muhasebeci Stereotipleri Ölçeğinin Türk Dil ve Kültürüne Uyarlanması: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 26 (1), 228-240.

* Öğr. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Seydişehir Meslek Yüksekokulu, abduhyildiz@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5456-1722

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, may@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4489-8946

GİRİŞ

Stereotip terimi ilk defa 1922 yılında Walter Lippmann tarafından, bireylerin diğer gruplardaki insanlar hakkında "akıllarındaki resmi" tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. Stereotip insanların daha sonra kullanmak için olayları nasıl kategorilere ayırdığı ve bu olaylar hakkındaki verileri nasıl sakladığı ile ilgilidir. Stereotip bireyler tarafından oluşturulan “resimler” olsada, “insan gruplarını ortak bir şekilde etkilediklerinden” ve fikir birliği ile paylaşıldıklarından dolayı sonuçları daha önemlidir (Stangor & Schaller, 1996, p.4). Stereotipler düşünce ve hissetme şekillerimizden doğar ve korunurlar. Ayrıca, grup üyeleriyle sonraki karşılaşmalarda etkileşimleri ve ilişkileri de etkilerler.

Hamilton ve Trolie tarafından yapılan daha detaylı stereotip tanımı bunların; sosyal bir insan grubuyla ilgili algılanan bilgi, inanç ve beklentileri içeren bilişsel yapılar olduğunu öne sürmektedir. Mackie, Hamilton, Susskind, ve Rosselli (1996) bir stereotipin dört temel özelliği olduğunu öne sürmektedir. Bu özelliklerden ilki, stereotipin, bireylerin kafasında bulunan bilişsel bir yapı olmasıdır. İkincisi, “bilgi, inanç ve beklentiler” terimleri, özelliklerle sınırlı olmayan, aksine grubun tutumlarını, rollerini ve davranışlarını da içeren kapsayıcı terimlerdir. Üçüncüsü, bahsedilen özellikleri paylaşan iki veya daha fazla kişiden oluşan, yalnızca tanımlanabilir grup özellikleri sayısı ile sınırlanan gruplar ile ilişkilidir. Dördüncü özellik, hafızadaki stereotipi aktive eden zihinsel uyarıcıdır ve stereotiplerin oluşumunu ve işleyişini anlamada anahtar rol oynar.

Günümüzde stereotipler ve ilgili konularda (esas olarak önyargı ve ayrımcılık) özellikle cinsiyet ve etnik konularla ilgili çalışmaların sayısı önemli ölçüde artmıştır. Stereotipler, sosyal psikolojideki hemen hemen tüm önemli araştırma konuları ile olan bağlantıları nedeniyle sosyal bilimciler arasında yeniden bir araya gelme sırasında en popüler tartışma temalarından biri haline gelmiştir (James, D. Y. E. R., Vedlitz, A., & Worchel, 1989; Azevedo, 2010).

Muhasebecilerin halkın kafasındaki imajlarını incelemek, insanların muhasebecilere ilişkin stereotiplerini farklı perspektiflere dayanarak açıklamak için birçok çalışma yapılmıştır. Muhasebecinin stereotipi, dergi editörlerinin, muhasebecilerin, akademisyenlerin ve diğerlerinin ilgilerini çekmektedir. Dimnik ve Felton (2006), muhasebecilerin son yıllarda en çok kamu imajı ile ilgilendiklerini göstermektedir. Mesleğe ilişkin olarak, algılanan stereotipler, muhasebecilerin çalışmalarının, esasen hesaplamalar ve vergilerle bağlantılı, tekrarlayıcı ve sıkıcı faaliyetler içerdiğini göstermektedir. Muhasebe stereotipindeki bu “kötü adam” unsuru, 2000 yılında finansal skandalların ardından (örneğin, Enron) yükselmiştir.

Mesleki stereotipinin önemi, davranış çalışmalarında vurgulanarak bireylerin meslek kararlarının temelini oluşturduğu öne sürülmektedir (Holland, 1973). Hamilton (1981), karmaşık verileri işlemekteki sınırlı kapasitemizin sonuçları olduğunu ve sonuç olarak da bireylerin çeşitliliğine dair bilgilerin bastırılmasına yol açtığı için stereotipinin geçerliliğini sorgular. Stereotipi kullanmanın sonucu, kendini gerçekleştirmesidir (Friedman & Lyne, 2001). Sonuç olarak gerekli becerileri ve yetenekleri olmayan kişiler, muhasebe mesleğini tercih edebilir. Muhasebe veya muhasebeci algısı üzerine yayınlanan elli yedi makale, algıyı stereotipi olarak tanımlamıştır. Bu makalelerin kırk sekizi, detay sağlamadan stereotipi terimini kullanmıştır. Kalan dokuz makale ise stereotipi tanımını sunmuştur. Bu makalelerden dördü, neden ve nasıl oluştuğunu açıklamıştır. Stereotipi doğruluğu konusunda tartışmalar olsa da yakın zamanda yapılan çalışmalar muhasebe veya muhasebeci stereotipinin doğruluğunu detaylı bir şekilde araştırmamıştır. Sadece birkaç çalışma bir adım ileriye giderek stereotipi değiştirme yöntemlerini önermektedir. Muhasebe stereotipisi açısından tüm bu yönleri ele alan sistematik veya kapsamlı bir çalışma bulunmamaktadır.

İnsanların muhasebe ve muhasebecilere karşı olan algılarını açıklayan birçok literatür çalışması bulunmaktadır ve bu stereotipi algıların doğru olmadığı öne sürülmektedir. Ayrıca algıları değiştirme girişimleri de başarısız gibi görünmektedir. Başarısızlığın olası nedenlerinden biri, algıların neden ve nasıl oluştuğuna dair çalışmaların yetersizliğidir. Bu iki sorunun cevaplanması, algıları değiştirmenin neden zor olduğunu anlamaya ve algıların başarılı bir şekilde değiştirilmesi için gerekli mekanizmaların belirlenmesine yardımcı olabilir.

Popüler muhasebe algılarına ilişkin literatür, iki ana muhasebe stereotipini tanımlar (Carnegie & Napier, 2010). Bunlardan ilki “geleneksel muhasebeci” veya stereotipidir. Bu stereotipinin olumlu yönleri, “...dürüst ve güvenilir, para konusunda dikkatli, özenli, güvenilir, kibar ve iyi sözlü” olmalarıdır. (Carnegie & Napier, 2010, s364).

Bununla birlikte, olumsuz yönden, “geleneksel muhasebeciler” donuk, sıkıcı, paraya aşırı derecede odaklanmış, bilgiç ve perişandır. 1960'ların sonlarından bu yana, profesyonel muhasebe kuruluşları ve muhasebe firmaları, “...en iyi ve en parlak öğrencileri işe almak” (Smith & Briggs, 1999, s28), için “geleneksel muhasebeci” stereotipini değiştirmeye çalıştılar (Albrecht, W. S., & Sack, 2000 (Albrecht, W. S., & Sack, 2000) ; Dimnik & Felton, 2006).

İkinci büyük muhasebe stereotipi, “işletme uzmanı” (Carnegie & Napier 2010) ve “renkli muhasebeci” (Jeacle, 2008) olarak anılmıştır. Bu stereotipi, muhasebe mesleği tarafından “geleneksel muhasebecinin” olumsuz yönlerine karşı koymak için kullanılmıştır. Bu bağlamda, “iş profesyoneli”, “...yönetici ve hatta girişimcinin özelliklerine... itici, proaktif varlıktır” (Hopwood, 1994, s. 229). Bununla birlikte, muhasebecilerin “iş profesyonelleri” olarak modern stereotipi, kendi sahtekârlık ve saygınlık eksikliği damgasını taşır (Jeacle, 2008, s.1318). Enron gibi büyük kurumsal çöktüşlere dahil olan muhasebeciler, muhasebe mesleğinin “işletme profesyoneli” stereotipi olumlu bir şekilde yansıtma girişimlerini engellemiştir (Carnegie & Napier 2010).

Önemli sayıda araştırma, muhasebenin ve muhasebecilerin öğrenciler ve diğerleri arasında olumsuz bir imaja sahip olduğuna dair kanıt sağlar. Bougen (1994), “muhasebeci” ifadesinin tipik bir stereotipi olarak “çenesiz, gözlüklü, sinirli ve itici” imajını çağrıştırdığını ileri sürer. Zeff (1989), öğrencilerin muhasebeyi, kurala dayalı bir eğitim deneyimiyle sonuçlanan ezberlenecek kurallar koleksiyonlarından oluşan derslerle karakterize edildiğini keşfeder. Albrecht ve Sack (2000), muhasebe bölümünü seçen öğrenci sayısındaki düşüşün, muhasebecilerin ve onların çalışmalarının olumsuz stereotipinden kaynaklandığını öne sürmektedir.

Sonuç olarak muhasebecilere karşı oluşan olumsuz algının aşırı genelleştirme olduğu bulunmuştur. Bu da muhasebecilerin skor tutma aktivitesi algısından ve muhasebecilerin mevcut görevlerinin yansıtılmamasından elde edilmiştir. Muhasebe ve muhasebecilere karşı yaygın olan olumsuz stereotipilerin uzun dönemli çıkarımları belirlenmiştir. Bu olumsuz stereotipilerin sunduğu çıkarımlardan biri, muhasebe mesleğinin muhasebe için gerekli beceri ve yetenekten yoksun kişilere çekerek olumsuz algının kendini gerçekleştirmesine neden olacağıdır.

Muhasebe ve muhasebecilerin stereotiplerine ilişkin araştırmalar yapılmıştır, ancak boşluklar vardır. Yabancı dergilerde araştırmacılar, muhasebe ve muhasebecilere yönelik stereotiplere ve bu stereotipilerin doğruluğunu onaylamak için çok fazla araştırma yapılmış olsada, Türkçeye uyarlanmış bir ölçek yoktur.

Bu doğrultuda yürütülen bu çalışmayla, Saemann ve Crooker (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencileri arasında muhasebe mesleğinin algılarını ölçmek için geliştirilen ölçeğin Türk kültürüne uyarlanmasıyla elde edilen ölçek aracılığıyla, muhasebeci ve muhasebe stereotiplerini anlamamıza ve muhasebe ve muhasebecilere yönelik algılarını ve bu algıların doğruluğunu anlamamıza yardımcı olabilir.

1. AMAÇ

Bu çalışmayla (Pettigrew, 1986) Saemann ve Crooker (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencileri arasında muhasebe mesleğinin algılarını ölçmek için geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak Türk kültürüne uyarlanması ve öğrencilerin algılarıyla muhasebeci stereotiplerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma grubunu toplumun küçük bir kısmını temsil eden Konya ilinde Muhasebe dersi alan lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda toplumun diğer kesimlerinde muhasebeci stereotipleri algıları belirlenebilecektir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yaklaşımlarından tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama yöntemi geçmişten ve halen var olmaya devam eden bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır. Tarama, bir örnekleme çerçevesinden örneklenen öğelerin bir anket için uygun olup olmadıklarını belirlemek için değerlendirildiği süreçtir. İdeal olarak, örnekleme çerçevesinin tüm üyeleri uygun olacaktır, ancak uygunluk bilgileri genellikle çerçevenin oluşturulmasından önce mevcut değildir. Bu durumda, örnekleme çerçevesi, çerçevenin alt bölümlerine ayrılarak yalnızca uygun örnek üyeleri içerecek şekilde daraltılmalıdır.(Karasar, 2000, s:79). Potansiyel katılımcıların taranması, bir araştırma çalışmasına başarılı bir şekilde dahil edilmek için esastır. Bu, araştırma ekibinin bireyin çalışma için uygun bir aday olup olmayacağını belirleme sürecidir(McMillan ve Schumacher, 2006, s: 26).

2.1. Çalışma Grubu

Çalışma grubunu Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin farklı programlarında öğrenim gören daha önce muhasebe dersi almış ve gönüllülük esasına göre toplam 441 öğrenci öğrenci belirlenmiştir. Bu öğrencilerin üniversite ve bölümlere göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir. Ankete katılan öğrenciler seçilirken daha önce muhasebe dersleri almış olmasına dikkat edilmiştir.

Tablo 1 Çalışma Grubunun Üniversite ve Bölümlere Göre Dağılımı

Üniversite/Fakülte	Bölüm	n
Selçuk Üniversitesi	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetim	53
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	İşletme	220
	Uluslararası Ticaret ve Finansman	113
	İktisat	55
Toplam		441

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, 238'inin (% 54) kadın, 203'ünün (% 46'sının) erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 49.9, n = 220) işletme mezunudur. Ayrıca katılımcıların 282'sinin (% 63.9) çevresinde muhasebe alanında çalışan birileri vardır. Bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 2 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	238	54,0
Erkek	203	46,0
Bölüm		
İktisat	55	12,5
İşletme	220	49,9
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetim	53	12,0
Uluslararası Ticaret ve Finansman	113	25,6
Aile	57	12,9
Muhasebeci		
Akaraba	108	24,5
Tanıdık		
Arkadaş	76	17,2
Diğer	41	9,3
Yok	159	36,1

2.2. Türk Kültürüne Uyarlama Çalışmaları Geçerlilik

Ölçeklerin uyarlanması, yüksek metodolojik titizlik gerektiren karmaşık bir süreçtir. Literatürde ölçek uyarlama adımları hakkında bir fikir birliği yoktur. Uyarlanan ölçeğin doğrulanmasına ilişkin en önemli hususlar; açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi gibi istatistiksel prosedürlerle değerlendirilebilecek, aracın faktöriyel yapısına ilişkin bazı yönleri tartışılacaktır. Yazarlar farklı kültürlerde psikolojik araçların doğrulanması için bazı yönergeler sağlanmaktadır.

Bir ölçeğin veya başka bir ölçme aracının uyarlanmış formunun karşılaması gereken özellikler iki başlık altında toplanabilir. Öncelikle uyarlanmış olsun veya olmasın tüm ölçümlerin geçerlik, güvenilirlik, yasal açıdan uygunluk ile maliyet uygunluğu (kullanışlılık) şeklinde sıralanan temel standartları karşılaması gerekir. İkinci olarak, ölçme aracının uyarlanmış formu kaynak dil ile eşdeğer olmalıdır. Eşdeğerliğin sağlanması sadece anlamsal ve kavramsal açıdan kabul edilebilir düzeyde denk olan formlar oluşturulmasından ibaret değildir. Bunun yanında ölçme aracının uygulanmasına ilişkin işlemlerde de normatif denklik eksikliğinden kaynaklanabilecek problemlerin minimum düzeye indirilmesi gerekir.

Türk kültürüne uyarlama çalışmalarında öncelikle dil uyarlaması çalışması yapılmıştır. Uyarlama süreci mutlaka belli bir plan dâhilinde, sistematik olarak yapılmalıdır. Bu süreçte ilk olarak ölçeğin çeviri çalışması yapılmıştır. Anket çevirisinin amacı, kelimenin tam anlamıyla bir çeviri elde etmek değil, orijinal anketteki içeriğin özünü ve fikrini korumaktır. Bu hem bir çeviriyi hem de bir dilden diğerine ve bir kültürden diğerine kültürler arası bir uyarlamayı gerektirir. Çevrilmiş anketin yanlış anlaşılması ve hedef grubun anketin içeriğini alakalı bulup bulmadığı kontrol edilmelidir.

Çeviri süreci başlamadan önce, orijinal ankette İngiltere de sosyal psikoloji alanında doktorasını yapmış kişilerin görüşleri alınmış ve ardından anket revize edilmiştir. Çeviri sürecinde büyük ölçüde literatürde belirtilen yönergeleri takip edilmiştir.

Guthery ve Lowe (1992), tarafından en temel şekliyle, anket çeviri ve uyarlama çalışmaları için beş aşamayı içerdiği tekrarlı bir süreç kullanmışlardır. Bunlar aşağıdaki sıralamayı takip etmektedir.

- Çeviri; İki dilli bir araştırmacı kaynak dilde hazırlanmış ölçeği hedef dile çevirir.

- Çevirilerin karşılaştırılması; çevirmenler tercümelerinin hedef dilde en uygun ifadeyi kullanıp kullanmadığını veya orijinal formunu güvenilir bir şekilde yansıtmaya sağlayacak ifadeler kullanıp kullanmadığına bakılır (Geisinger, 1994, s.306).
- Geri çeviri; taslak ölçeği yeniden kaynak dildeki ölçek ifadelerini bilmeyen ikinci bir iki dilli bir araştırmacı, hedef dile çevrilmiş taslak ölçeği yeniden kaynak dile çevirir.
- Geri çevirinin karşılaştırılması; ölçeğin orijinal formu ile geri çevrilmiş kaynak dil formu karşılaştırılır. Orijinal formdaki ifadeler ile geri çeviri sonucunda elde edilen formdaki ifadeler arasında önemli farklılıklar varsa, tutarsızlıkları ortadan kaldırmak için hedef dilde düşünülen değişiklikleri içeren başka bir taslak ölçek hazırlanır. Orijinal form ile geri çevrilen formdaki ifadeler aynı olana veya sadece küçük farklılıklar içerene kadar işlem tekrarlanır.
- Uzmanlar ile değerlendirme; alanında uzmanlardan oluşan akademisyenlerin çevrilen dile uygunluğu konusunda görüşlerine başvurulur.

2.3. Dil Uyarlaması ve Uzman Görüşleri

Saemann ve Crooker (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencileri arasında muhasebe mesleğinin algılarını ölçmek için geliştirilen Muhasebeci Stereotipileri Ölçeğinin orijinali ilk aşama olarak, İngilizce ve Türkçe diline hakim Eğitim Fakültesi İngilizce bölümü akademisyenleri ile Türk Dili ve Edebiyatı bölümü akademisyenleri ve sosyal psikoloji ve muhasebe alanında çalışan akademisyenler tarafından birbirinden bağımsız olacak şekilde Türkçeye çevrilmiştir.

Ayrı ayrı akademisyenler tarafından yapılan çeviriler neticesinde, ortaya çıkabilecek bazı farklılıklar için 5 farklı alan uzmanlardan tekrar görüş alınıp, anlaşılabilirlik ve kültürel uygunluk kriterleriyle ilgili gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Bu aşamadan sonra dilimize çevrilen ölçeği, üç akademisyen tarafından Türkçeden tekrar özgün (kaynak) dile çevrilmiştir. Daha sonra, bu ölçek özgün ölçek ile karşılaştırılmış ve birbirleri ile olan tutarlılıkları incelenmiştir.

Son aşamada 3 uzman görüşüne sunulmuştur. Ölçekte yer alan yargı ifadelerinin, anlamsal (kelimelerin anlamları), açılarıdan geçerliliğine bakılmış ve bu amaçla hazırlanan uzman değerlendirme formu yardımıyla değerlendirme yapılması istenmiştir. Bu aşamada ölçeğin, hazırlanan uzman değerlendirme formları vasıtasıyla alanlarında uzman kişiler tarafından değerlendirilmesi sağlanmıştır. Söz konusu değerlendirme sürecinde, uzmanlar tarafından belirtilen görüşlerin nitel yargılardan, istatistiksel ve nicel bir sürece dönüştürülebilmesi amacıyla kapsam geçerlik oranları hesaplanmıştır (McGartland vd.,2003; Yurdugül, 2005)

Kapsam geçerliliği, bir aracın ölçülen yapı için uygun bir madde örneğine sahip olma derecesidir ve ölçek geliştirmede önemli bir prosedürdür. Kapsam geçerliği, bir ölçeğin ilgilenilen alanı ne kadar iyi örnekleyebildiğini ifade eder. Nunnally (1978)'in belirttiği gibi, "bazı ölçme araçları için geçerlilik öncelikle belirli içeriğin örnekleme yeteneğine bağlıdır" Kapsam geçerlilik indeksi (CVI), nicel değerlendirmede en yaygın kullanılır ve maddenin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için geliştirilmiştir (Haynes, Richard ve Kubany, 1995).

Bu amaçla hazırlan uzman değerlendirme formunda, ölçekte bulunan her bir soru için, "Çeviri tam karşılıyor", "Çeviri kısmen karşılıyor", "Çeviri karşılamıyor", şeklinde üçlü bir ölçek oluşturulmuştur. Uzmanlara isterlerse maddeler üzerinde de düzeltme yapabilecekleri belirtilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda uzmanlardan alınan uzman değerlendirme formlarında gerekli düzenlemeler yapılarak ölçeğe son hali verilmiştir. Uzman Değerlendirme Formu Formu 3 noktalı Likert tipi bir form olduğundan, her bir ögenin ortalamasının alabileceği maksimum değer 3'ür. 10 uzmanın görüşlerinin alındığı Uzman Değerlendirme Formundan elde edilen verileri değerlendirirken, 1.50 ve üzeri madde ortalama puanına sahip maddeler çeviri değişikliği olmadan ölçeğe dahil edilmiştir. Ortalama puanı 1.50'in altında olan maddeler, uzmanların görüşleri doğrultusunda düzeltilmiştir. Tablo 2'te UDF'dan elde edilen her bir maddenin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 2 Anket Maddelerinin İngilizce-Türkçe Çevirilerinin Uyum Dereceleri

Madde	Ortalama	Standart Sapma	Madde	Ortalama	Standart Sapma
1	2.67	0.02	19	2.67	0.02
2	2.63	0.13	20	2.83	0.15
3	2.67	0.02	21	2.92	0.23
4	2.55	0.44	22	2.94	0.06
5	2.83	0.15	23	2.67	0.36

6	2.83	0.15	24	2.82	0.27
7	2.67	0.52	25	2.75	0.06
8	2.83	0.15	26	2.83	0.15
9	2.75	0.06	27	2.55	0.44
10	2.88	0.15	28	2.92	0.23
11	2.70	0.19	29	2.83	0.15
12	2.43	0.36	30	2.67	0.02
13	2.92	0.23	31	2.58	0.11
14	2.58	0.11	32	2.93	0.15
15	2.67	0.02	33	2.81	0.16
16	2.85	0.31	34	2.80	0.19
17	2.91	0.18	35	2.79	0.21
18	2.87	0.17	36	2.84	0.22

Tablo 2 incelendiğinde hiçbir maddenin madde ortalama puanının 1.50'un altında olmadığı, madde ortalama değerlerinin 2.43 ile 2.94 arasında değerler aldığı görülmektedir. Bu nedenle ankette yer alan maddeler üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

2.4. Ölçeğin Yapı Geçerliliği ve Güvenilirliği

Geçerlik, ölçümlerin sistematik yanlışlıklardan arınlık derecesidir. Yapı geçerliği, gözlenebilir bir ölçümün gözlemleyen örtük değişkeni veya bu ölçümün temsil ettiği düşünülen yapıyı ne kadar iyi yansıtabildiğiyle alakalıdır. Ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi veri setine uygulanmadan önce veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett testiyle araştırılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi, verilerinizin Faktör Analizi için ne kadar uygun olduğunun bir ölçüsüdür. Test, modeldeki her bir değişken için ve tüm model için örnekleme yeterliliğini ölçer (Sharma, 1996). Bartlett'in varyansların homojenliği testi, tüm örnekler için varyansların eşit olduğunu test etmek için kullanılır (Çapri, 2006). Veri setine faktör analizi uygulanabilmesi için minimum KMO değerinin 0.60'nın üstünde olması ve Bartlett testinin anlamlı çıkması önerilmektedir (Pallant, 2001; Tabachnick ve Fidell, 2007). Ölçeğin faktör yapısı temel bileşenler analiziyle ve Varimax eksen döndürmesi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve Kaiser Meyer Olkin değeri .89 ve Bartlett testinin sonucu 706.066 bulunmuştur ($p < .05$).

Ölçeğin faktör yapısı ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi amacıyla, ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek amacıyla AFA ve DFA analizleri yapılmıştır. Bir ölçü yapıyı ele alırsa, boyutlar veya iç yapı da her iki kültürde aynı olmalıdır. Durumun gerçekte böyle olup olmadığının belirlenmesinde açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri kullanışlıdır. Açımlayıcı faktör analizi genellikle yeni bir ölçek geliştirilirken kullanılır, doğrulayıcı faktör analizi ise bilinen bir faktöriyel yapısı olan mevcut bir aracın çevrilmesinde kullanılır.

Açımlayıcı Faktör Analizi; kavramsal eşdeğerliliğin test edilmesi için açımlayıcı faktör analizi (AFA) kullanılması, kaynak ve hedef kültürlerdeki karşılaştırılabilir örneklemelerin yanıtlarının faktöriyel yapılarının karşılaştırılmasını gerektirir. Halbuki iki açımlayıcı faktör analizinin sonuçlarını karşılaştırmak için belirlenmiş kurallar veya istatistiksel testler bulunmamaktadır. Bu nedenle, ölçeklerin eşdeğer olup olmadığı araştırmacının kararıdır. Ancak Irvin ve Carroll (1980), bu kararı yönlendirecek bazı kriterler önermişlerdir.

Irvin ve Carroll'un koşulları sağlanmadığında, yaygın uygulama düşük veya uygun olmayan faktör yüküne sahip maddelerin çıkarılmasıdır. Ancak bu dikkatli bir şekilde yapılmalıdır. Araştırmacılar sorunun, yapılarını kavramsal eşdeğerliliğinin sağlanmasından değil; maddedeki anlamsal bir bozukluktan kaynaklandığına emin olmalıdır. Ayrıca araştırmacıların örneklem büyüklüklerinin yeterli olup olmadığını, dikkatli bir şekilde kontrol etmeleri gerekir. Böylece yapının bütün yönleri, ölçeğin hedef dildeki versiyonundan temsil edilmiş olur.

Ölçeğin faktör yapısı temel bileşenler analiziyle ve Varimax eksen döndürmesi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve Kaiser Meyer Olkin değeri .89 bulunmuştur. Analiz sonucunda özdeğeri birden büyük olan ve varyansın % 61.10'unu açıklayan 4 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ancak 6 maddenin faktör yüklerinin .32 değerinin altında olduğu görülmüştür. Bu maddeler çıkarılarak faktör analizi yinelenmiştir. Elde edilen sonuçlar varyansın % 62,63'ünü açıklayan ve .69 ile .87 arasında değişen faktör yüklerine sahip 4 faktörlü bir yapı elde edildiğini göstermektedir.

Elde edilen bu faktörler Esnek, Titiz, Eğlenceli, Dışa dönük olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı Esnek için .93, Titiz için .93, Eğlenceli için .87, Dışa dönük içinse .85 olarak

hesaplanmıştır. Ölçek maddelerinin faktör yükleri, elde edilen yapıların özdeğerleri ve açıkladığı varyans değerleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Ayrıca ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon değerleri çoklu korelasyon katsayısı ve madde silindiğinde elde edilecek Cronbach alfa değerleri de Tablo 4'te sunulmuştur. Elde edilen değerler ölçek maddelerinin hepsinin uygun aralıkta olduğunu göstermektedir.

Tablo 3 Muhasebeci Stereotipleri Ölçeği'nin Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	F1	F2	F3	F4	h ²
Yaratıcı çözümler üretir.	.815				.670
Farklı görüşlere açıktır.	.770				.600
Yeni fikirlere açıktır.	.767				.590
Yenilikçidir.	.757				.579
Değişkendir	.756				.575
Esnektir	.751				.573
Yeni çözümler üretir	.750				.564
Soyut kavramlardan hoşlanır	.746				.564
İçinde çeşitlilik olan işleri sever	.745				.558
Etkililiğe önem verir	.725				.528
Hayalleri ile hareket eder.	.721				.526
Hareketleri tahmin edilemeyen	.716				.521
Değişen koşullara uyum sağlayabilir.	.693				.503
Toplumla uyumludur.		.847			.728
İşin yapılış şekline odaklanır		.840			.736
Dinamiktir, coşkuludur.		.832			.701
Gerçeklere göre hareket eder.		.822			.683
Sayısal yetenekleri baskındır.		.798			.642
Pratiktir.		.790			.654
Ayrıntılara odaklanır		.747			.567
Titizdir.		.740			.549
Planlı hareket eder.		.702			.524
Eğlencelidir			.858		.744
Saygındır			.855		.743
İlgi çekicidir.			.821		.680
Heyecanlıdır			.819		.678
Toplum yararına çalışır				.868	.775
İnsan odaklıdır				.843	.727
Başkalarıyla etkileşim içinde olmayı sever				.793	.654
Dışa dönüktür.				.789	.652
Açıklanan Varyans	24.63	20.46	9.65	7.89	
Özdeğer	7.39	6.14	2.89	2.37	
Cronbach Alfa	.93	.93	.87	.85	

Tablo 4. Muhasebeci Stereotipleri Ölçeği'nin Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyon Değerleri, Çoklu Korelasyon Katsayısı ve Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach Alfa Değerleri

Maddeler	Madde Toplam Korelasyon Değerleri,	Çoklu Korelasyon Katsayısı	Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach Alfa Değerleri
Yaratıcı çözümler üretir.	.770	.658	.925
Yeni fikirlere açıktır.	.718	.574	.927
Farklı görüşlere açıktır	.722	.551	.927
Yenilikçidir.	.700	.558	.928
Değişkendir	.700	.544	.928
Esnektir	.700	.584	.928
Yeni çözümler üretir	.699	.542	.928
Soyut kavramlardan hoşlanır	.695	.509	.928
İçinde çeşitlilik olan işleri sever	.687	.545	.928
Etkililiğe önem verir	.671	.474	.929
Değişen koşullara uyum sağlayabilir	.636	.443	.930
Hareketleri tahmin edilemeyen	.666	.512	.929
Hayalleri ile hareket eder.	.669	.547	.929
Toplumla uyumludur.	.804	.701	.918
Dinamiktir, coşkuludur	.788	.655	.919
İşin yapılış şekline odaklanır	.808	.694	.918
Gerçeklere göre hareket eder.	.764	.611	.920
Sayısal yetenekleri baskındır	.740	.584	.922
Pratiktir.	.750	.579	.921
Ayrıntılara odaklanır	.685	.560	.925
Titizdir.	.667	.537	.926
Planlı hareket eder.	.664	.539	.926
Saygındır	.746	.583	.821
Eğlencelidir	.737	.573	.825
Heyecanlıdır	.704	.499	.838
İlgi çekicidir.	.696	.490	.843
Başkalarıyla etkileşim içinde olmayı sever	.660	.443	.827
İnsan odaklıdır	.717	.524	.802
Toplum yararına çalışır.	.750	.565	.788
Dışa dönüktür.	.650	.435	.831

Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA); kültürler arasında bahsi geçen ölçek parametrelerinin eş değerlerinin test edilmesinde kullanılan yöntemlerden en çok tercih edilenidir. Bu nedenle, doğrulamalı faktör analizinin amacı, verilerin varsayımsal bir ölçüm modeline uyup uymadığını test etmektir. Bu analiz yaygın olarak sosyal araştırmalarında kullanılır (Kline, 2010). Bir ölçeğin iki versiyonu faktöriyel yapıda genel olarak benzerlik gösteriyorsa ya da farklılıklar kuramsal veya mantıksal olarak savunulabiliyorsa, ölçeğin iki versiyonunun kavramsal olarak eşdeğer olduğu düşünülür. Genellikle bu bir açıklayıcı veya doğrulamalı faktör analizinde aynı sayıda faktörün (boyutun) elde edildiği ve aynı maddelerin aynı faktöre yüklendiği anlamına gelir (Preedy, V. R., & Watson, 2009). DFA ilk olarak Jöreskog (1969) tarafından geliştirilmiştir ve yapı geçerliliğini analiz etmek için eski yöntemlerin üzerine inşa edilmiştir. (Campbell & Fiske, 1959).

Bir öleceğim faktöriyel yapısı bir kültürde belirlendiyse, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) aynı faktöriyel yapının ölçeğin uyarlanan bir versiyonunda bulunup bulunmadığının belirlenmesinde kullanılabilir.

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile yeniden sınanmıştır. Bu çalışmada yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizde, en aygın olarak kullanılan model uyum indekslerinden şunlardır: Ki-kare istatistikleri (χ^2), İyilik Uyum indeksi (GFI), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI), Turker-Lewis indeksi (TLI). Ayrıca, model uyum göstergesi olarak ki-kare'nin (χ^2) serbestlik derecesine (df) bölünmesi ile elde edilen değer (χ^2/df) kullanılmıştır.

GFI (The goodness of fit index) Uyum İyiliği İndeksi; varsayılan model ile gözlemlenen kovaryans matrisi arasındaki uyumun bir ölçüsüdür. NFI (Normed Fit Index) Normlaştırılmış Uyum İndeksi; Bentler-Bonett NFI olarak da adlandırılır. 1'in mükemmel bir uyum olduğu 0 ile 1 arasında değişir. TLI (Turker-Lewis Index) lineer ortalama ve kovaryans yapısında yaygın olarak kullanılan sayısız artımlı uyum indekslerinden biridir. CFI (Comperative Fit Index) Karşılaştırmalı Uyum İndeksi; karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), model uyumunun ki-kare testinde bulunan örneklem büyüklüğü ve uyum indeksi problemleri düzenler. Ayrıca veriler ve varsayımsal model arasındaki uyumsuzluğu inceler. RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü; Hedefin, popülasyonun tam bir uyumdan ziyade modele yaklaşık veya yakın bir uyum sağlaması olduğu, genellikle büyük popülasyonlar için pratik olmayan istatistiksel modeller için uygunluk iyiliği ölçüsüdür (Kaplan DW, 2000).

Uyum indekslerinin değerlendirilmesinde takip eden ölçütler dikkate alınmıştır: χ^2/df oranının 3'ün altında olması (Tabachnick, B. G. & Fidell, 2007) ve GFI değerinin 0.90'dan büyük oluşu mükemmel uyumu gösterir (Sümer, 2000; Güngör, 2016). RMSEA değerinin %90 güven aralığında alabileceği değerin .05 ve daha küçük olması mükemmel uyumu gösterir. Ayrıca CFI .95 üzerinde olması mükemmel uyuma, ve NFI değerlerinin .90'ın üzerinde olması iyi uyuma işarettir (Sümer, 2000).

Sonuçlar verinin modelle iyi düzeyde uyum sağladığını göstermektedir (Kuzucu, 2008), $\chi^2(395, N = 414) = 706.066$, $p < .05$, ($\chi^2/df = 1.79$, GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 ve RMSEA = .04. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde gizil değişkenlerden gösterge değişkenlere giden tek yönlü oklara ait faktör yüklerinin de .66 ile .84 arasında değiştiği görülmektedir. (Tablo 5).

Tablo 5. Muhasebeci Stereotipleri Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	B	S.H.	C.R.	β
Yaratıcı çözümler üretir.	1,000			,770***
Farklı görüşlere açıktır.	,991	,060	16,580	,752***
Yeni fikirlere açıktır.	,862	,053	16,424	,743***
Soyut kavramlardan hoşlanır	,945	,058	16,247	,736***
Değişkendir	,920	,058	15,979	,726***
İçinde çeşitlilik olan işleri sever	,977	,052	18,620	,698***
Yeni çözümler üretir	,972	,061	16,058	,732***
Yenilikçidir.	,945	,060	15,739	,716***
Esnektir	,903	,057	15,761	,717***
Etkililiğe önem verir	,899	,060	15,028	,688***
Hayalleri ile hareket eder.	,931	,065	14,264	,658
Değişen koşullara uyum sağlayabilir	,874	,058	15,148	,693***
Hareketleri tahmin edilemeyen	,909	,061	14,809	,680***
Toplumla uyumludur.	1,000			,831***
İşin yapılış şekline odaklanır	1,050	,048	21,873	,853***
Dinamiktir, coşkuludur.	1,045	,051	20,629	,822***
Gerçeklere göre hareket eder.	,992	,050	19,861	,801
Sayısal yetenekleri baskındır.	1,010	,053	19,199	,783***
Ayrıntılara odaklanır	,770	,051	15,056	,781***
Titizdir.	,923	,048	19,124	,683***
Pratiktir.	,818	,043	18,972	,679***

Maddeler	B	S.H.	C.R.	β
Planlı hareket eder.	,764	,048	15,749	,656***
İlgi çekicidir.	1,000			,725***
Saygındır	1,213	,080	15,157	,793***
Eğlencelidir	1,245	,079	15,737	,837***
Heyecanlıdır	1,072	,078	13,821	,715***
Toplum yararına çalışır	1,000			,837***
Dışa dönüktür.	,975	,052	18,792	,825***
Başkalarıyla etkileşim içinde olmayı sever	,887	,052	16,902	,752***
İnsan odaklıdır	,940	,056	16,675	,743***

Güvenirlilik, bir yapıya ilişkin ölçümün tesadüfi hatalardan arınlık derecesini ifade eder ve bir yapının kendisi ile korelasyonu olarak düşünülebilir (S. Büyüköztürk, 2009). Bir testin ölçümlerinin aynı koşullar altında aynı konunun tekrarlanan testleri üzerinde tutarlı kalma derecesidir. Bir deney, aynı ölçümün tutarlı sonuçlarını veriyorsa güvenilirdir. Tekrarlanan ölçümlerin farklı sonuçlar vermesi güvenilir değildir. Ölçümde rastgele hata olmaması olarak da yorumlanabilir (Revelle & Condon, 2019).

Ölçeğin güvenirliliğini tespit etmek için Cronbach's alpha iç tutarlılık katsayısı, değerlerine bakılmıştır. Muhasebeci Stereotipleri Ölçeği'nin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı Esnek için .93, Titiz için .93, Eğlenceli için .87, Dışa dönük içinse .85 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç ölçeğin iç tutarlılığının kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir ve ölçekteki her maddenin ölçeğin bütünü ile uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu araştırmayla (Pettigrew, 1986) Saemann ve Crooker (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencileri arasında muhasebe mesleğinin algılarını ölçmek için geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenirlilik çalışmaları yapılarak Türk kültürüne uyarlanması ve Öğrencilerin algılarıyla muhasebeci stereotiplerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Ölçeğin Türkçeye uyarlanması çalışmasının ilk aşamasında ölçek İngilizce ve Türkçe diline hakim Eğitim Fakültesi İngilizce bölümü akademisyenleri ile sosyal psikoloji ve muhasebe alanında çalışan akademisyenler tarafından tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Tekrar akademisyenler tarafından yapılan çeviriler neticesinde, ortaya çıkabilecek bazı farklılıklar için uzmanlardan tekrar görüş alınıp ve gerekli düzenlemeler yapılarak çeviri işlemi tamamlanmıştır. Bu aşamadan sonra dilimize çevrilen Muhasebeci Stereotipleri ölçeği, üç akademisyen tarafından Türkçeden tekrar özgün (kaynak) dile çevrilmiştir. Her iki dilde bulunan ölçeklerin birbirleri ile olan tutarlılıkları incelenmiştir. Türkçeye çevrilen Muhasebeci Stereotipleri ölçeği, dil kurallara uygunluğunun değerlendirilmesi ve gerekli düzenlemelerin yapılması amacıyla, Türk Dili ve Edebiyatı konusunda uzman bir akademisyen tarafından incelenerek, gerekli görülen düzenlemeler yapılmıştır. Ölçek uyarlama sürecinin ikinci aşamasında ölçekte yer alan yargı ifadelerinin, anlamsal (kelimelerin anlamları), açılardan geçerliliğine bakılmış ve bu amaçla hazırlanan uzman değerlendirme formu yardımıyla değerlendirme yapılması istenmiştir. Bu aşamada ölçeğin, hazırlanan uzman değerlendirme formları vasıtasıyla alanlarında uzman kişiler tarafından değerlendirilmesi sağlanmıştır.

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış ve KMO .82 ve Barlett testi χ^2 değeri ise (395, N=441) 706.066 ($p < .05$) olarak anlamlı düzeyde olduğu bulunmuştur. Ayrıca toplam varyansın % 62.63'unu açıklayan, orijinal ölçekteki gibi, dört faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Orijinal ölçekten farklı olarak faktör maddeleri farklı dağılmışlardır. Ancak dilsel, kültürel ve toplumsal değişkenliklerden dolayı, kaynak ve hedef formda böyle bir farklılığın oluşması beklenen bir durumdur. Bu nedenle faktör adları dağılan maddelere göre yeniden adlandırılmıştır. Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) uyum indekslerine bakıldığında GFI = .90, NFI = .91, TLI = .96, CFI = .96 ve RMSEA = .04 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenirliliğini belirlemek için yapılan toplam iç tutarlılık katsayısının Esnek alt boyutunun .93, Titiz alt boyutunun .93, Eğlenceli alt boyutunun .87, Dışa dönük alt boyutunun .85, olduğu ve ölçeğin iç tutarlılığa sahip olduğu bulunmuştur. Düzeltilmiş madde toplam puan korelasyonları .63 ile .81 arasında değişmektedir.

Muhasebeci Stereotipleri Ölçeği'nin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı Esnek boyutu için $\alpha = .93$, Titiz Boyutu için $\alpha = .93$, Eğlenceli boyutu için $\alpha = .87$, Dışa Dönük boyutu içinse $\alpha = .85$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar benzer bir ölçek aracının kullanıldığı Saemann ve Crooker'ın (1999) çalışması için 0.71 ile 0.81 aralığı, Worthington ve Higgs (2003) çalışması için 0.41 ile 0.84 aralığı, Byrne ve Willis (2005) çalışması için 0.64 ile 0.89 aralığı, Sugahara, Hiramatsu ve Boland (2009) çalışması için 0.73 ile 0.86 aralığı,

Wessels ve Steenkamp (2009) çalışması için, 0.67 ila 0.81 aralığı ve Baxter ve Kavanagh (2012) çalışması için 0.67 ila 0.8 aralığı olarak ilgili yazarlarla tarafından bildirilenlerle olumlu şekilde karşılaştırılır. Bu sonuçlar ölçeğin tüm boyutlarının güvenilir değerler aldığını göstermektedir (Şencan, 2005; Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E., 2007; Durmuş, B., Yurtkoru, E., Çinko, 2013; Yuping Liu, 2003; Büyüköztürk, B., 2017).

Sonuç olarak Muhasebeci Stereotipileri Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması için yapılan AFA ve DFA sonuçlarında ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçme aracı olduğu belirtilebilir. Kullanımı kolay, pratik ve kısa sürede uygulanabilen bir ölçek olması avantaj olarak değerlendirilebilir. Ölçeğin uyarlanmasına yönelik sınırlılıkla değerlendirildiğinde; ölçek sadece daha önce muhasebe dersi almış üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinde incelenmiştir. Ayrıca ölçeğin araştırmacı tarafından yüz yüze uygulanması, ölçeğin uyarlanmasına yönelik sınırlılıklar olarak değerlendirilebilir. Ölçeğin daha sonra yapılacak çalışmalarda toplumun diğer kesimleri üzerinde de geçerlik ve güvenilirliğinin incelenmesi yerinde olacaktır. Ayrıca bu çalışmada öğrencilerin algılarıyla muhasebeci stereotipileri ortaya çıkarılmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda toplumun diğer kesimlerinde muhasebeci stereotipileri algıları belirlenebilir.

Çalışmanın bulgularına dayanarak uygulayıcılar ve araştırmacılar için öneriler ise; bu çalışmada araştırmacı tarafından uyarlanan ve geliştirilen ölçeğin yüz yüze uygulanması, ölçeği cevaplayan kesimden gelebilecek soruların cevaplandırılması tavsiye edilebilir. Bu şekilde, ölçeği cevaplayan kesimin ölçek maddelerini daha iyi anlaması sağlanmış olacaktır. Ayrıca araştırma kapsamında uyarlanan ve geliştirilen ölçeğin kullanıldığı başka gruplarla yapılan çalışmalarda, toplumda Muhasebeci Stereotipileri Nelerdir? sorusunun cevabı alınmış olacaktır.

KAYNAKLAR

- Albrecht, W. S., & Sack, R. J. (2000). Accounting education: Charting the course through a perilous future. Sarasota, FL: American Accounting Association, 16.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (5. baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Azevedo, R. F. L. (2010). A percepção pública sobre os contadores: bem ou mal na foto? Universidade de São Paulo. <https://doi.org/10.11606/D.12.2010.tde-28102010-165136>
- Baxter, P., & Kavanagh, M. (2012). Stereotypes Students' Perceptions and Inherent Creativity: Further Australian Evidence. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 6(5). <https://doi.org/10.14453/aabfj.v6i5.6>
- Bougen, P. D. (1994). Joking apart: The serious side to the accountant stereotype. *Accounting, Organizations and Society*, 19(3), 319–335. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(94\)900396](https://doi.org/10.1016/0361-3682(94)900396)
- Büyüköztürk, S. (2009). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (23. baskı). İstanbul: Pegem Akademi.
- Byrne, M., & Willis, P. (2005). Irish secondary students' perceptions of the work of an accountant and the accounting profession. *Accounting Education*, 14(4), 367–381. <https://doi.org/10.1080/06939280500346003>
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2), 81–105. <https://doi.org/10.1037/h0046016>
- Çapri, B. (2006). Tükenmişlik ölçeğinin Türkçe uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 62–77. <https://doi.org/10.17860/EFD.24817>
- Carnegie, G. D., & Napier, C. J. (2010). Traditional accountants and business professionals: Portraying the accounting profession after Enron. *Accounting, Organizations and Society*, 35(3), 360–376. <https://doi.org/10.1016/J.AOS.2009.09.002>
- Dimnik, T., & Felton, S. (2006). Accountant stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. *Accounting, Organizations and Society*. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2004.10.001>
- Durmuş, B., Yurtkoru, E., Çinko, M. (2013). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi (5. baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Friedman, A. L., & Lyne, S. R. (2001). The beancounter stereotype: Towards a general model of stereotype generation. *Critical Perspectives on Accounting*. <https://doi.org/10.1006/cpac.2000.0451>
- Geisinger, K. F. (1994). No Title. Cross-cultural normative assessment: Translation and adaptation issues influencing the normative interpretation of assessment instruments, 6(4), 304–312. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.6.4.304>
- Güngör, D. (2016). Psikolojide ölçme araçlarının geliştirilmesi ve uyarlanması kılavuzu. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(38), 104–112.
- Guthery, D., & Lowe, B. A. (1992). Translation problems in international marketing research. *Journal of Language for International Business*, 4(1), 1–14.
- Hamilton, D. L. (1981). Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior (ss. 333-353.).
- Haynes, S. N., Richard, D. C. S., & Kubany, E. S. (1995). Content validity in psychological assessment: A functional approach to concepts and methods. *Psychological Assessment*, 7(3), 238–247. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.7.3.238>
- Holland, J. (1973). Making vocational choices: A theory of careers. *Journal of School Psychology*. [https://doi.org/10.1016/0022-4405\(74\)90056-9](https://doi.org/10.1016/0022-4405(74)90056-9)
- Hopwood, A. G. (1994). Accounting and everyday life: An introduction. *Accounting, Organizations and Society*, 19(3), 299–301. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(94\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0361-3682(94)90037-X)
- Irvine, S.H., & Carroll, W. K. (1980). Testing and assessment across cultures: Issues in methodology and theory. (H. C. T. & J. W. Berry, Ed.), *Handbook of cross-cultural psychology* (C. 2). Boston: Allyn & Bacon.
- James, D. Y. E. R., Vedlitz, A., & Worchel, S. (1989). Social distance among racial and ethnic groups in Texas: Some demographic correlates. *Social Science Quarterly*, 70(3), 607.
- Jeacle, I. (2008). Beyond the boring grey: The construction of the colourful accountant. *Critical Perspectives on Accounting*. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2007.02.008>
- Jöreskog, K. G. (1969). A general approach to confirmatory maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 34(2), 183–202. <https://doi.org/10.1007/BF02289343>
- Kaplan DW. (2000). *Structural Equation Modeling: Foundations and Extensions*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Karasar, N. (2000). Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Kavramlar, İlkeler, Terimler (10. baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* ((3rd ed). New York: Guilford Press.
- Kuzucu, Y. (2008). Duygusal farkındalık düzeyi ölçeğinin uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(29), 51–64.
- Lippmann, W. (1992). *Public Opinion* (1st Editio). Routledge.
- Mackie, D. M., Hamilton, D. L., Susskind, J., & Rosselli, F. (1996). *Social Psychological Foundations of Stereotype Formtions*. İçinde Stereotypes and stereotyping.

- McGartland Rubio, D., Berg-Weger, M., Tebb, S.S., Lee, E.S., & Rauch, S. (2003). No Title. *Social Work Research*, 27(2), 94–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/swr/27.2.94>
- McMillan, J. H., & Schumacher. (2006). Evidence-based inquiry. *Research in education*, 6(1), 26–42.
- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual*. Maidenhead, PA: Open University Press.
- Pettigrew, T. F. (1986). The Intergroup Contact Hypothesis Reconsidered. *İçinde Social Psychology and Society: Contact and Conflict in Intergroup Encounters*.
- Preedy, V. R., & Watson, R. R. (2009). *Handbook of Disease Burdens and Quality of Life Measures*. New York: Springer.
- Revelle, W., & Condon, D. M. (2019). Reliability from α to ω : A tutorial. *Psychological Assessment*, 31(12), 1395–1411. <https://doi.org/10.1037/pas0000754>
- Russell, K. a, Kulesza, C. S., Albrecht, W. S., & Sack, R. J. (2000). Charting the course through a perilous future. *Management Accounting Quarterly*.
- Saemann, G. P., & Crooker, K. J. (1999). Student perceptions of the profession and its effect on decisions to major in accounting. *Journal of Accounting Education*, 17(1), 1–22. [https://doi.org/10.1016/S0748-5751\(99\)00007-X](https://doi.org/10.1016/S0748-5751(99)00007-X)
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. New York: J. Wiley.
- Smith, M., & Briggs, S. (1999). From bean-counter to action hero: Changing the image of the accountant. *Management Accounting*.
- Stangor, C., & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. *Stereotypes and stereotyping*. <https://doi.org/10.1177/102425899700300306>
- Sugahara, S., Hiramatsu, K., & Boland, G. (2009). The factors influencing accounting school students' career intention to become a Certified Public Accountant in Japan. *Asian Review of Accounting*, 17(1), 5–22. <https://doi.org/10.1108/13217340910956487>
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar Ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49–74.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5. baskı). Boston: Allyn & Bacon.
- Wessels, P. L., & Steenkamp, L. P. (2009). An investigation into students' perceptions of accountants. *Meditari Accountancy Research*, 17(1), 117–132. <https://doi.org/10.1108/10222529200900008>
- Worthington, A. C., & Higgs, H. (2003). Factors explaining the choice of a finance major: the role of students' characteristics, personality and perceptions of the profession. *Accounting Education*, 12(3), 261–281. <https://doi.org/10.1080/0963928032000088831>
- Yuping Liu. (2003). Developing a Scale to Measure the Interactivity of Websites. *Journal of Advertising Research*, 43(207–116). <https://doi.org/10.1017/S0021849903030204>
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *İçinde XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi*, 23-25 Eylül.
- Zeff, S.A. (1989). Does accounting belong in the university curriculum. *Issues in accounting education*, 4(1), 203–210.