



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*

The

TINI- SOS

International

New

Issues

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

*The International New Issues in Social Sciences*

*International Scientific Refereed Journal since 2015*

Year: 2024 Winter Volume: 12 Number: 2

ISSN: 2149-4266

eISSN: 2645-9140



*The International New Issues in Social Sciences*

*issn: 2149-4266, e-issn: 2645- 9140 Year 2024 Winter - Volume 12, Number 2*



TINI- SOS

*The International New Issues In SOcial Sciences*

ii



*The International New Issues in Social Sciences*

*issn: 2149-4266, e-issn: 2645- 9140 Year 2024 Winter - Volume 12, Number 2*

TINI- SOS

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



TINI- SOS

Year: 2024 Winter  
Volume: 12 Number: 2

iii

**Editör:** Prof. Dr. Orhan Çağlayan

**Index**



”ACARINDEX A S O S  
, indeks,

**DergiPark**  
AKADEMİK

**İletişim:**

Editor: kucuktr@hotmail.com

Journal: tinissues@hotmail.com

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

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

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



*The International New Issues in Social Sciences, (tini-SOS), issn: 2149-4266, e-issn: 2645-9140, Year 2024 Winter - Volume 12, Number 2*



### **Yayın Kurulu/ EditorialBoard**

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

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

Dr. Elşen Bağırzade (Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi/ **Azerbaycan**)

Dr. Öğr. Üyesi Maiya Myrzabekova (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/  
**Türkiye**)

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

Prof. Dr. Orhan ÇAĞLAYAN (Bursa Teknik Üniversitesi/ **Türkiye**)

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

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

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

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

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





### **Hakem Kurulu/ Board of Referees**

- Doç. Dr. Abdülkadir Kırbas (Erzurum Teknik Üniversitesi/Türkiye)
- Prof. Dr. Abdülkadir Tuna (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Ahmet Mutlu Akyüz (Gümüşhane Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Ahmet Oğuz (Karabük Üniversitesi/Türkiye)
- Dr. Akram Karimov (Taşkent Maliye Enstitüsü/ Özbekistan)
- Prof. Dr. Alaattin Kızıltan (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)
- Doç. Dr. Ali Konak (Karabük Üniversitesi/Türkiye)
- Prof. Dr. Atılhan Nakdiyok (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Ayhan Karakaş (Bartın Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Ayberk Şeker (Bursa Teknik Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Bener Güngör (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)
- Assoc. Prof. Binali Mamoev (Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi/Kırgızistan)
- Prof. Dr. Birdoğan Baki (Karadeniz Teknik Üniversitesi/Türkiye)
- Doç. Dr. Üyesi Bülent Yıldız (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Cüneyd İkbâl Sarioğlu (Kocaeli Üniversitesi/ Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Culus Ganiyev (Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan)
- Prof. Dr. Dilaver Düzgün (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)
- Dr. Elşen Bağırzade (Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi/Azerbaycan)
- Doç. Dr. Fahri Maden (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)
- Doç. Dr. Faruk Dayı (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)
- Prof. Dr. Fatma Zehra Tan (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Fehim Bakırcı (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)
- Dr. Gülzira Zhaxyglova (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)
- Prof. Dr. Hayrettin Kesgingöz (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi/Türkiye)



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

- Prof. Dr. Hilmi Yüksel (Dokuz Eylül Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Hüseyin Karamelikli (Karabük Üniversitesi/ Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi İlker Kocamaz (Marmara Üniversitesi/Türkiye)  
Prof. Dr. İsmail Demir (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. İstiklâl Yaşar Vural (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kerem Karabulut (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Mahmut Tekin (Selçuk Üniversitesi/ Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Maiya Myrzabekova (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/  
Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmetgali Saribekov (Dulati Taraz Devlet  
Üniversitesi/Kazakistan)  
Prof. Dr. Mehmet Topal (Amasya Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Metin Bayrak (Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan)  
Doç. Dr. M. İhsan Çubukçu (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Muammer Zerenler (Selçuk Üniversitesi/Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Muharrem Avcı (Kastamonu Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Muhsin Halis (Kocaeli Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Murat Nişancı (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Nazım Kartal (Sinop Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Niyazi Gümüş (Bolu İzzet Baysal Üniversitesi/Türkiye)  
Prof. Dr. Orhan Çağlayan (Bursa Teknik Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Osman Demirdöğen (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Doç. Dr. Ozodbek Karamatov (Onursal Üye/ Kazakistan)  
Prof. Dr. Ömer Faruk İşcan (Atatürk Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Ömer Selçuk Emsen (Atatürk Üniversitesi/Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Nasuhi Şahin (Bakırçay Üniversitesi/Türkiye)  
Prof. Dr. Ramazan Erturgut (Akdeniz Üniversitesi/ Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Reza Ranjpour (TebriZ Üniversitesi/İran)  
Doç. Dr. Üyesi Recep Özdirek (Kastamonu Üniversitesi/Türkiye)  
Doç. Dr. Salih Memiş (Giresun Üniversitesi/ Türkiye)  
Prof. Dr. Selami Özcan (Yalova Üniversitesi/Türkiye)



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

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





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

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

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

### **Derginin Kapsamı**

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

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







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

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

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

### Scope of the Journal

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

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





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

Committee on Publication Ethics (COPE) standartlarına dikkat edilmektedir.

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

uygun şekilde tasarlanarak etik olarak onaylanmalıdır.

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

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

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

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

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

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

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

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

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





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

Committee on Publication Ethics (COPE) standards are observed.

xi

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

properly designed and ethically approved.

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

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

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

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

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

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

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

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

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





### TINI-SOS Yazı Yayın Koşulları

1. The International New Issues in Social Sciences (tini-SOS dergisi, uluslararası hakemli bir dergi olup yıllık olarak basılı ve elektronik ortamda yayınlanmaktadır (<https://dergipark.org.tr/tinisos>). Makaleler Türkçe, İngilizce veya Rusça dillerinde gönderilebilir.
2. tini-SOS dergisine gönderilen yazılar, daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere başka bir basılı/elektronik mecraaya sunulmamış olmalıdır. Böyle bir durumun tespiti halinde süreç iptal edilir. Makale sunum ücreti iade edilmez.
3. Makaleler, yazarlar tarafından dergipark üzerinden sisteme girilmelidir. Dergi editörlüğü ile makale sunum ve değerlendirme süreçlerine ilişkin tüm iletişim, mail üzerinden gerçekleştirilmelidir. Sistemde aksilik yaşanması halinde ([kucuktr@hotmail.com](mailto:kucuktr@hotmail.com)) adresine e- posta gönderilmelidir. Telefonla bilgi verilmez.
4. tini-SOS dergisine sunulan makaleler öncelikle şekil ve içerik yönünden ön incelemeye tabi tutulmakta, uygun bulunan makaleler en az 2 hakeme sunulmaktadır.
5. tini-SOS 'a gönderilen makalelerin hakemlik sürecine girip girmeyeceği iki hafta içinde sonuçlandırılır. Ön inceleme sonucunda iade edilmesine karar verilen makalelere ait makale sunum bedeli iade edilir.
6. Yayın Kurulu tarafından incelenen makalelere uygun bulunduğu takdirde hakem/ler tayin edilmektedir. Hakem/ler'den gelen raporlar doğrultusunda, makalenin yayınlanmasına, rapor çerçevesinde yazar/lar'dan düzeltme, ek bilgi ve kısaltma istenmesine veya yayınlanmamasına karar verilmekte ve bu karar yazar/lar'a bildirilmektedir.
7. Gönderilen yazılar 1 satır aralıklı, paragraf aralığı önce 0 nk sonra 6 nk, tablo ve şekillerle birlikte en çok 25 sayfa, A4 veya A5 olmayıp özel boyut 16x24 cm sayfası boyutunda, üstten ve alttan 3 cm., soldan ve sağdan 2 cm. boşluk olmalıdır. Yazı 10 puntoda, özet 9 punto ve Palatino Linotype, sola yaslı, Türkçe font kullanılarak hazırlanmalıdır. Şekil şartlarına veya dergi içeriğine uymayan yazılar ön inceleme sonrasında tini-SOS Dergisince hakemlere gönderilmeden yazar/lar'a iade edilir.
8. TINI'ya gönderilen makalelerin şekil, grafik ve tabloların derginin belirttiği formata uygun olması gereklidir. Dipnotlar, grafikler ve tablolar





olabildiğince atıf yapılan sayfada veya hemen devamında yer almalıdır. Metne konan tablolar yazılım programı çıktısı olarak konmamalı, sonuçları yazar/lar kendileri tablo haline getirmelidir. Grafik, şekil ve tablolar dergi yazım boyutunda olmalıdır.

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

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

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

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

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

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

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





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

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

Çağlayan, Orhan (2023) Lojistik İlkeleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

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

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

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

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

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

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

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

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





- Dumlu, Emrullah, (2010), "İslam'ın İlk Dönemlerindeki Uygulamalar Ekseninde Kamusal Bir Gelir Olarak Zekât", **Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 33, 91- 116.
- Şimşek, Selami (2005), "Keşanlı Süleyman Zâfi ve XVIII. Asırda Celvetîlik", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güllüpunar, Hasan (2010), "Halkla İlişkiler Sosyal Sorumluluk İlkesi: Kamu Kuruluşları Yaklaşımı Bakımından Konya Büyükşehir Belediyesi Örnekleri", **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**, 1(1), <http://sbedergi.gumushane.edu.tr/sayi1ocakk.html>, (12.12.2011).
- Yayla, Yıldızhan (1991), "Anayasa" **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi** içinde, 3, (164-194), İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2011), **T.C. Resmi Gazete**, 6111, 25 Şubat 2011.
- Kılıç, Adem - Şafak, Burhan Asaf (Yapımcı), Kılıç, Adem (Yönetmen) (2011), **Sümela'nın Şifresi Temel**, Türkiye: Üçgen Yapım Evi.
18. Makale sunum bedeli 2024 yılı için 500 TL olup makalenin dergiye gönderildiği anda hesaba aktarılması gerekmektedir. TINI'ya gönderilen ve hakemlik sürecine giren makalelerin sunum ücreti, makale yayımlansın- yayımlanmasın iade edilmez.
19. Makalelerde dile getirilen düşüncelerden yazarları sorumludur.
20. Dergide yayımlanması kabul edilen ve yayımlanan yazıların yazılı ve elektronik ortamda tüm yayın hakları TINI'ya aittir. Sadece kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.
21. Tini-SOS dergisinin basılan her sayısı o ilde hizmet veren yerel kütüphane aracılığıyla Kültür ve Turizm Bakanlığına sunulmakta ve dönüşümlü olarak üniversite kütüphanelerine gönderilmektedir.





### TINI-SOS Editorial Terms

1. The International Journal of New Issues in Social Sciences (tini) is an international referee journal published in print and electronic media annually published (<https://dergipark.org.tr/tinisos>). Articles can be sent in Turkish, English and Russian.
2. Articles submitted to timbre magazine should not have been published anywhere before and submitted to any other printed/electronic media for publication. If such a situation is determined, the process is cancelled. Article presentation fee is non-refundable.
3. Articles must be entered into the system by the authors through Dergipark. All communication regarding the journal editorial and article submission and evaluation processes should be done via e-mail. In case of any problems in the system, an e-mail should be sent to (tinissues@hotmail.com or kucuktr@hotmail.com). No information is given over the phone.
4. Articles submitted to tini journal are subject to preliminary review primarily in terms of shape and content, and articles found appropriate are presented to at least 2 referees.
5. It is concluded within two weeks whether the articles submitted to Tini will enter the refereeing process. As a result of the preliminary examination, the price of the article presentation for the articles decided to be returned is returned.
6. If the articles reviewed by the editorial board are found to be appropriate, the referee/s are appointed. In accordance with the reports from the referee/s, it is decided that the article will be published, the author/s will be asked for correction, additional information and shortening within the framework of the report or it will not be published and this decision will be notified to the author/s.
7. 1 line spacing, paragraph spacing before 0 nk after 6 nk, tables and shapes with up to 25 pages, A4 or A5 not special size 16x24 cm page size, 3 cm from the top and bottom, from left and from the right 2 cm. there should be space. Writing 10 Punto, abstract 9,5 Punto Palatino Linotype, left-leaning, should be prepared using Turkish font. Articles that do not comply with the terms of the form or the content of the Journal are returned to the authors/s without being sent to the referees by Tini Journal after the preliminary







examination.

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

xvii

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

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

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

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

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

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

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





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

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

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

Çağlayan, Orhan (2023) *Lojistik İlkeleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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

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

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

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

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

18. The article presentation cost is TL 500 for the year 2024 and should be taken into account as soon as the article is sent to the journal. The presentation fee of the articles submitted to Timi and submitted to the refereeing process shall not be refunded until the article has been published.

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

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





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





## CONTENTS

Year: 2024

Winter

Volume: 12

Number: 2

xxi

Articles and Authors/Makaleler ve YazarlarPages/Sayfalar

Merve Küçüksipahioğlu ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Hassas Taban Teorisi ile İş-Aile Çatışması İlişkisi: Kamu Sektörü Üzerine Bir Araştırma</b> (The Relationship Between Sensitive Base Theory and Work Family Conflict: A Research on Public Sector)	73-94
Omar M. Elramalli ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Relationship Between Entrepreneur Healthcare with Entrepreneurship and Entrepreneurial Trend: A Small Industrial Site Applaction</b> (Girişimci Sağlık Hizmetinin Girişimcilik ve Girişimcilik Eğilimi ile İlişkisi: Bir Küçük Sanayi Sitesi Uygulaması)	95-114
Selami Özcan, Çiğdem Korkut ve Bayram Deniz ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Hizmetkâr Liderliğin Çalışan Sessliliğine Etkisi</b> (The Impact of Servant Leadership on Employee Voice)	115-132





## CONTENTS

Year: 2024

Winter

Volume: 12

Number: 2

Articles and Authors/Makaleler ve YazarlarPages/Sayfalar

Ali Kaya ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Content Analysis of Graduate Theses Made in The Field of Education of The Concept of Atom in Turkey</b> (Türkiye’de Atom Kavramının Eğitimi Alanında Yapılmış Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi)	133-158
Necati Çakır ve Ramazan Nacar ( <i>Araştırma makalesi</i> ) <b>Dijital Pazarlama ve Hizmet Kalitesi için Yapay Zekâ Kullanımı: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma</b> (The Use of Artificial Intelligence for Digital Marketing and Service Quality: A Study in the Aviation Sector)	159-186



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



Hassas Taban Teorisi ile İş-Aile Çatışması İlişkisi: Kamu Sektörü Üzerine Bir Araştırma

Merve Küçüksipahioğlu  
Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi  
merve\_kucuksipahi@hotmail.com  
Orcid: 0000-0002-9172-5132

Year: 2024 Winter  
Number: 12  
Volume: 2  
pp: 73-94

Makalenin Geliş Tarihi: 15/10/2020  
Kabul Tarihi: 23/12/2024  
Makalenin Türü: Araştırma makalesi  
Doi: 10.5281/zenodo.14540388 <https://zenodo.org/records/14540388>

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





## Hassas Taban Teorisi ile İş-Aile Çatışması İlişkisi: Kamu Sektörü Üzerine Bir Araştırma

Merve Küçüksipahioğlu

### Öz

Hassas taban teorisi, kadınların duygusallık ve anne olma güdülerine dayanarak eşine, çocuklarına ve ailesine olan sevgisinden dolayı yönetim kademelerine mesafeli yaklaşımları olarak ifade edilmektedir. İş-aile çatışması ise; bireyin aynı anda iki yahut daha çok rol üstlenmesi durumunda rollere uyum sağlamanın zorlaşması ve birey üzerinde baskı oluşması sonucu ortaya çıkan gerilim durumudur.

Bu çalışmanın amacı, hassas taban teorisi ile iş aile yaşam çatışması arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışmanın evrenini Kastamonu ilinde kamu sektöründe çalışan kadınlar oluşturmaktadır. Çalışmanın verileri anket (yüz yüze anket) yöntemi ile toplanarak SPSS 23.0 istatistik programında analiz edilmiştir. Araştırmada faktör analizi ardından korelasyon analizi yapılarak bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, kadınların yönetici olma istek düzeyleri ile iş-aile çatışmaları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Elde edilen bulguların yönetim yazınına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hassas taban teorisi, iş-aile çatışması, kamu sektörü

**Jell Kodu:** M12

### The Relationship Between Sensitive Base Theory and Work Family Conflict: A Research on Public Sector

#### Abstract

The sensitive base theory is expressed as women's distancing from managerial positions due to their love for their family, spouse and children based on their emotional and maternal motives. Work-family conflict, on the other hand, is a state of tension that arises as a result of the difficulty of adapting to roles and pressure on the individual when the individual assumes two or more roles at the same time. The purpose of this study is to reveal the relationship between the sensitive base theory







and work-family life conflict. The population of the study consists of women working in the public sector in Kastamonu province. The data of the study were collected by questionnaire (face-to-face survey) and analyzed in SPSS 23.0 statistical program. Factor analysis followed by correlation analysis was used to reach the findings. Factor analysis followed by correlation analysis was used to reach the findings. According to the findings obtained from the research, it was found that there is a significant positive relationship between women's level of desire to be managers and work-family conflicts. The findings are expected to contribute to the management literature.

**Keyword:** Sensitive Base Theory, Work-Family Conflict, Public Sector

## 1. Giriş

Dünyada ve Türkiye’de son yıllarda yaşanan toplumsal değişimler her alanda olduğu gibi toplum, toplum içinde aile, aile içinde ise kadına yönelik incelemeleri gerekli kılmıştır (Aktaş, 2013: 55). Günümüzde değişen çevre koşulları kadınların iş yaşamındaki yerini güçlendirmekte, sosyal, kültürel ekonomik olarak yaşamlarını birçok yönde etkilemektedir (Gürol ve Marşap, 2007: 104). Geleneksel toplumdaki değerler modern toplumlarda da varlığını devam ettirdiğinden kadınlar aile içinde önemli bir konumda yer almakta, iyi bir anne ya da olmak önem taşımaktadır (Aktaş, 2013: 54).

Kadınlar, çalışma yaşamlarına katılırken ve yönetim kademelerine yükselirken birçok engelle karşılaşmaktadır. Bu engeller toplumun kültürel ve yapısal özellikleriyle ilişkilidir (Besler ve Oruç, 2010: 18). Kadınlar çalışma yaşamında genellikle cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmakta, ailevi rolleri ve sorumluluklarından dolayı çalışma yaşamında yükselme olanakları kısıtlanmaktadır. Kadınlara yönelik olarak yapılan cinsiyet ayrımcılığı cam tavan olarak adlandırılmaktadır. Cam tavan, kadınların örgütlerde yönetim kademelerine ilerlemelerinin önünde duran engeller olarak tanımlanır (Seçer, 2009: 42). Cam tavan kavramından hareketle geliştirilen hassas taban teorisi, cam tavan kavramını tamamen reddetmemekle birlikte, kadınların yönetici pozisyonlarında erkekler kadar yer almayacaklarını, ailelerine daha fazla zaman ayırabilme istekliliklerini değerlendirir. Hassas taban teorisi, kadınların çocuklarına, eşine ya da ailesine olan bağlılıklarından ve güçlü sevgisinden dolayı yönetim kademelerine mesafeli yaklaşımları olarak ifade edilmektedir (Küçük, 2019: 697).

Kadınların duygusal yönlerinin daha güçlü olması, iş ve aile





sorumluluklarının fazla olması kadınların kariyer yaşantılarının incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmada yeni bir teori olarak geliştirilen hassas taban teorisi ile kadınların iş-aile çatışmaları arasındaki ilişki incelenerek, kadınların yönetim kademelerine yaklaşım düzeyleri belirlenmek istenmiştir.

## 2. Teorik Çerçeve

Kadın işgücünün toplumdaki yeri tarihsel olarak incelendiğinde, sanayi devrimi kadınlar için dönüm noktası olarak kabul edilir. Sanayi devriminden önce kadınlar geleneksel olarak rollerinin dışına çıkamamışlardır. Kadınlar annelik vasfından dolayı çalışma yaşamında hep geri planda kalmıştır. Özellikle erkek egemen olan toplumlarda kadın doğası gereği evin bakımı, düzeni ya da çocuk bakımından sorumludur. Sanayi devrimi ile işçi statüsünde çalışmaya başlayan kadınlar ekonomik yaşamın içinde yer almıştır (Yılmaz ve Zoğal, 2015: 8). Çalışma yaşamında yer almaya başlayan kadınların hem ev hem de işyerlerindeki rolleri artmıştır. Özellikle Dünya Savaşları boyunca ve sonrasında yaşanan işgücü eksikliği sebebi ile erkekler tarafından boşalan işlerin kadınlar tarafından yapılması, kadınların iş yaşamında daha fazla yer almalarını sağlamıştır. Zamanla teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, sosyal, kültürel anlamda yapılan değişiklikler, hukuki gelişmeler ve sektörlerde yaşanan değişimler kadınların çalışma yaşamında yer almasına olanak tanımıştır (Yorgun, 2010: 170-171).

Kadınlar her ne kadar çalışma yaşamında yer alsın da geçen 20. yüzyılda çalışma yaşamı erkeklerin egemenliğinde yaşanmıştır. Türkiye’de ve dünyada nüfusun yarısını kadınlar oluşturmasına karşın iş yaşamında kadınlar erkeklerden daha düşük oranda yer almıştır. Kadınları işgücüne katılması ile birçok sorun beraberinde gelmiş ve kadınların yönetim kademelerine yükselmelerini engellemiştir (Çetin ve Atan, 2012: 124). Cinsiyete dayalı işbölümü ve uzmanlaşmanın olması, toplumsal değer ve normlar gibi faktörlerin kadınların işgücüne katılımlarında önemli rol oynamıştır (Adak, 2007: 140-141).

Kadınların annelik, eş, çocuk, yaşlı bakımı gibi temel sorumluluk alanları vardır. Bu sorumlulukların yanında iş ve işe yönelik sorumlulukları da bulunmaktadır (Oskay, 1994: 123-124). Kadınların işlerinde fazla mesai yapmaları, ücretlerinin düşük olması ve aşırı iş yükünden dolayı iş yorgunluğu yaşamaları ya da çalışma koşullarının zor olması iş yaşamında





bazı problemlere sebep olmaktadır (Pekel, 2019: 36). İş hayatı ile aile hayatını dengelemeye çalışan kadınlar bu süreçte rol çatışması (Oskay, 1994: 123-124), sorumluluklarını yerine getirirken üzerinde baskı hissetmesi, yaşamında çelişkilerin olması gibi belirsiz durumlar yaşamakta bu durum kadınların iş ile aile arasında çatışması yaşanmasına sebep olabilmektedir (Adak, 2007: 144).

### **A. Hassas Taban Teorisi**

Hassas taban teorisi, kadınların annelik güdülerine ve ailesine, eşine ve çocuklarına karşı olan sevgisinden dolayı evine daha fazla zaman ayırabileceği, daha az mesai harçayabileceği işleri tercih etmesi ve bu sebeple yönetim kademelerine mesafeli yaklaşımları durumunu ifade eder. Diğer bir ifade ile kadınların his dünyasının ve duygusallığının erkeklerle göre daha hassas olması yönetim kademelerinde karar alma süreçlerinde duygu yoğunluğunun fazla olabileceği ve bunun ileri dönemlerde devam edebileceği düşüncesi ile kadınların yönetim görevinde istekli olmamalarıdır. Kadınların ev, aile ve çocuklara yönelik sorumlulukları teorinin hassas yönünü oluşturmaktadır (Küçük vd., 2018: 2-3).

### **B. İş-Aile-Yaşam Çatışması**

Çalışma hayatı ve aile, bireyin yaşamında en önemli alanı oluşturur. Aile, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşıladığı ve bireylerin ilk olarak sosyalleşmelerinin gerçekleştiği en önemli kurumdur. İş yaşamı ise, bireylerin toplumsal ve ekonomik ihtiyaçlarını karşıladığı bir diğer önemli alanı oluşturur. Bireylerin iş ve aile yaşamlarındaki roller sürekli olarak etkileşim içindedir. Herhangi birinde meydana gelebilecek olumlu yahut olumsuz bir durum diğerini kolayca etkilemektedir. Bu sebeple çalışma ve aile hayatı arasında denge sağlanması gerekir. Bu denge sadece birey için değil, aynı zamanda bireyin ait olduğu örgüt ve aile içinde önemlidir (Seval, 2017: 187). Bu dengenin sağlanması bireylerin işteki verimliliklerini artırır, işe devamsızlıklarını azaltır ve örgüte olan bağlılığı artırır (Kapız, 2002: 141). Ev, aile ve iş yaşamı arasında dengenin sağlanamaması durumunda bireyin iş yaşamında aksaklıklara sebep olabilir bu durum bireyde çatışmaya, performans kaybına sebebiyet verebilir (Vaydanoff, 1988: 751)





## İş-Aile Çatışması

İş-aile çatışması, kişilerin iş hayatı ve aile hayatında üstlendiği rollerinin karşılıklı olarak uyumsuz olması, üstlenilen bir rolün diğer rolün gerçekleştirilmesini engellemesi ile ortaya çıkmaktadır (Çarıkcı ve Çelikkol, 2009: 156). İşe yönelik aile çatışması, bireylerin iş yükümlülüklerinin aile sorumluluklarının gerçekleştirilmesini engellemesidir (Bragger vd., 2005: 307). Bireyler her iki rolün görevlerini aynı anda yerine getiremez. Bu yüzden bir rolde harcanan zaman diğer rol için kullanılamaz. İş ve aile rollerinin psikolojik olarak birbirine taşınması, bireylerin psikolojik durumlarını ve rollerdeki performansını etkilemekte ve çatışmaya sebep olabilmektedir (Vaydanoff, 1988: 749).

## Aile-İş Çatışması

Aile-iş çatışması, bireylerin aile sorumluluklarının, çalışma yükümlülüklerinin yerine getirilmesini engellemesi durumunda ortaya çıkmaktadır (Turgut, 2011: 158). Bu çatışma türünde ailesel talepler iş sorumlukları ile çatışabilmektedir. Bu çatışma türüne örnek olarak, bireyin çocuğunun bakımı ya da aile bireylerinin hastalanması durumu bireyin işe bağlılığını etkileyebilir. Bu durum aile-iş çatışmasına sebep olmaktadır (Yüksel, 2005: 304).

## 3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, hassas taban teorisi ile iş aile yaşam çatışması arasındaki bir ilişki olup olmadığını belirlemek, varsa bu ilişkinin yönü ve şiddetini ortaya koymaktır.

Yazın incelendiğinde, iş aile çatışması üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Hassas taban teorisi üzerine yapılan çalışmalar ise sınırlıdır. Daha önce hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında ilişkiyi inceleyen bir çalışmanın olmaması, bu konuda yazında bir boşluk olması sebebiyle, bu çalışmanın gelecekteki araştırmalara temel oluşturması ve kamu kurumlarında gerçekleştirilmesi ile de bu ilişkinin kamu sektöründe nasıl olduğunun belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır.

## 4. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmanın ana kütesini Kastamonu il merkezindeki kamu kurumlarında çalışan kadınlar oluşturmaktadır. Sosyal Güvenlik Kurumunun verileri incelendiğinde ulaşılan en güncel veriler 2022 yılı istatistikleridir.





İstatistiklere göre Kastamonu ilinde kamu sektöründe çalışan kadın sayısı 6.904'tür (SGK, 2022). 2024 Aralık ayı itibariyle çalışan sayısının yaklaşık olarak 7.000 civarı olabileceği değerlendirilmektedir.

Ana kütlenin tespitinin zor olduğu durumlarda ana kütleyle en iyi şekilde yansıtacak kolayda örneklem yöntemi ile örneklem büyüklüğü 245 olarak belirlenmiştir (Erdoğan ve Yazıcıoğlu, 2014: 89). İl merkezinde bulunan kamu kurumlarına 250 adet anket formu dağılmış olup 176 kadın çalışandan veriler elde edilmiştir.

Araştırmada verilerin elde edilmesinde yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Kadınların hassas taban teori algılarının ölçülmesinde Küçük (2018) tarafından geliştirilen Kadın Kariyerinde Hassas Taban ölçeği (Küçük, 2020: 30), iş-aile yaşam çatışma düzeylerinin belirlenmesinde ise Netemeyer, Boles ve McMurrian (1996) tarafından geliştirilen ve Efeoğlu (2006) tarafından Türkçeye çevrilen İş-Aile Yaşam Çatışması ölçeği kullanılmıştır. Her iki ölçek de 5'li Likert şeklindedir (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum). Elde edilen veriler SPSS 23.0 istatistik programında analiz edilmiştir.

## 6. Araştırmanın Modeli

Benshina (2019) Üniversitede çalışan kadınlar üzerine yaptığı hassas taban teorisini incelediği çalışmada kadınların çalışma yaşamında farklı engellerle karşılaştığı bunun yansira kadınlık içgüdüğü ile farklı alanlara yönlendirildiği sonucuna ulaşmıştır.

Çaha (2018) Türkiye'nin 12 ilindeki 102 hastanede kadınların cam tavan sorunu yaşayıp yaşamadığını araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre hastanelerde bariz bir cam tavan sorununun bulunduğu, hastanelerde çalışan kadınların oranı erkeklerden daha yüksek olmasına rağmen, yönetim kademesinde kadınlardan daha fazla erkek bulunduğu, bunun nedeninin hastanede çalışma koşullarının, sosyal ilişkilerin ve kişisel tercihlerin olduğu bulgulanmıştır.

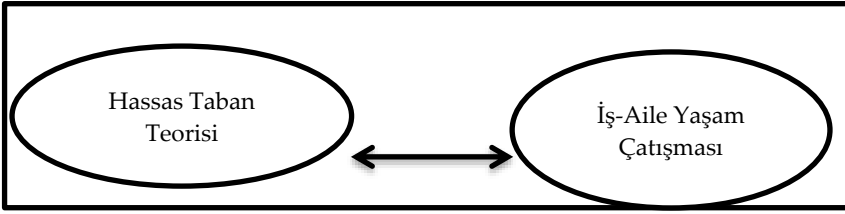
Kolade ve Kehinde (2013) Nijerya inşaat sektöründe cam tavan ve kadınların kariyer gelişimi üzerinde yaptıkları çalışmada kadınların gerekli yetkinlik, eğitim ve deneyime sahip olmalarına rağmen sektöre girişlerde ve kariyerlerinde engelle karşılaştıkları gözlemlenmiştir.





Schueller-Weidekamm ve Kautzky-Willer (2012), Avusturya'nın Viyana kentinde sağlık sisteminde liderlik pozisyonunda bulunan ve en az bir çocuğu olan tüm kadınlarla kariyer gelişimi açısından cinsiyetin avantaj ve dezavantajları, kadın liderliğinin güçlü ve zayıf yönleri ve iş-yaşam dengeleri hakkında araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada iş-yaşam dengesini etkileyen farklı faktörler belirlenmiş ve uygun çözümleri gerçekleştirmek için kariyer stratejileri geliştirilmiştir. Araştırma sonucunda kadınların kariyer gelişimlerine ara sıra odaklanabildikleri, çocukların bakımının zaman alması, aile yaşamı sorumluluğu gibi kariyer gelişiminin önündeki engeller olduğu görülmüştür.

Yazındaki çalışmalardan hareketle araştırmada yer alan hassas taban teorisi ile iş-aile yaşam çatışması değişkenlerini içeren model Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’de görülebildiği gibi bu araştırmada, hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasındaki ilişki incelenmiştir.

Hassas taban ölçeği, 11 ifadeden, iş-aile çatışması ölçeği ise 10 adet ifadeden oluşmaktadır.

## 7. Araştırmanın Hipotezleri

Lee Siew Kim ve Seow Ling (2001) yaptıkları çalışmada Singapur’daki kadın girişimciler arasında iş-aile çatışmasını incelemişlerdir. 102 kadın girişimci üzerinde yaptıkları çalışmada, kadınların iş stresi, zaman ve aile istekleri gibi sorumluluklarının iş-aile çatışması üzerinde etkili olduğunu bulgulamışlardır.

Çarıkçı vd. (2010) çalışmalarında Türkiye’de yönetici kademelerinde çalışan kadınların çatışma düzeylerinin şahsi ve ailevi özellikleri bakımından farklılık gösterip göstermediğini incelemişlerdir. Kadın yöneticiler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada kadın yöneticilerin iş aile çatışması





yaşamadıkları, bunun sebebi olarak ev ve aile sorumluluklarını dengelemek için yakınlarından destek aldıkları bulgusuna ulaşmışlardır.

Shakil Ahmad vd. (2011) çalışmalarında Pakistan’da iki şehirde bankacılık sektöründe çalışan kadınların iş yaşam çatışmaları incelenmiştir. 76 kadın çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada kadınların finansal ihtiyaçlarının, işyeri ortamının, aile sorumluluklarının iş-yaşam çatışması üzerinde etkili olduğu bulgulamışlardır.

Küçük vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada hassas taban teorisi ölçeği geliştirilmiş ve konu incelenmiştir.

Canal (2018) tarafından yapılan çalışmada hassas taban teorisinin kadınların çocuk sahibi olma, medeni durum, çocukların yaşları ve çalıştıkları sektör değişkenleri açısından farklılıkları araştırılmıştır. Kamu ve özel sektörde 80 kadın çalışandan elde edilen veriler sonucunda, hassas taban teorisinin çocuk sahibi olma ve medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği, çocukların yaşları ve çalıştıkları sektör açısından anlamlı farklılıkların olmadığı tespit edilmiştir.

Küçük vd. (2019) üniversitede çalışan kadınlar üzerinde yaptıkları çalışmada hassas taban teorisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu amaçla yüz yüze anket yöntemiyle 40 kadından veriler elde etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, kadınların yönetici olma istek düzeylerinin orta ve üzeri biçimde olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Benshina (2019) çalışmasında hassas taban teorisini Ankara’da kamu ve özel iki üniversitede çalışan kadınlar üzerinde incelemiştir. 45 kadın üzerinde yaptığı araştırmada kadınların yöneticilik görevlerinde istekli olmadıkları bulgusuna ulaşmıştır.

Tin (2019) kadınların annelik rollerinin iş yaşamında yöneticilik basamaklarına olan bakış açılarına nasıl etkisi olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Kastamonu ilinde kamu kurumlarında çalışan kadınlar üzerinde yaptığı çalışmada kadınların yönetici olma istek düzeylerinin kontrol değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmadığı, kadınların annelik içgüdüğü ve çocukları ile daha fazla vakit geçirebilmek için yönetici kademelerinden uzak durdukları bulgusuna ulaşmıştır.

Yazındaki çalışmalardan hareketle, hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında bir ilişki olabileceği değerlendirilmiştir. Araştırmada test edilmek





üzere aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

**H1:** Hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

## 7. Analiz

Araştırmada verilerin analizinde SPSS programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin sonucunda ilk olarak araştırmaya katılan bireylerin demografik bulgularına yer verilmiştir. Ardından ölçeklere yönelik faktör analizi, güvenilirlik analizi ve korelasyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

### 7.1. Araştırmanın Demografik Bulguları

Araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgileri tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Demografik verilere ilişkin bulgular

Eğitim Durumu	Sayı	%	Bulunan Kurumda Çalışma Süresi	Sayı	%
Lise	29	16,5	4 yıldan az	50	28,4
Ön lisans	17	9,7	4-8 yıl	50	28,4
Lisans	78	44,3	9-12 yıl	34	19,3
Yüksek Lisans	22	12,5	13-16 yıl	13	7,4
Doktora	30	17,0	17 yıl ve üzeri	29	16,5
Toplam	176	100,0	Toplam	176	100,0
Yaş	Sayı	%	Kurumdaki Görev	Sayı	%
25 yaşa kadar	3	1,7	İdari	71	40,3
25-34 yaş	82	46,6	Akademik/Öğretmen	50	28,4
35-44 yaş	66	37,5	Yardımcı Hizmetler	31	17,6
45 yaş ve üzeri	25	14,2	Teknik Personel	24	13,6
Toplam	176	100,0	Toplam	176	100,0
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Sayı	%	Meslekte Toplam Çalışma Süresi	Sayı	%
Çocuğum var	121	68,8	1-5 yıl	45	25,6
Çocuğum yok	15	8,5	6-10 yıl	44	25,0
Toplam	136	77,3	11-15 yıl	33	18,8
Genel Toplam	176	100,0	16-20 yıl	23	13,1







Çocuk Yaşı	Sayı	%	21 yıl ve üzeri	31	17,6
1-6 yaş	58	33,0	Toplam	176	100,0
6-17 yaş	37	21,0	<b>Medeni Durum</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
18 yaş ve üzeri	28	15,9	Evli	131	74,4
Toplam	123	69,9	Bekâr	45	25,6
Genel Toplam	176	100,0	Toplam	176	100,0

Tablo 1'e göre, bireylerin % 44,3'ü (78 kişi) lisans, %17'si (30 kişi) doktora, %16,5'i (29 kişi) lise, % 12,5'i (22 kişi) yüksek lisans, %9,7'si (17 kişi) ön lisans mezunudur. Katılımcıların % 46,6'sı (82 kişi) 25-34 yaş, % 37,5'i (66 kişi) 35-44 yaş, %14,2'si (25 kişi) 45 yaş ve üzeri, %1,7'si (3 kişi) 25 yaş aralığındadır. Katılımcıların %74,4'ü (131 kişi) evli, % 25,6'sı (45 kişi) bekârdır. Katılımcıların %68,8'inin (121 kişi) çocuğu sahibi olduğu, %8,5'inin (15 kişi) çocuk sahibi olmadığı bulgulanmıştır. Çocukların yaşları incelendiğinde, % 33'ünün (58 kişi) 1-6 yaş aralığında, %15,9'unun (28 kişi) 18 yaş ve üzerinde olduğu, %21'inin (37 kişi) 6-17 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %40,3'ü (71 kişi) idari, %28,4'ü (50 kişi) akademik/öğretmen, %17,6'sı (31 kişi) yardımcı hizmetler, % 13,6'sı (24 kişi) ise teknik personelden oluşmaktadır. Katılımcıların bulunulan kurumda çalışma süreleri incelendiğinde %28,4'ü (50 kişi) 4 yıldan az, aynı oranda %28,4'ü (50 kişi) 4-8 yıl, %16,5'i (29 kişi) 17 yıl ve üzeri, % 19,3'ü (34 kişi) 9-12 yıl, %7,4'ü (13 kişi) 13-16 yıl çalışmaktadır. Meslekteki toplam çalışma süreleri incelendiğinde, %25,6'sı (45 kişi) 1-5 yıl, %25'i (44 kişi), 6-10 yıl, %18,8'i (33 kişi) 11-15 yıl, %17,6'sı (31 kişi) 21 yıl ve üzeri, % 13,1'i (23 kişi) 16-20 yıl ve üzeri sürede çalışmaktadır.

## 7.2. Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda hassas taban ölçeğine ilişkin faktör analizi ve güvenirlilik analizi bulguları Tablo 2'de, iş-aile çatışma ölçeğine ilişkin faktör analizi ve güvenirlilik analizi bulguları Tablo 3'de yer almaktadır.





**Tablo 2.** Hassas taban ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları

Hassas Taban Faktörleri	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans Açıklama Oranı %	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO Değeri
1. Fakülte bitirmesine rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,617	4,260	38,723	,841	3,7273	,799
2. Belli bir uzmanlığı, sertifika ve yetkinliği olmasına rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,574				3,5341	
3. Çalışabilir işi olmasına rağmen bir işte çalışmayıp eviyle ilgilenen kadınlar erkeklerden daha çoktur.	,577				3,5170	
4. Evle ilgili sorumlulukları nedeniyle kadınlar erkeklere göre part time çalışmaya daha isteklidir.	,599				3,6648	
5. Kadınlar erkeklere göre daha erken emekli olmaya isteklidir.	,604				3,8182	
6. Kadınlar erkeklere göre evde zaman geçirmeye daha isteklidir.	,612				3,5455	
7. Kadınlar erkeklere göre çocuklarıyla birlikte zaman geçirmeye isteklidir.	,585				4,0852	
8. Yöneticiliğın yoğun mesai ve sorumluluk gerektirmesi nedeniyle kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.	,685				3,1307	



9. Yönetici olarak alacağı kararlardan duygusal anlamda daha fazla etkileneceği (empati yapacağı) için kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.	,588				2,7955	
10. Yöneticiler seyahat ve toplantılar nedeniyle ev dışında daha fazla zaman geçireceklerinden kadınlar erkeklere göre yönetici olmaya daha az isteklidir.	,667				3,1477	
11. Evli, çocuklu kadınlar, bekâr veya çocuksuz kadınlara göre yönetici olmaya daha az istekli olabilir.	,718				3,3750	
Bartlett Küresellik Testi	Genel Ortalama (X)			3,48		
	Ki kare			954,071		
	Sd			55		
	P			,000		

Yukarıdaki Tablo 2’de hassas taban teorisi ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları yer almaktadır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ,799 olarak bulunmuştur. Değerin 0.50 üzerinde olması araştırma verilerinin anlamlı faktörlere sahip olduğunu ve çalışma örnekleminin yeterli olduğunu göstermektedir (Küçük, 2014: 194). Hassas taban ölçeği tek faktör ile birlikte % 38,723 toplam varyansla açıklandığı görülmüştür. Öz değeri 4,260 bulunmuştur. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alfa değerinin ,841 olduğu tespit edilmiştir. Cronbach Alfa değerinin  $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$  arasında bir değer olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük, 2014: 195).

Tablo 2’ye göre kadınların hassas taban teorisine yaklaşımlarının yani yönetici olma eğilimlerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir ( $X=3,48$ ). Hassas taban ölçeğine ilişkin ifadelerin ortalaması en yüksek olan ifadeyi incelediğinde kadınların çocuklarıyla zaman geçirmeleri konusunda





erkeklerle oranla daha fazla istekli oldukları görülmektedir ( $X=4,08$ ). En düşük ortalamaya ait ifadeyi incelediğinde kadınların yönetici olduklarında alacağı kararlarda duygusal yönlerinin ağır basacağı bu sebeple erkeklerle oranla yönetici olma konusunda isteklerinin az olduğu ifadesinin düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir ( $X=2,79$ )

**Tablo 3.** İş-aile çatışması geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları

İş-Aile Çatışması Faktörleri	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans Açıklama Oranı %	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO Değeri
1. Ailemin gereksinimleri iş yaşamımı olumsuz olarak etkiliyor.	,772				2,5568	,915
2. Ev yaşantımın gereksinimleri nedeniyle işimle ilgili çalışmalarımı sonraya bırakmam gerekiyor.	,798				2,5170	
3. Aileme karşı sorumluluklarım nedeniyle işimle ilgili yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.	,903			,932	2,5227	
4. Aile yaşantım işe zamanında gitmek, günlük iş sorumluluklarımı yerine getirmek ve fazla mesaiye kalmak gibi işimle ilgili sorumluluklarımı olumsuz olarak etkiliyor.	,951	7,555	75,549		2,5455	
5. Aile yaşantımın yarattığı gerginlik ve yük işimle ilgili görevlerimi yapma becerimi olumsuz olarak etkiliyor.	,892				2,3977	
6. İş sorumluluklarım aile ve ev yaşantımı olumsuz olarak etkiliyor.		,715		,900	2,7443	





7. İşimin aldığı zaman aileme karşı sorumluluklarımı yerine getirmemi zorlaştırıyor.		,911				2,9091	
8. İşimin gereksinimleri nedeniyle evde yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.		,911				3,0000	
9. İşimin yarattığı gerginlik ve yük nedeniyle aile yaşantıyla ilgili yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.		,722				2,8466	
10. İş sorumluluklarım nedeniyle aileme ilgili planlarımı değiştirmek zorunda kalıyorum.		,807				3,0000	
Bartlett Küresellik Testi	Genel Ortalama			2,70			
	Kı Kare			1377,265	87		
	Sd			45			
	P			,000			

Yukarıdaki Tablo 3’de iş- aile çatışması ölçeğine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları yer almaktadır. Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri ,915 bulunmuştur. Değerin 0.50 üzerinde olması araştırma verilerinin anlamlı faktörlere sahip olduğunu ve çalışma örnekleminin yeterli olduğunu göstermektedir (Küçük, 2014: 194). İş-aile çatışması iki faktör ile birlikte % 75,549 toplam varyansla açıklandığı görülmüştür. Öz değeri 7,555 bulunmuştur. Ölçeğe ilişkin genel güvenilirlik değerinin ,841 olduğu tespit edilmiştir. Alt boyutlara ilişkin güvenilirlik değerleri incelendiğinde aile-iş çatışması boyutu ,932, iş-aile çatışma boyutu ise ,900 olarak bulunmuştur. Cronbach Alfa değerinin  $\alpha \leq 0.80$  üzerinde bir değer olması ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (Küçük, 2014: 195).

Tablo 3’e göre, kadınların iş-aile çatışması düzeylerinin orta düzeyde olduğu





görülmektedir ( $X=2,70$ ). İş-aile çatışmasına ilişkin ifadelerin ortalaması en yüksek olan ifadeyi incelediğinde kadınların çalışma yaşamındaki sorumlulukları nedeniyle evde yapmak istedikleri şeyleri yapamamaları ( $X=3,00$ ) ve yine aynı şekilde çalışma yaşamındaki sorumlulukları nedeniyle ailesi ile ilgili planları değiştirmek zorunda oldukları görülmüştür. ( $X=3,00$ ). İş-aile çatışmasına ilişkin ifadelerin ortalaması en düşük olan ifade incelendiğinde kadınların aile yaşantısında yaşadığı gerginlik ve evde iş yükünün fazla olması iş yaşamında görevlerini yapma becerilerini olumsuz etkilediği yönünde olduğu görülmektedir ( $X=2,39$ ).

### 7.3. Korelasyon Analizi

Hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı arada ilişki varsa bu ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4.** Korelasyon analizi bulguları

Değişkenler		Hassas Taban Teorisi	İş- Aile Çatışması
Hassas Taban	Pearson Korelasyon	1	,286**
	P		,000
	N	176	176
İş-Aile Çatışması	Pearson Korelasyon	,286**	1
	P	,000	
	N	176	176
**p< 0.01			

Tablo 4’deki korelasyon analizi sonuçlarına göre hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkinin ,286 değerinde olduğu görülmektedir. Güven aralığının ( $p< 0.01$ ) %99 olması ile anlamlı pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. “Hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında ilişki vardır” biçiminde kurulan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

### 8. Sonuç

Hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında ilişkinin ortaya konulmaya





çalışıldığı çalışmada kamu sektöründe çalışan kadınların yaş, medeni hal, eğitim durumu, çocuğa sahip olma ve kurumdaki görevlerine ilişkin temel nitelikleri üzerinde durulmuştur. Kadın çalışanlara ilişkin veriler belirlendikten sonra kadın çalışanların yönetici olma istek düzeyleri ve iş-aile çatışması boyutlarına ilişkin değerlendirmeler ortaya konulmuştur. Daha sonra, kadınların yönetici olma istek düzeyleri ile iş-aile yaşam çatışması arasında bir ilişkinin olup olmadığı saptanmıştır.

Çalışmada, hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kadın çalışanların yönetici olma istek düzeyleri arttıkça iş-aile çatışma düzeylerinin artacağı, yönetici olma istek düzeyleri azaldıkça iş-aile çatışmalarının azalacağı söylenebilir. Kadınların yönetici olma istek düzeyleri ile iş-aile çatışma düzeylerinin orta düzeyde olduğu bulgulanmıştır. Daha önce de belirtildiği üzere kadın çalışanların erkeklere göre hem iş hem de ailevi sorumluluk alanlarının fazla olması yönetici kademelerine mesafeli yaklaşımlarına sebep olabilir. Artan sorumlulukların işi ile ailesi arasında denge kurmaya çalışan kadınların iş-aile yaşam dengesi kurmasını zorlaştıracığı ve çatışmaya sebep olabileceği söylenebilir.

## 9. Tartışma

Çalışmada kadınların yönetici olma istek düzeylerinin ve iş-aile yaşam çatışma düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Kadınların hem iş hem de ailevi sorumluluklarının fazla olması, evi ve çocuklarıyla daha fazla vakit geçirmek istemeleri ve bu sebeple yönetim kademelerine mesafeli olmaları ve daha erken emekli olmaya istekli oldukları görülmüştür. Yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde;

Küçük vd. (2018) tarafından yapılan ölçek geliştirme çalışmasında kadınların yöneticilik basamaklarına mesafeli yaklaştığı bulgulanmıştır.

Küçük vd. (2019) üniversitede çalışan kadınlar üzerinde yaptıkları çalışmada hassas taban teorisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu amaçla 40 kadından veriler elde etmişlerdir. Analiz sonuçları bu çalışma ile benzer şekilde kadınların yönetici olma istek düzeylerinin orta ve üzeri biçimde olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Canal (2018), kamuda ve özel sektörde çalışan kadınlar üzerine yaptığı araştırmada bu çalışma ile benzer şekilde kadınların yönetici olma istek düzeylerinin orta düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Hassas taban teorisini





destekleyecek şekilde kadın çalışanların yönetim kademelerine mesafeli yaklaşıtları sonucuna ulaşmıştır.

Benshina (2019) çalışmasında hassas taban teorisini Ankara’da kamu ve özel iki üniversitede çalışan kadınlar üzerinde incelemiştir. Yaptığı araştırmada kadınların yöneticilik görevlerinde istekli olmadıkları bulgusuna ulaşmıştır.

Schueller-Weidekamm ve Kautzky-Willer (2012), Avusturya’nın Viyana kentinde sağlık sisteminde liderlik pozisyonunda bulunan ve en az bir çocuğu olan tüm kadınlarla kariyer gelişimi açısından cinsiyetin avantaj ve dezavantajları, kadın liderliğinin güçlü ve zayıf yönleri ve iş-yaşam dengeleri üzerine yaptıkları araştırmada bu çalışma ile benzer şekilde kadınların kariyer gelişimlerine ara sıra odaklanabildikleri, çocukların bakımının zaman alması, aile yaşamı sorumluluğu gibi kariyer gelişiminin önündeki engeller olduğu görülmüştür.

Purwanto (2020) Endonezyada kadın çalışanlar üzerinde yaptığı araştırmada iş-aile çatışmasının iş tatmini ve çalışan performansı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, iş-aile çatışmasının iş tatminini olumsuz yönde ve önemli ölçüde etkilediğini bulgulamışlardır. Bulgular ayrıca iş-aile çatışmasının kadın çalışanların performansı üzerinde doğrudan önemli bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymuştur.

Tin (2019) kadınların annelik rollerinin iş yaşamında yöneticilik basamaklarına olan bakış açılarına nasıl etkisi olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu çalışma ile benzer şekilde kadınların annelik içgüdüleri ve çocukları ile daha fazla vakit geçirebilmek için yönetici kademelerinden uzak durdukları bulgusuna ulaşmıştır

Özdevecioğlu ve Aktaş (2007) turistik tesislerde çalışanlar üzerine çalışmalarında çalışanların kariyerlerine, mesleklerine, çalıştığı kurumlara bağlı olmalarının yaşam tatminleri üzerindeki etkisi ve iş-aile çatışma düzeyleri incelemiştir. Çalışmasında bireylerin bağlılık düzeyleri arttıkça iş aile çatışmalarının azaldığı, iş aile çatışması arttıkça yaşam tatmininin azaldığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Arslan (2012) çalışmasında kadınların iş aile çatışmalarının iş yaşamlarına etkisini incelemiştir. Kadınların yaşadıkları iş aile çatışmasının iş tatminlerini olumsuz etkilediği kadın

Shakil Ahmad vd. (2011) çalışmalarında Pakistan’da iki şehirde bankacılık







sektöründe çalışan kadınların iş yaşam çatışmaları incelenmiştir. Çalışmalarında kadınların finansal ihtiyaçlarının, işyeri ortamının, bu çalışma ile benzer şekilde aile sorumluluklarının iş-yaşam çatışması üzerinde etkili olduğu bulgulamışlardır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar literatürdeki çalışmalarla paralellik göstermektedir.

## 10. Öneriler

Araştırma zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle sadece Kastamonu il merkezinde kamu kurumlarında görev yapan kadın çalışanlarla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma hassas taban teorisi ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk çalışma olması nedeniyle bu konuyla ilgili yazına katkı sağlayacak yeni çalışmalar yapılabilir.

Hassas taban teorisi ile iş aile yaşam çatışması üzerine çalışma yapmak isteyen araştırmacılara bu çalışmanın yardımcı olacağı düşünülerek bazı öneriler verilebilir.

- ✓ Araştırma konusu farklı illerde ya da farklı coğrafi bölgelerde, farklı kültürlerde karşılaştırmalı olarak geniş düzeyde araştırılabilir.
- ✓ Kadınların yönetici olma istek düzeylerini etkileyen spesifik faktörler daha ayrıntılı incelenebilir.
- ✓ Farklı meslek gruplarına odaklanılarak hassas taban teorisinin ve iş-aile yaşam çatışmasının farklı yansımaları araştırılabilir.
- ✓ Hassas taban teorisi ile iş aile yaşam çatışmasının uzun vadeli etkileri incelenebilir. Zaman içindeki değişimleri gözlemlemek için boylamsal araştırmalar yapılabilir.
- ✓ Hassas taban teorisi ile farklı kavramlar arasında ilişkiler araştırılabilir.
- ✓ Araştırma kapsamı geniş tutularak kamu-özel sektör karşılaştırması yapılabilir.





## Kaynakça

- Adak, Nursen (2007). Kadınların ikilemi: iş ve aile yaşamı. *Sosyoloji Dergisi*, (17).
- Aktaş, Gül (2013). Feminist söylemler bağlamında kadın kimliği: Erkek egemen bir toplumda kadın olmak. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30(1).
- Benshina, Khled (2019) “Sensitive Base Theory in Vomen Career Management”, *The International New Issues in Social Sciences*”, 7(1), 97-108.
- Besler, Senem ve Oruç, İlker (2010). Türkiye’de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1).
- Bragger, Jennifer DeNicolis, Rodriguez-Srednicki, Ofelia, Kutcher, Eugene J., Indovino, Lisa & Rosner, Erin (2005). Work-family conflict, work-family culture, and organizational citizenship behavior among teachers. *Journal of Business and Psychology*, 20(2), 303-324.
- Çaha, Ö. Work and Family Conflict: The Case of Women in the Turkish Health Sector.
- Canal, Buket (2018). Kadınların Kariyer Yönetiminde Hassas Taban Teorisi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama. *The International New Issues in Social Sciences*”, 6(1), 7-16.
- Çarıkcı, İlker Hüseyin ve Çelikkol, Özlem (2009). İş–Aile Çatışmasının Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 153-170.
- Çarıkcı, İlker Hüseyin, Çiftçi, Münire ve Derya, Seher (2010). İş-Aile Yaşam Çatışması: Türkiye’deki Kadın Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 53-65.
- Çetin, Münevver & Atan, Elif (2012). İlköğretim Okullarında Görev Yapan Kadın Okul Yöneticilerinin “Cam Tavan” A İlişkin Algularının İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 35(35), 123-136.
- Efeoğlu, İbrahim Efe (2006). İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu Ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Gürol, M. Ali ve Marşap, Akın (2007). Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın. *Bilig*, 42, 95-109.
- Kahraman, Ümit ve Çelik, Kazım (2018). Akademisyenlerin İş Yükü Alguları ile İş ve Aile Çatışmaları Arasındaki İlişki. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8(1).





- Kapız, Serap Özen (2002). İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), 139-153.
- Kolade, O. J., & Kehinde, O. (2013). Glass Ceiling and Women Career Advancement: Evidence from Nigerian Construction Industry.
- Küçük, Orhan (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ekin Yayınevi: Bursa.
- Küçük, O. (2020) (Editör ve Yazar) İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, Sonçağ Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, Orhan, Küçük, Nurten, Dilek, Serkan ve Hacısalihoğlu, Güneş Han (2018). Kadınların Kariyer Yönetiminde Hassas Taban Teorisi: Bir Araştırma, *Uluslararası Kadın Araştırmalarında Yeni Ufuklar Konferansı (IWSC)*”, Sakarya Üniversitesi, 8-9 Mayıs.
- Küçük, Orhan, Küçük, Nurten, Dilek, Serkan ve Yeşilyurt, Efser (2019). *Kadın Kariyerinde Yeni Bir Teori: Hassas Taban Teorisi*, Uluslararası Erciyes Bilimsel Araştırmalar Kongresi, 26-28 Nisan.
- Lee Siew Kim, J., & Seow Ling, C. (2001). Work-Family Conflict of Women Entrepreneurs in Singapore. *Women in Management Review*, 16(5), 204-221.
- Oskay, Ülgen (1994). Çalışan Kadınların Türk Toplum Yaşamında Konumu. *Sosyoloji Dergisi*, (5).
- Özdevecioğlu, Mahmut ve Aktaş, Aylin (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (28).
- Pekel, Elif (2019). Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kadının Çalışma Hayatındaki Konumu, *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 5 (1), 30-39.
- Purwanto, A. (2020). The effect of work-family conflict on job satisfaction and performance: a study of Indonesian female employees. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(03), 6724-6748.
- Schueller-Weidekamm, C., & Kautzky-Willer, A. (2012). Challenges of work-life balance for women physicians/mothers working in leadership positions. *Gender medicine*, 9(4), 244-250.
- Seçer, Barış (2009). Kadınların Sendikalara Yönelik Tutumları ile Cinsiyet Ayrımcılığı Algılarının Sendika Üyesi Olma İsteğine Etkisi. *Çalışma ve Toplum*, 4(23), 27-60.





- Seval, Hale Nur (2017). Çalışan Kadınların En Büyük Sınarı: İş-Aile Yaşamı Dengesi(zliği) Ve Kadın Sağlığına Etkisi. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 184-193.
- SGK (2022) [https://www.csgeb.gov.tr/media/90975/81\\_il\\_genel\\_gostergeleri\\_son.pdf](https://www.csgeb.gov.tr/media/90975/81_il_genel_gostergeleri_son.pdf)  
Erişim Tarihi:21.12.2024
- Shakil Ahmad, M., Fakhr, Z. & Ahmed, J. (2011). Working Women Work-Life Conflict. *Business Strategy Series*, 12(6), 289-302.
- Tin, Sevcan (2019). Kadın Kariyerinde Hassas Taban Teorisi: Kastamonu İlinde Bir Uygulama. *The International New Issues in Social Sciences*, 7(2), 161-180.
- Turgut, Tülay (2011). Çalışmaya Tutkunluk: İş Yükü, Esnek Çalışma Saatleri, Yönetici Desteği ve İş-Aile Çatışması İle İlişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3-4), 155-179.
- Voydanoff, P. (1988). Work role characteristics, family structure demands, and work/family conflict. *Journal of Marriage and the Family*, 749-761.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye (2014). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Yılmaz, M., & Zoğal, Y. (2015). Kadının İşgücüne Katılımının Tarihsel Gelişimi ve Kadın İstihdamını Etkileyen Faktörler: Türkiye ve Avrupa Örneği. *Uluslararası Ekonomi Kongresi-EconWorld 2015-Torino*.
- Yüksel, İhsan (2005). İş-Aile Çalışmasının Kariyer Tatmini, İş Tatmini ve İş Davranışları İle İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.
- Yorgun, Sayım (2010). Sömürü, Koruma ve Pozitif Ayrımcılıktan Çalışma Hayatının Egemen Gücü Olmaya Doğru Kadınlar: 21. Yüzyıl ve Pembeleşen Çalışma Hayatı. *Sosyoekonomi*, 11(1).



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



**Relationship Between Entrepreneur Healthcare with Entrepreneurship and Entrepreneurial Trend: A Small Industrial Site Application**

Omar M. Elramalli, Libya

omariksmm74@gmail.com

Orcid: 0000-0003-4238-1131

Year: 2024 Winter

Number: 12

Volume: 2

pp: 95-114

Makalenin Geliş Tarihi: 20/10/2020

Kabul Tarihi: 23/12/2024

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

Doi: [10.5281/zenodo.14548773](https://zenodo.org/records/14548773) <https://zenodo.org/records/14548773>

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





## **Relationship Between Entrepreneur Healthcare with Entrepreneurship and Entrepreneurial Trend: A Small Industrial Site Application**

Omar M. Elramalli

### **Abstract**

Entrepreneurship is defined as all of the work related to establishing and running a business, such as establishing a business, operating administrative processes, and assuming all risks related to the production and marketing of a business.

Entrepreneurship means establishing a business by taking risks, developing and marketing products by bringing together production factors. Thanks to entrepreneurship, the superior aspect of real labor and human brainpower as production factors that can be brought together with their qualities and create a value emerges.

The importance of entrepreneurship in terms of individual and social benefit can be explained by the different emotions; providing business individuals, the privilege of being the boss of your own business to win in the solution process and to ensure participation.

It is considered to be associated with health status the entrepreneur and trend of entrepreneurship that invest in the future of individuals with entrepreneurship in the sense of presenting their thoughts. The aim of this study the health status of entrepreneurs, entrepreneurial characteristics and to reveal the relationship between trends of entrepreneurship.

Within the scope of this research, data was collected through a face-to-face survey method for small industry entrepreneurs in a site in the TR90 region, and a scale created by Küçük (2020) was used according to the literature. The findings were analyzed in the SPSS 20.0 program.

The findings of the study that may be obtained as a result is expected to contribute interested parties, to industry and researchers.

**Key words:** Entrepreneurship, trends of entrepreneurship, health status of entrepreneurs.





## Girişimci Sağlık Hizmetinin Girişimcilik ve Girişimcilik Eğilimi ile İlişkisi: Bir Küçük Sanayi Sitesi Uygulaması

### Öz

Girişimcilik, bir işletmenin kurulması, idari süreçlerin işletilmesi, bir işletmenin üretim ve pazarlamasıyla ilgili tüm risklerin üstlenilmesi gibi iş kurma ve yürütmeyle ilgili çalışmaların tamamı olarak tanımlanmaktadır.

Girişimcilik, risk alarak işletme kurmak, üretim faktörlerini bir araya getirerek ürün geliştirilmesi ve pazarlanması anlamına gelir. Girişimcilik sayesinde, üretim faktörü olarak gerçek emeğin ve insan beyin gücünün sahip olduğu niteliklerle bir araya getirebileceği ve bir değer ortaya koyabileceği üstün yönü ortaya çıkar.

Girişimciliğin önemi temel olarak öncelikle bireyin kendi yeterliliği diğeri de bireysel ve toplumsal faydalara katkıda bulunması penceresinden incelenebilir.

Girişimcinin sağlık durumu ve girişimcilik eğilimi ile girişimcilikle bireylerin geleceğine yatırım yapan, düşüncelerini sunma anlamında ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı girişimcilerin sağlık durumu, girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Bu araştırma kapsamında TR90 bölgesindeki bir sitede küçük sanayi girişimcilerine yüz yüze anket yöntemi ile veri derlenmiş, literatüre göre Küçük (2020) tarafından oluşturulmuş bir ölçek kullanılmıştır. Bulgular SPSS 20.0 programında analiz edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulguların ilgili taraflara, endüstriye ve araştırmacılara katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Girişimcilik, girişimcilik eğilimi, girişimcilerin sağlık durumu.

### 1. Introduction

From a social standpoint, it can be said that if an individual is able to establish a good relationship with his or her environment, participate in a number of social activities, work in certain social contexts, have an environment, be recognized and communicate with others, then entrepreneurial strength is strong. It seems more likely that such a person will be able to establish his own business and be successful.

The entrepreneurial health status is based on the general health description and explains how the entrepreneur feels physiologically, psychologically





and sociologically, how well he feels, the absence of a physiological and psychological disturbance, and a good social relationship with the environment. Hisrich and Brush (1985) referred entrepreneurship to “the process of creating something different with value”. Coulter (2003:4) stated that entrepreneurship is “the creation and management of new business, small business, and family business”.

The Importance and Role of Entrepreneur and Entrepreneurship Karayiannis (2003:553) pointed out that the entrepreneurial role as the leading force in the free market economy had already been recognized since the time of the proto-capitalist system of ancient Greece. Rani (2013:44) said entrepreneurship is critical for the economy as entrepreneurship is an engine of economic progress and job creation. The importance and roles of entrepreneurs and entrepreneurship can be summarized as follows: They are playing an important role in economic development, backbone of country’s development, having major contribution in job creation, and playing an important role in wealth generation.

Entrepreneurs’ Characteristics. Li and Jia (2015) said entrepreneurship has becoming a popular term currently, he add not all of entrepreneurs can succeed in entrepreneurial business. They need specific characteristics to enable them to success. Entrepreneur characteristics extensively studied, with mixed results on his impact on small business result (Bouazza et al. 2015:104). Entrepreneurs’ characteristics: They are personal traits and skills which constitute competency of the entrepreneur which needed to venture success.

## **2. Theoretical Framework**

The basis of business entrepreneurship (Küçük, 2017: 27) has defined the Küçük (2015) as the establishment and execution of a business, such as the establishment of an operator, the execution of managerial processes, and the assumption of all risks to production and marketing.

Entrepreneurship is defined as an activity that involves the discovery, evaluation and exploitation of opportunities to introduce new goods and services, ways of organising, markets, processes and raw materials through







organising efforts that previously had not existed (Venkataraman, 1997; Shane & Venkataraman, 2000).

Other definitions subscribe to the notion of innovation as a key attribute of entrepreneurship. From the perspective of Kirzner (1997), the entrepreneur is an individual who is alert to opportunities for trade.

The entrepreneur is capable of identifying suppliers and customers and acting as an intermediary where profit arises out of the intermediary function (Deakins & Freel, 2006). By contrast, the Schumpeter (1934) perspective involves innovations that result in new combinations that spur creative destruction where the newly created goods, services or firms can hurt existing goods, services or firms (Shane, 2003).

Zimmerer and Scarborough (2005) hold that entrepreneurs are new business or combinations that arise in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth. The factors that distinguish entrepreneurs most strongly are innovation, opportunity recognition, process, and growth in a business and employment of strategic management practices in the business. The level of entrepreneurship is a concept developed to describe the extent to which an entrepreneur carries his or her responsibilities, how much he or she takes decisions, and how he or she carries out its basic functions.

Kedmenec et al. (2015:120) said Entrepreneurship recognized as a leading force of economic growth and development. In Summary entrepreneurs is defined as the people who create, manage and lead their own business to success, and being responsible for their decisions and consequent results. Moreover the researcher can define entrepreneurship a process of creating, establishing, organizing and managing new venture in the way that lead them to success.

Definitions of the entrepreneur will obviously differ according to the authors' paradigms. Other entrepreneurship researchers have also proposed the Burrell and Morgan grid as a means of understanding the different standpoints for definitions of the term entrepreneur (Howorth et al., 2005).

Entrepreneur or is the person who transforms the investing of the capital he / she possesses by considering the profit / loss risk to produce / market goods or services (Küçük, 2015).





The entrepreneur is the person who establishes the business and assumes responsibility and the entrepreneur is also healthy at the same time. Because, if a person is not healthy, he can't establish a business and can't see the intensive work he needs. If an illness occurs after the beginning of the disease, then it can't continue to work, even under heavy conditions it is difficult to follow the unbearable work. As a result, he will have to quit his job. The state of health or discomfort expressed must be addressed both physiologically and psychologically, and the social aspect of the work should not be neglected.

Moloi and Nkhahle-Rapita (2014:78) said entrepreneurs are individuals who accept risks and who are innovative in terms of their business management skills.

Entrepreneurial tendency is a concept used to describe the entrepreneur's intention to expand his/her business, expand into new markets, develop new products and make new investments (Küçük, 2020: 83).

Entrepreneurial health status; in this study, based on the definition of general health, it describes how well the entrepreneur feels physiologically, psychologically and sociologically, his/her well-being, not having any physiological or psychological discomfort, and having good relations with his/her environment in a social sense (Küçük, 2020: 91).

### **3. Aim of study**

The aim of this study is determining the relationship between the health status of entrepreneurs, entrepreneurship level and entrepreneurship tendency.

### **4. Scope and Methodology**

For this purpose, in the study was carried out on hotels in City Kastamonu. A data collection tool was constructed to collect the data by questionnaire method. Entrepreneurship and entrepreneurship tendency scale was created by taking into consideration the characteristics of entrepreneurship and the qualifications that the entrepreneur should possess.

Again, the level of entrepreneurship in the level of health has been developed with a general quality of life scale and a health level scale in line





with the definition of "the physical, psychological and sociological well-being of man".

With the aid of the scale Küçük, 38 of the total 40 registered entrepreneurs who agreed to participate in the survey study were reached by means of the face-to-face survey method and data were collected. The reliability and validity of the scale were tested and a correlation analysis was performed to determine the existence and level of the relationship between the variables.

### 5. Models

As you can see from Figure 1, there are three variables in the model. These are the health status of entrepreneur, entrepreneurship level and entrepreneurship tendency. Within the scope of the research, the relationship between these three variables will be examined.

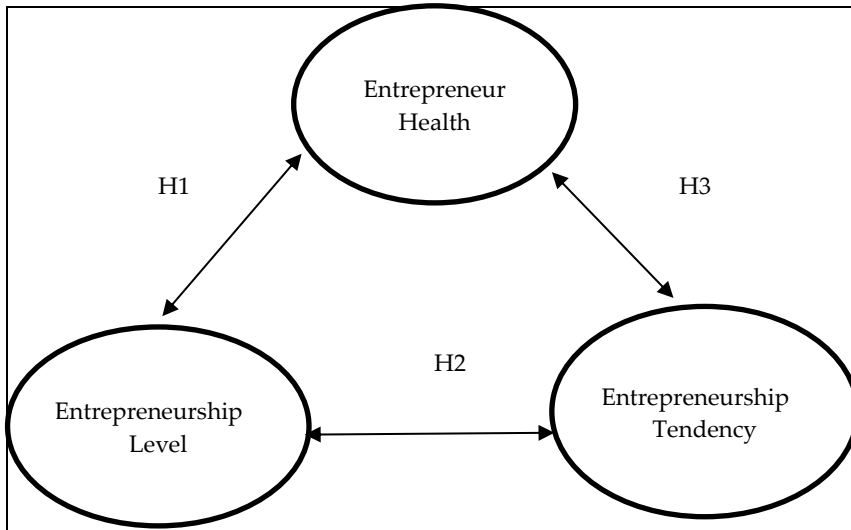


Figure 1. Model of the study





In order to establish an enterprise and to undertake all kinds of risks, the individual needs a certain set of innate abilities and the acquisitions that can be acquired later. Individuals who will be able to make their own decisions, who will be at the beginning of their work, and who will plan and coordinate human, physical and financial resources, will only be able to overcome these responsibilities if they are physically, psychologically and sociologically healthy. The entrepreneurship of the past three years is a long-term, healthy decision, it needs to be able to establish relationships.

## **6. Hypotheses of the Study**

Küçük (2015) points to these features when listing the characteristics entrepreneurs should have and the conditions for success in entrepreneurship. In the light of these explanations; it is foreseen that there will be a relationship between entrepreneurship level and health status and also health level and entrepreneurship tendency and entrepreneurship level and entrepreneurship tendency may be related to each other.

The hypothesis of the research in this direction is as follows:

H<sub>1</sub>: There is a positive relationship between entrepreneurial health and entrepreneurship level.

H<sub>2</sub>: There is a positive relationship between entrepreneurial health and entrepreneurial tendency.

H<sub>3</sub>: There is a positive relationship between entrepreneurship level and entrepreneurship tendency.

## **7. Data Analysis**

The data obtained within the scope of the research were analyzed by testing the reliability and validity, and the findings related to the research topic were shared on separate tables.

Table 1 gives the findings of entrepreneurship Level and entrepreneurship tendencies.

As can be seen from Table 1, the factor loadings of all the expressions are above 0.5, the self-values are greater than 1, And delete the value less than





0.5 , the KMO value is above 0.72 and the Cronbach alfa coefficient is 0.86 and 0.77. For this reason, it was decided that all the representations on the scale would be scientifically appropriate to be used in the research, that the scale was valid and highly reliable (Küçük, 2016: 226-232) so that the data obtained could be analyzed and this scale could be used in other studies.

Table 1. Entrepreneurship Level and Entrepreneurial Tendency Findings

Factors		Loading Factor	Eigen value	(%) of variance	Cronbach's Alfa	Mean	KMO Degree
Entrepreneurship Level	1. I'm doing my own business	4,493	4,493	63,223	0,860	3,420	0,722
	2. I manage the business / company	1,829				3,210	
	3. I carry out at least one of the marketing, production and finance functions	,950				3,470	
	4. I have undertaken business risks .	,765				3,260	
	5. I have business responsibility.	,520				3,420	
	6. I can make another investment if I need to .	,478				3,320	
	7. I can take decisions without consulting anyone .	,346				3,390	





	8. Financially independent from others .	,342				3,390	
	9. I have no obligation to ask people their ideas.	,217				3,320	
	10. Outsourcing if necessary (Debt)	,060				3.180	
<b>Entrepreneurship Tendency</b>	1. I will make new investments .	3.710	3,710	63,964	,775	3,21	,722
	2. I want to expand my business / I want to be institutionalized .	1,580	1.580			3.50	
	3. I plan to increase our market share .	1.107				3,47	
	4. I want to develop new product / brand .	.981				3.32	
	5. I want to enter new markets .	.761				3.66	
	6. I plan joint investments .	.688				3.53	
	7. I attend domestic or international fairs	.450				4.00	
	8. I am following international developments .	.276				3.24	
	9. I want to take	.259				3.89	





	advantage of opportunities .						
	10. I want to raise awareness	.188				3.63	

As can also be seen from Table 1, the expressions of entrepreneurship and entrepreneurship tendencies are above the level of importance of 3.5 and higher. From this it can be said that the respondents themselves are in the process of carrying out their own business, taking risks about their work, often taking their own decisions and being enthusiastic about new investments with them, ie an entrepreneurial tendency.

Cronbach alpha coefficient for each questions was found to be (0.860, 0.775) . Because these values are greater than 0.80 suggesting that scale is highly reliable.

According to the test results, the KMO values of entrepreneurship level and Entrepreneurship Tendency were (0.722), It was found which signifies that the factor analysis is useful with the data. The chi Square value for Bartlett’s test of Sphericity for each factor is (128.16) and the significant value is (0.00) which is significant at more than 99 percent level of confidence. So, this means data are very suitable for factor analysis (Kucuk, 2016: 227-232).

The rule of thumb is applied to choose the number of factors for which ‘Eigen values’ with greater than (1) is taken by using Principal component analysis method which were respectively (4.493, 1.829, 3.710, 1.580, 1.107), which indicating that the expressions are suitable for use in the analysis. Where all items on a 10-item scale are collected under a single dimension. When the factor loadings of the items are examined, the values of loads should be over (0.4), and remove any component less than that. The values of loads greater than (0.4) are respectively (0.950, 0.765, 0.520, 0.478, 0.981, 0.761, 0.688, 0.450), and the values to be removed from the scale are (0.346, 0.342, 0.217, 0.060, 0.267, 0.259, 0.188) . The variance explanation ratio for each factor is (63.223, 63.964).

In Table 2, entrepreneur health status was examined and health variables were considered as three dimensions, physiological, psychological and





sociological.

In Table 2; it was determined that the expressions related to entrepreneurial health status were valid and highly reliable in terms of factor loadings, self-esteem, reliability coefficients and KMO values, and it was decided that analysis could be done accordingly. This scale is also considered as a tool that can be used in other studies where related concepts can be measured since reliability and validity are tested at the same time.

Table 2. Entrepreneur Health Situation Findings

Factors		Loa ding Factor	Eigen value	(%) of variance	Cron bach's Alfa	Mean	KMO Degree
<b>Physiological health</b>	1. As I walk, I do not have any difficulties	4.790	4,790	59,871	,901	3,660	,855
	2. I am not having difficulty fulfilling my daily activities	,920				3,710	
	3. I do not have pain or discomfort	,671				3,760	
	4. I have no permanent health problems	,554				3,890	
	5. There are no medications I use regularly	,447				3,630	
	6. I do sports.	,267				3,130	
	7. I feel full of energy myself.	,228				3,450	
	8. Height / weight ratio	,124				3,260	







Psychological health	1. I am worried / anxious.	4,326	4,326	67,861	,871	3,450	,864
	2. It's Moraling flat.	1,103				3,500	
	3. I can deal with my stresses.	,794				3,320	
	4. I can control my anger.	,489				3,160	
	5. I do not have any attention disorder.	,408				3,710	
	6. I have no obvious forgetfulness.	,373				3,580	
	7. I can say that I find life pleasurable.	,261				3,320	
	8. I have no substance abuse. (except smoking)b	,246				4,080	
Sociological health	1. I love what I do.	3,434	3,434	59.470	,787	3,470	,785
	2. I have friends who have come together.	1,320				4,000	
	3. I am a member of the club or association / hot look.	,881				3,030	
	4. I enjoy taking part in volunteer social activities.	,733				3,160	





	5. I have friends who are on call.	,582				3,710
	6. I visit relatives and relatives.	,403				3,580
	7. I am married.	,339				3,320
	8. Buying / receiving gifts.	,307				4,080

Table 3 gives the results of the entrepreneurship health status, entrepreneurship level and entrepreneurship tendency correlation analysis.

Table 3: Correlations

	Entrepreneurship level	Entrepreneurship tendency	Physiological health	Psychological health	Sociological health
Entrepreneurship level	1	.632 .000	.296 .71	.273 .021	.455 .004
Entrepreneurship tendency	.632 .000	1	.743 .000	.763 .000	.747 .000
Physiological health	.296 .71	.743 .000	1	.734 .000	.617 .000
Psychological health	.373 .021	.763 .000	.734 .000	1	.901 .000
Sociological health	.455 .004	.747 .000	.617 .000	.901 .000	1





Correlation is significant at the 0.01 and at the 0.05 level (2 – tailed ).

Through Table 3 we note a positive relationship between Entrepreneurship level and Entrepreneurship tendency, (where, it was .632).

Also, there is strong a positive relationship between entrepreneurial health and Entrepreneurship tendency were ( .743, .763,.747). But there is not a positive correlation between entrepreneurial health and Entrepreneurship level.

According to the results obtained through the correlation coefficient, assumptions H2 and H3 are accepted, and hypothesis H1 is rejected.

## 8. Discussing

In this study results indicate that there is positive relationship between Entrepreneurship level and Entrepreneurship tendency. Also, there is strong a positive relationship between entrepreneurial health and Entrepreneurship tendency were. But there is not a positive correlation between entrepreneurial health and Entrepreneurship level. This result is supported by most of the previous studies, such as: Gupta and Muita (2013), Sarwoko et al. (2013) ,(Kartal& Küçük, 2017).

Lagaa (2022) According to the results of the study, since the level of importance of most of the scales listed in the table is 1.85 and 3.88, it has been estimated that the expressions in the procedure are mostly accepted by the participants. As shown in Table 1, the value of Kaiser-MeyerOlkin (KMO) was found to be (0.582). Since this value is greater than 0.4 or even 0.5, sampling is sufficient and significant factors can be obtained from the search data. The fact that all expressions have a factor factor greater than 0.5 and an intrinsic value greater than 1 indicates that the expressions are suitable for use in the analysis. The Alpha Cronbach coefficient (0.624) since this value is greater than 0.6, the scale is highly dependent. Thus, this table can be used in scientific research.

Küçük (2016) examined the relationship between the level of entrepreneurship and the tendency of entrepreneurship and found that there was a direct relationship between the two variables.





Küçük and Küçük (2018) examined the variables of entrepreneurship tendency and entrepreneurship level together with entrepreneurial health and entrepreneurial social environment support in their study. This study also revealed the existence of a positive relationship between the level of entrepreneurship, entrepreneurial tendency and social environment support.

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

Kara, Küçük and Yaşarsoy (2020) examined the relationship between the level of entrepreneurship, entrepreneurial tendency and entrepreneurial health and found a direct relationship.

## **9. Conclusions**

In this study, it was determined that there is a relationship between entrepreneurial health and entrepreneurial tendency, and between entrepreneurship and entrepreneurial health. It was determined that people who are in good psychological, physiological and social conditions have an entrepreneurial tendency and realize entrepreneurship by establishing a business.

It has been determined that the physiological, psychological and sociological health conditions of the persons who have established their own business, carry out the business themselves and want to start new business are generally good, (Kartal & Küçük, 2017).

It has been assessed that entrepreneurs who want to establish a business, maintain and improve their business themselves, develop new products and open up new markets should pay attention to their health.

## **10. Recommendations**

From here, according to the nature of work, especially those who want to establish their own business;

- \* Having certain physical and mental qualifications,
- \* Having the basic physical competencies required by the job,
- \* Controlling stress and controlling anger.
- \* Being away from substance abuse.



*“Relationship Between Entrepreneur Healthcare with Entrepreneurship and Entrepreneurial Trend: A Small Industrial Site Application”, Omar M. Ramalli, ss. 95- 114.*



- \* Participation in civil society activities .
- \* Good relationships with the environment.

From the scientific point of view; the situation, concerns and anticipations of entrepreneurs who carry out their own business and are not open to new markets with a high entrepreneurial tendency can be examined in other studies. What might be the thoughts of entrepreneurs who are healthy but not targeting new investments can be evaluated in terms of different sectors in these studies.





## References

- Artuğ, Murat Yiğithan (2020). Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi ve Sosyal Çevre Desteği İlişkisi: Kastamonu Araştırması, Kastamonu Üni. SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bouazza, A.B., Ardjouman, D., and Abada, O. (2015). Establishing the Factors Affecting the Growth of Small and Medium-sized Enterprises in Algeria. *American International Journal of Social Science*, 4(2):101- 115.
- Deakins, D & FREEL, M. 2006. *Entrepreneurship and small firms*. (4th ed.) London: McGraw-Hill.
- Howorth, C., S. Tempest and C. Coupland (2005) ‘Rethinking Entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur’, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12, 1: 24-40.
- Hisrich, R.D., and Brush, C.G. (1985). *The Women Entrepreneur: Characteristics and Prescriptions for Success*. Lexington Books, Lexington, MA.
- Karayiannis, A.D. (2003). Entrepreneurial Functions and Characteristics in a Proto-Capitalist Economy the Xenophonian Entrepreneur. *Wirtschafts politische Blatter*, 50: 553-563.
- Kartal, Özge (2018). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi ve Yenilikçilik İle İlişkisi: Bir Alan Araştırması, Kastamonu Üni. SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kartal Özge, Okan Ay ve Orhan Küçük (2017) "Girişimcilik Düzeyi İlişkisi: Tr 82 bölgesinde Bir uygulama", 111, uluslararası Kafkasya Ortaasya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, 19-21 Ekim 2017, Kastamonu, Bildiri Özetleri Kitabı, s. 78.
- Kedmenec, I., Rebernik, M., and Perić, J. (2015). The Impact of Individual Characteristics on Intentions to Pursue Social Entrepreneurship. *Ekonomski pregled*, 66(2):119-137.
- Kirzner, I.M. 1997. *How Markets Work: Disequilibrium, Entrepreneurship & Discovery*. Institute of Economic Affairs, Hobart paper No. 133.





- Küçük. Orhan (2017) Business Administration, Seçkin Publishing House, Ankara.
- Küçük. Orhan (2015) Entrepreneurship and Small Business Administration, 8th Edition, Seçkin Publishing House, Ankara.
- Küçük. Orhan (2020) (Editör ve Yazar) İşletmecilik, Lojistik ve Toplam Kalite Yönetimi Alanında Teoriler ve Bilimsel Araştırma Ölçekleri, Sonçağ Yayıncılık, Ankara.
- Küçük. Orhan (2016) Scientific Research Methods, Ekin Bookstore, Bursa.
- Küçük. Orhan (2015) Entrepreneurship and Small Business Administration, 8th Edition, Seçkin Publishing House, Ankara.
- Küçük O. and Nurten Küçük (2018) “Girişimci Sağlığı, Girişimcilik Düzeyi, Girişimcilik Eğilimi ve Girişimci Sosyal Çevre Destek Düzeyi İlişkisi: Tr90’da Bir Küçük Sanayi Sitesi Uygulaması”, 4. Kafkasya Ortaasya Dış Ticaret Lojistik Kongresi, 7-8 Eylül 2018, Aydın, ss. 1312-1321.
- Laqaa, Abdulwahab Sahiri (2022) “The Relationship Between Entrepreneurship Level and Entrepreneurship Tendency”, The International New Issues in Social Sciences, 10(2), ss. 133-148.
- Li, X., and Jia, Y. (2015). Characteristics Influence for Entrepreneurship Behavior Ability. In International Conference on Education, Management, Commerce and Society (EMCS-15). Atlantis Press:614-619.
- Moloi, K.C., and Nkhahle-Rapita, M.A. (2014). The Impact of Fashion Entrepreneurs’ Traits on the Success of Fashion Businesses in the Gauteng Province in South Africa. Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(4): 78-86.
- Rani, S. H. (2013). Antecedents and Consequences of Entrepreneurial Quality among Graduate Entrepreneurs. Asian Journal of Business and Management Sciences, 2(9): 44-55.
- Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus. Northampton, UK: MPG Books Ltd.



*“Relationship Between Entrepreneur Healthcare with Entrepreneurship and Entrepreneurial Trend: A Small Industrial Site Application”, Omar M. Ramalli, ss. 95- 114.*



Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). Entrepreneurship As A Field Of Research: The Promise of Entrepreneurship As A Field Of Research. *Academy Of Management Review*, 26 (1):13-17.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Translated By R. Opic. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Venkataraman, S. (1997). *The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research*. US: JAI Press, Greenwich.

Zimmerer, T.W. & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management*. (4th Ed.) US: Pearson.





TINI-SOS

*The International New Issues In SOcial Sciences*



### **Hizmetkâr Liderliğin Çalışan Sesliliğine Etkisi**

**Selami Özcan**, Prof. Dr., Yalova Üniversitesi, İİBF, İşletme, sozcan@yalova.edu.tr

Orcid: 0000-0002-0882-427X

**Çiğdem Korkut**, Yalova Üniversitesi, LEE Doktora Öğrencisi,  
ciğdem.korkut@sağlik.gov.tr Orcid: 0009-0003-7309-6103

**Bayram Deniz**, Öğr. Gör. Yalova Üni, Motorlu Araçlar ve Ulaştırma Tek Böl, Deniz  
Ulaştırma ve İşletme Pr., bdeniz@yalova.edu.tr Orcid: 0009-0007-9424-7897

Year: 2024 Winter

Number: 12

Volume: 2

pp: 115-132.

Makalenin Geliş Tarihi: 22/12/2024

Kabul Tarihi: 26/12/2024

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

Doi: 10.5281/zenodo.145459670, <https://zenodo.org/records/14545970>

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





## Hizmetkâr Liderliğin Çalışan Sessliliğine Etkisi

Selami Özcan  
Çiğdem Korkut  
Bayram Deniz

### Öz

Çalışan menfaatlerini kendi menfaatlerinin önünde tutan hizmetkâr liderler, çalışanları önemseyerek onları geliştirmeyi ve onların iyiliğini ön planda tutar. Liderlerinin kendilerine değer verdiğini düşünen çalışanların sesslilik davranışında bulunacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ile algılanan hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliği üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma 15 Mart 2023- 10 Haziran 2023 tarihleri arasında Yalova ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 142 çalışandan veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuca göre hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliğinin bir belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmetkâr Liderlik, Çalışan Sessliliği, Hastane

### The Impact of Servant Leadership on Employee Voice

#### Abstract

*Servant leaders, who prioritize the interests of employees over their own interests, care about employees and prioritize their development and well-being. It is thought that employees who think that their leaders value them will engage in vocal behavior.*

*This study aims to reveal the effect of perceived servant leadership on employee voice. The research was conducted in Yalova between March 15, 2023 and June 10, 2023. Within the scope of the research, data were collected from 142 employees. As a result of the research, it was determined that servant leadership*





positively affects employee voice. According to this result, it was determined that servant leadership is a determinant of employee voice.

**Keywords:** Servant Leadership, Employee Voice, Hospital

## 1. Giriş

Yönetim alanındaki değişimler beraberinde yeni liderlik türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Küçük ve Yavuz, 2021:456). Otorite kurmaya çalışarak yönetimi sağlayan liderlik anlayışının günümüzde anlamını yitirdiği, bunun yerine farklı bakış açılarına sahip ve insanlara gönüllü olarak fayda sağlamaya çalışan liderlere olan ihtiyacın gittikçe arttığı belirtilmektedir. İnsan odaklı yönetim nedeniyle organizasyonel ihtiyaçların geleneksel liderlik yaklaşımlarıyla karşılanamaması, baskı, emir ve gücün kötüye kullanımı gibi davranışlar gösteren eski tarz liderliklerin kurumlarda pek çok sorunlara yol açtığı görülmüştür. Bu da çalışanların ihtiyaç ve isteklerine odaklı, onları güçlendiren, işlerin işleyişi açısından yenilikçiliği ve etkin olma potansiyellerini artıran liderlik tarzlarının doğmasına yol açmış ve bu yöndeki değişimi hızlandırmıştır (Akgemci vd., 2018: 758-759). Bu bağlamda, insani değerlere odaklanan hizmetkâr liderlik yaklaşımının önemli bir liderlik tarzı olarak görüldüğü ifade edilmektedir (Fındıkçı, 2012: 5).

Liderin kurumdaki tüm çalışanlara hizmet ettiği ve ilgilendiği liderlik tipi hizmetkâr liderlik olarak tanımlanmıştır. Hizmetkâr liderlik, insanların diğer insanlara hizmet etme isteğinden geldiği belirtilmektedir. Hizmetkâr liderliğin diğer liderlik türlerinden en önemli farkı insanları yönlendirmekten ziyade başkalarına hizmet etme isteğinin olmasıdır (Andre ve Lantu, 2015; Greenleaf, 1977). Hizmetkâr liderlik özellikleri iki perspektifte özetlenebilir. Birincisi, kişisel çıkar özelliğinin ötesine geçmeyi yansıtabilecek şekilde takipçilerin çıkarlarını önemsemek; ikincisi ise nihai amacının yalnızca kurumun hedeflerine ulaşmak değil, aynı zamanda diğer paydaşlara ve topluluklara sağlanan faydaları da önemsemek olmasıdır (Zou vd., 2015: 148). Hizmetkâr liderlik, lider-izleyici ilişkilerinin rasyonel, ilişkiyel, duygusal, ahlaki ve manevi boyutlarını kapsayan bütüncül bir liderlik yaklaşımıdır (Yoshida vd., 2014: 1).

Çalışanların duygu, öneri ve fikirlerini sözlü olarak ifade etmeleri ses verme ya da çalışan sessliliği olarak ifade edilmiştir. Çalışan sessliliği,





çalışanların işleriyle ilgili tavsiyelerini ve örgüt yöneticileriyle sorunları tartışarak çözüm bulmaya yönelik fikirlerini beyan etmeleri ve şikâyetlerini iletmeleri durumu olarak ifade edilmektedir. Bir kuruluşun performansı ve hatta hayatta kalabilmesi yönünden; çalışanların sorun, fikir ve önerileri ile ilgili yukarıya doğru ne ölçüde iletişim kurdukları çok önemlidir. Bu durum üst düzey yöneticilerin dinamik yapıya uygun şekilde yanıt verebilmeleri, doğru kararlar alabilmeleri ve sorunları büyümeden düzeltebilmeleri, aynı zamanda grupların da etkili bir performans sergileyebilmeleri ve iyi kararlar alabilmeleri açısından oldukça önemlidir (Morrison, 2011). Hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliği üzerindeki etkisi bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışma ile algılanan hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliği üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Bu değişkenlerin yer aldığı bazı çalışmalar incelendiğinde; Akgemci ve diğerlerinin akademisyenler üzerinde yapmış oldukları çalışmada, hizmetkâr liderlik davranışının çalışan sessliliği üzerine olumlu etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır (Akgemci vd., 2019). Amah ve Oyetuunde (2020) nin KOBİ çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışmada; hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliği üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur (Amah ve Kabiru , 2020). Deniz ve Çimen (2022)’ in hastane çalışanları üzerine yapmış oldukları çalışmada yine hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliği üzerine olumlu etkisi olduğu görülmüştür (Deniz ve Çimen, 2022).

## 2. Kavramsal Çerçeve

Bu makale çalışmasında kullanılan “Hizmetkâr Liderlik” ve “Çalışan Sessliliği” kavramları iki ayrı başlık olarak ele alınmaktadır.

### 2.1. Hizmetkâr Liderlik

Geleneksel liderlik modellerinde, liderler genellikle güç ya da kişisel kazanç arzusuyla hareket etmişlerdir. Çalışma hayatında yaşanan değişimlerle beraber liderlik anlayışlarında da değişiklikler olmuş ve yeni liderlik modelleri ortaya atılmıştır. Bu liderlik türlerinde biri de hizmetkâr liderliktir (Küçük ve Yavuz, 2021:456). Hizmetkâr liderlik kavramı ilk olarak 1970 yılında Robert K. Greenleaf tarafından hazırlanan “*Lider Olarak Hizmetkâr*” başlıklı çalışmada kullanılmıştır (Larry, 1996:33). Hizmetkârlık kavramı, bir bireyin hiçbir çıkar gözetmeksizin kendini başkalarına, onların ihtiyaçlarının karşılanmasına adanması ve onlar için yaşaması anlamına gelmektedir (Fındıkçı, 2009). Greenleaf’in katkısı, hizmetkâr kavramının liderlik kavramı ile ilişkisini ortaya koyması ve buna odaklanması şeklinde





olmuştur (Valeri, 2007:8).

Büyük bir liderin öncelikle bir hizmetkâr olduğu düşüncesi hizmetkâr liderliği ifade etmektedir. Greenleaf'e göre bu durum, kişinin önce hizmet etmek istemesiyle başlar ve daha sonra bilinçli bir seçim ile liderliğe yönelmesi şeklinde gerçekleşir. Hizmetkâr, diğer insanların öncelikli ihtiyaçların karşılandığından emin olmak için gösterdiği özen ile kendini ispatlar (Seitz, 1995: 114). Hizmetkâr liderlik; şefkatli liderliği teşvik etme ve destekleme çabasıdır. Bugün dünyada tartışılan baskın liderlik felsefelerinden biri olarak ortaya çıkmıştır. Liderlik 'bütünün' nasıl işlediğiyle ilgilidir (Spears, 1993: 90).

Yapılan bir araştırmada hizmetkâr liderlerin; dinleme, empati, farkındalık, ikna, kavramsallaştırma, öngörü, temsilcilik, insanların gelişimine adanmışlık, birlik, beraberlik sağlayıcı gibi özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir (Ekundayo, 2010). Bu liderlik tarzı, kurumları güçlendirmenin ve toplumu iyileştirmenin bir aracı olarak, analiz etme ve karar alma süreçlerinde grup odaklı bir yaklaşımı savunur. Hizmetkâr liderlik hem felsefi hem de çalışma modeli olarak giderek birçok kişi ve kurum tarafından uygulanmaya başlanmıştır (Spears, 1993: 86).

Hizmetkâr liderler, takipçilerinin talep ve ihtiyaçlarını, sorunlarını ve isteyip de ulaşamadıklarını öğrenir ve destek olurlar. Bu liderler aynı zamanda takipçilerinin bireysel gelişimleri hususunda sorumluluk bilincinde olur ve etik olmayan davranışlardan uzak durmaları hususunda rol modellik üstlenirler (Çetinkaya ve Yıldız, 2018:2).

Hizmetkâr liderler, çalışanlarını en kıymetli varlık olarak görmektedir. Bu hem çalışan hem de işletme performansına olumlu yansımaktadır (Kılıç ve Yavuz, 2016:107). Bu durum, çalışanların kuruma olan bağlılıklarının artmasına, gelişimlerinin desteklenmesine, performanslarının yükselmesine (Dinçer Ker ve Bitirim Okmeydan, 2007: 61), pozitif duygulara kapılarak olumlu ruh haline bürünmelerine ve çatışmaların üstesinden rahatlıkla gelmelerine imkân sağlamaktadır (Yıldız, 2016: 503).

Hizmetkâr liderlik sağladığı faydalara rağmen çeşitli eleştirilere maruz kalmıştır. Hizmetkâr liderliğe yönelik eleştiriler; bu liderliğin çok naif ve idealist olması, liderin bu tarzından faydalanabilir olma ihtimali, gerçekçi ve pratik olmaması, kısıtlayıcı özelliklere sahip olması, boyun eğen ve zayıf





liderlik tarzı şeklinde yanlış algılama ihtimalinin olması, katılımcı müdahalesinin karar vermeyi zorlaştırması şeklinde sıralanmıştır (Çetinkaya ve Yıldız, 2018: 2).

## 2.2. Çalışan Sessliliği

Çalışanlar, işletmelerin başarılı olabilmesi için son derece hayati olan değişim, ilerleme, öğrenme ve inovasyon gibi kritik faktörlerin kaynağı olarak değerlendirilmektedir. İşletmelerin gelişiminde fikir, bilgi ve tecrübelerinin sesli olarak paylaşılmasının rolü büyüktür. Çalışanların işleyişle ilgili duygu, düşünce ve önerilerini sesli olarak dile getirmeleri organizasyonda iyileşme, rekabet avantajı ve başarı elde etmesini sağlar. Çalışan sessliliği, çalışanların işletme içerisinde kurumu eleştirmekten çok geliştirmek amacına hizmet eden yapıcı bir tartışmayı içeren destekleme, geliştirme ve iyileştirme niyetli davranışlarıdır (Van Dyne ve LePine, 1998: 109).

İşletmelerde çalışanların işleriyle ilgili konularda; bilinçli olarak görüşlerini belirtmeleri eylemi çalışan sessliliği olarak ifade edilmektedir (Dyne vd., 2003: 1361). Çalışan sessliliği, çalışanların fikirlerini sunması, yapıcı önerilerde bulunması ve organizasyondaki sorunları dile getirmesi noktasında ekstra rol davranışı sergilemesi olarak da ifade edilmektedir (Zhao, 2014:29).

Çalışan sessliliği; yalnızca eleştirmekten ziyade geliştirmeyi hedefleyen, yapıcı ifadeleri kapsayan destekleyici davranış olarak tanımlanmıştır. İş ile ilgili muhtemel iyileştirmeler hakkındaki fikir, bilgi ve düşünceleri gizlemek yerine ifade etmeyi tercih etmektir. Çalışanların işle ilgili sorunlara yönelik fikirlerini ya da endişelerini, ilgi çekici, ancak yapıcı bir şekilde ifade etmesidir (Düger, 2020: 1219). Sesslilik, çalışanların olumlu ve yapıcı fikirlerini açıkça belirtmesini desteklemek ve çalışanların bunu zorlama karşısında değil isteyerek yapması faaliyetleri olarak da nitelendirilmektedir (Bogosian ve Rousseau, 2017: 389).

Çalışan sessliliği işletmeleri birçok yönden olumlu olarak etkilemektedir. Çalışanların fikirlerini açıkça ve bilinçli olarak dile getirmeleri ile organizasyonda daha isabetli kararlar alınarak hatalar en aza indirilmekte (Morrison ve Milliken, 2000), çalışan verimliliğini teşvik ederek organizasyonlarda performans artışına imkân sağlamaktadır (Morrison, 2014: 175).





Çalışan sessizliğinin işletmelerde iyi kararlar alabilmeyi desteklediği, organizasyonel hataları tespit etmeye imkân kıldığı, işletmelerin öğrenme davranışlarını geliştirdiği, verimliliği arttırdığı, çalışma şartlarını iyileştirdiği, çalışanların kuruma karşı tutumlarında olumlu sonuçlar alındığı, ekstra rol performansları sağladığı, organizasyonel etkililikleri, iş tatminlerini, kurumsal bağlılıkları artırdığı işten ayrılma niyetleri ve tükenmişlik duygularını azalttığı ifade edilmiştir (Babadağ ve Taner, 2020: 1062).

Çalışan sessizliği sayesinde, çalışanlar düşüncelerini açıkça ifade ederek organizasyonda gelişim ve yeniliklere yönelik fırsatları açığa çıkarabilmektedirler. Yöneticiler çalışanların sesine önem vermezlerse veya umursamazlarsa, zamanla görüşlerini ifade etmekten vazgeçeceklerdir (Landau, 2009). Çalışanlar kurumlarının geleceğine çok az katkıda bulduklarında, inandıklarında, kolektif bir ilgisizlik ve geri çekilme durumuna girebilecekleri ifade edilmiştir (Lam, Loi, Chan, ve Liu, 2016). Güç mesafesinin yüksek olduğu kültürlerde çalışanların sahip olduğu fikir ve düşüncelerini daha az dile getirdikleri görülmektedir (Botero ve Van Dyne, 2009:94).

Yönetimsel inançların ve geri bildirim korkusunun “sessizlik iklimi” olarak adlandırılan duruma yol açacağı, çalışanlar arasında sorunlar veya konular hakkında konuşmanın boşuna ve/veya tehlikeli olduğuna dair algıların gelişeceği ve böyle bir iklim mevcut olduğunda, bir kurum içindeki baskın tepkinin ses çıkarmak yerine sessizlik olacağı vurgulanmıştır (Morrison ve Milliken, 2000: 708).

### 3. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; hizmetkâr liderliğin çalışan sessizliğine etkisinin belirlenmesidir. Bu amaç çerçevesinde iki değişken elde edilen verilerle analiz edilecek ve aralarındaki ilişki durumu istatistiksel olarak test edilmiştir.

### 4. Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Yöntemi

Araştırma 15 Mart 2023- 10 Haziran 2023 tarihleri arasında Yalova ilinde faaliyet gösteren iki özel hastanede gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında anket yöntemi ile 142 çalışandan veri toplanmıştır.

Araştırmada veri toplamak için kullanılan anket formu üç bölümden





oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Diğer bölümlerde ise değişkenlere ilişkin ölçekler kullanılmış ve bu ölçekler ile ilgili bilgilere aşağıda yer verilmiştir:

**Hizmetkâr Liderlik Ölçeği:** Ölçek Liden vd. (2014) tarafından geliştirilmiştir. Kılıç ve Aydın (2016) ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını yapmıştır. Ölçek tek boyut ve 7 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek, 5’li Likert seçenekleriyle değerlendirilmiştir (“1= kesinlikle katılmıyorum”, “5= kesinlikle katılıyorum”).

**Çalışan Sessliliği Ölçeği:** Ölçek Van Dyne ve LePine (1998) tarafından geliştirilmiştir. Çetin ve Çakmakçı (2012) ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını yapmıştır. Ölçek tek boyut ve 6 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek, 5’li Likert seçenekleriyle değerlendirilmiştir (“1= hiçbir zaman”, “5= her zaman”).

Hizmetkâr liderlik ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,917 bulunmuş, çalışan sessliliği ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,943 bulunmuştur. Bu sonuçlar her iki ölçeğinde güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu göstermiştir.

Veri analizleri SPSS 22.0 istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Veri analizleri kapsamında, tanımlayıcı istatistikler hesaplanmış, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak için de korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerle ulaşılan bulgular %95 güven aralığında ve %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

### **Etik İlkeler**

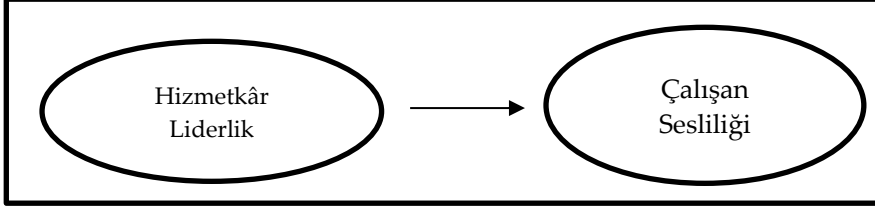
Yalova Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu’nun 10.03.2023 tarihli toplantısında, 2023/47 karar numarası ile araştırmanın etik yönünden uygun olduğuna karar verilmiştir.

### **5. Araştırma Modeli ve Hipotez**

Araştırmanın modeli Şekil 1.’de verilmiştir.







Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1.’den görüldüğü üzere araştırmada hizmetkâr liderlik ile çalışan sesliliği arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmanın temel hipotezi şudur:

H<sub>1</sub>: Hizmetkâr liderliğin çalışan sesliliğine istatistiki olarak anlamlı ve olumlu bir biçimde etki etmektedir.

## 6. Bulgular

Araştırmayla ulaşılan bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=142)

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Erkek	28	19,7
	Kadın	114	80,3
Yaş	20-29	79	55,6
	30-39	39	27,5
	40-49	24	16,9
Eğitim Durumu	Lise	79	55,6
	Önlisans	49	34,5
	Lisans	13	9,2
	Lisansüstü	1	0,7
Çalışma Süresi	1-5	90	63,4





<b>(Yıl)</b>	6-10	43	30,3
	11-15	8	5,6
	16 ve üzeri	1	0,7
<b>Görev</b>	İdari Personel	4	2,8
	Sağlık Personeli	77	54,2
	Diğer Personel	61	43,0

Araştırmaya katılanların %80,3’ü (n=114) kadın, %55,6’sı (n=79) 20-29 yaş aralığında yer almaktadır. Ayrıca katılımcıların %55,6’sı (n=79) lise mezunu olup; %63,4’ünün (n=90) hastanedeki çalışma süresi 1-5 yıl aralığındadır. Katılımcıların %54,2’si (n=77) sağlık personelidir (Tablo 1).

**Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler**

Değişkenler	Ort.	Std. Sapma	Min.	Max.
Hizmetkâr Liderlik	3,81	0,77	1,00	5,00
Çalışan Sessliliği	3,93	0,73	1,00	5,00

Katılımcıların algıladıkları hizmetkâr liderlik ortalama puanı  $3,81 \pm 0,77$  çalışan sessliliği ortalama puanı ise  $3,93 \pm 0,73$  bulunmuştur. Bu sonuçlar katılımcıların algıladıkları hizmetkâr liderlik ve çalışan sessliliği düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir (Tablo 2).





**Tablo 3. Korelasyon Analizi**

	Çalışan Sessliliği	
	<b>r</b>	0,77
<b>Hizmetkâr Liderlik</b>	<b>p</b>	0,00
	<b>n</b>	142

Tablo 3’de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre hizmetkâr liderlik ile çalışan sessliliği arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu bulunmuştur ( $r= 0,77$ ,  $p<0,05$ ).

**Tablo 4. Regresyon Analizi**

Bağımsız Değişken	$\beta$	t	p
Sabit	1,15	5,83	0,00
Hizmetkâr Liderlik	0,73	14,34	0,00
	$R^2= 0,595$	$F= 205,58$	$p= 0,00$

*Bağımlı Değişken: Çalışan Sessliliği*

Regresyon analizi sonuçlarına göre, hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir ( $\beta= 0,73$ ,  $p<0,05$ ). Ayrıca çalışan sessliliğindeki değişimin %59,5’inin hizmetkâr liderlik tarafından açıklandığı belirlenmiştir ( $R^2=0,595$ ). Bu sonuçlara göre hizmetkâr liderliğin çalışan sessliliğinin bir belirleyicisi olduğu ifade edilebilir (Tablo 4).

H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

## 7. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmanın sonuçlarına göre hizmetkâr liderlik çalışan sessliliğini pozitif yönde etkilemektedir. Literatürdeki araştırmaların





sonuçları bu sonucu desteklemektedir (Akgemci, Kalfaoğlu, & Erkunt, 2019:736; Amah ve Oyetuunde, 2020; Chen vd., 2022:5; Christopher, 2023).

İş gören çalışma performansını arttırmak yönünden lider çalışan ilişkisinin önemli bir unsur olduğu (Tischler vd., 2016:4; Amah vd., 2017), çalışan fikirlerinin desteklendiği ve lider iş gören etkileşimin yüksek olduğu örgüt yapılarında çalışanların örgüt yararına davranış sergilediği görülmüştür. Ses verme davranışında bulunan çalışanların liderlerine bakış açısı genelde liderlerinin kendilerini sevdiği, şefkat gösterdiği, alçakgönüllü davrandığı şeklindedir (Dal, 2014: III).

Liderler çalışanları dinlediklerinde ve belirttiği hususları değerlendirip, uygulamaya geçtiklerinde, ses verme davranışı gösteren çalışanların, memnuniyet derecelerinin artacağı ve olumlu yönde motive olacakları ve daha fazla ses verme davranışı gösterecekleri ifade edilmiştir (Bulut, 2016:34).

Hizmetkâr liderlik sayesinde çalışanların liderlerine karşı güven duyma hissini oluşturduğu, bu durumun çalışanları olumlu yönde etkilediği, çalışan sessizliği açısından da olumlu bir etkiye sahip olduğu ve çalışma ortamında ses davranışını geliştirdiği belirtilmektedir (Akgemci vd., 2019).

Hizmetkâr liderler, çalışanların sesini duyurmasına izin veren ve çalışanların kariyer gelişimini önemseyen bu sayede kuruma bağlı çalışanlar yetiştiren liderlerdir. Bu liderler verilen rolleri ve verilmeyen ancak üstün kurumsal verimlilik elde etmek için gerekli olan ekstra rolleri yerine getirecek şekilde sorumluluk üstlenebilirler (Amah ve Kabiru , 2020: 887-888).

Hastane çalışanları açısından da sessizlik oldukça önemli bir unsur olup; sessiz kaldıklarında verimlilik, performans ve iş tatmini azalabilir. Sunulan sağlık hizmetleri, hasta güvenliği ve hasta memnuniyeti açısından sorunlar yaşanabilir. Devam eden süreçte ise, kurumun rekabet gücü azalabilir, sürdürülebilirliği olumsuz yönde etkilenebilir. Bu nedenle çalışanların işle ya da kurumla ilgili gördükleri sorunları, fırsatları ve iyileştirme önerilerini dile getirebilmeleri ve rahatlıkla ses çıkarma davranışında bulunabilmeleri sağlanmalıdır (Deniz ve Çimen, 2022: 219).





## 8. Öneriler

Çalışanların iş yerinde yürüttükleri tüm faaliyetlere ilişkin hem gördükleri aksaklıkları anında bildirmeleri hem de sürece katkı sağlamaları bakımından çalışan sessiliği oldukça önemlidir. Bu doğrultuda, çalışan sessliliğini artırıcı unsurların geliştirilmesi ve bu davranışı engelleyici hususların ortadan kaldırılması önerilmektedir.

Yöneticilerin çalışanlarına desteğini hissettirmesi, samimi ve yakın davranış sergilemesi, fikirlerini önemsemesi, adil davranış sergilemesi, hiyerarşik düzeni buna uygun tesis etmesi ve her daim iletişime açık olması büyük önem taşımaktadır.

Yöneticilerin çalışanlara karşı olumlu, yardımsever, işbirlikçi davranışlar sergilemeleri, çalışanların sorunlarına samimi çözüm üretme çabası göstermeleri, olumlu bir örgüt iklimi oluşturmaları, tüm çalışanlara karşı adil davranış sergilenmeleri, ekip ruhu ve dayanışma kültürü oluşturmaları, yapılan işin önemini tüm davranışlarında hissettirmeleri ve çalışanlar arasındaki sorunları yerli yerinde ele alınmaları önerilmektedir.

Benzer araştırmaların kamu hastanelerindeki çalışanları ve farklı değişkenleri de kapsayacak şekilde yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda farklı sektörlerde gerçekleştirilecek benzer araştırmalar literatüre katkı sağlayacaktır.

Bunun yanı sıra farklı değişkenler de kullanılarak değişik modeller kurulabilir ve bu sayede literatüre daha fazla katkı sağlanabilir.





## Kaynakça

- Akgemci, T., Kalfaoğlu, S., & Erkunt, N. (2018). Hizmetkâr Liderlik Davranışlarının Çalışan Sessliliğine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu*, 9 (2), s. 757-771. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi.
- Akgemci, T., Kalfaoğlu, S., & Erkunt, N. (2019). Hizmetkâr Liderlik Davranışlarının Çalışan Sessliliğine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 757-771.
- Amah, O. E. (2017). Leader Ship Styles & Relational Energy in High Quality Mentoring Relationship. *Indian Journal of Industrial Relations* , 53(1), 59-71.
- Amah, O. E., & Kabiru , O. (2020). The Effect of Servant Leadership on Employee Turnover in SMEs in Nigeria: The Role of Career Growth Potential and Employee Voice. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(6), 885-904.
- Andre, & Lantu , D. C. (2015). Servant Leadership and Human Capital Management: Case Study in Citibank Indonesia. *The 6th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business* (s. 303-311). Bandung: Procedia - Social and Behavioral Sciences.
- Babadag, M., & Taner , D. (2020). Yaratıcı Örgüt İkliminin Çalışan Sessliliği Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekânın Destekleyici Rolü. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3), 1057-1081.
- Bogosian, D. R., & Rousseau, C. (2017). How and Why Millennials are Shaking Up Organizational Cultures. *Rutgers Business Review*, 2(3), 386-394. <https://ssrn.com/abstract=3069889> adresinden alındı
- Bulut, H. (2016). Liderlik Tarzlarının Çalışan Sessliliğine Etkisi: Kamuda Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi,. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Çetin, Ş., & Çakmakçı, C. (2012). Çalışan Sessliliği Ölçeğini Türkçeye Uyrlama Çalışması. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 22(2), 1.





- Çetinkaya, A. Ş., & Yıldız, E. (2018). Hizmetkâr Liderlik Algısının Personel Güçlendirmeye Etkisi: Perakende Sektörü Çalışanları Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20(35), 1-11.
- Dal, L. (2014). Hizmetkar liderlik ile lider-üye eDal, L. (2014). Hizmetkar Liderlik ile Lider-Üye Etkileşimi Arasındaki İlişki: Bir Devlet Üniversitesinde Araştırma. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Deniz, S., & Çimen, M. (2022). The Mediating Role of Work Alienation in the Effect of Workplace Ostracism on Employee Voice. *Hospital Topics*, 2022, 1-10., 102(4), 213-222.
- Diñer Ker, M., & Bitirim Okmeydan, S. (2007). Kurum Kültürü Çalışmalarında Anlayışı ile Değer Yaratmak. *İletişim Fakültesi Dergisi*(28), 61-72.
- Düger, Y. S. (2020). Lider-Üye Etkileşiminin Çalışan Sessizliği ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Psikolojik Güçlendirmenin Düzenleyici Rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(3), s. 1215-1236. doi:<https://doi.org/10.21547/jss.673582>
- Dyne, V., Soon, A., & C. , B. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs. *Journal of Management Studies*, 40(6), s. 1359-1392. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bpa.2022.04.002>
- Ekundayo , J. (2010). Presenting the Servant Leadership Model as a Panacea to Bad Leadership in Tertiary Education in West Africa. *The Online Journal*, 8(50).
- Fındıkcı, İ. (2009). *Bir Gönül Yolculuğu: Hizmetkar Liderlik*. Alfa Yayınları.
- Fındıkcı, İ. (2012). *Bir gönül yolculuğu: hizmetkâr liderlik*(Üçüncü Basım). İstanbul: Alfa yayınları.
- Greenleaf, R. (1977). Greenleaf, R. K. Servant Leadership. *A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*. Mahwah, NJ: Paulist Press.





- Henderson, L. M. (2013). Enhancing Safety Communication With Leadership: A Quantitative Study Of Leadership Style And Safety Voice. Arizona: Phoenix University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kılıç, K. C., & Yavuz, A. (2016). Hizmetkâr Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(30), 106-113.
- Kılıç, K. C., & Yavuz, A. (2016). Hizmetkâr Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(30), 106-113.
- Küçük, B., & Yavuz, E. (2021). Hizmetkâr Liderlik ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 5(1), 453-472.
- Lam, L., Loi, R., Chan, K., & Liu, Y. (2016). Voice More and Stay Longer: How Ethical Leaders Influence Employee Voice and Exit Intentions. *Business Ethics Quarterly*, 26(3), s. 277-300. doi:<https://doi.org/10.1017/beq.2016.30>
- Landau, J. (2009). When Employee Voice is Met by Deaf Ears. *SAM Advanced Management Journal*, 74(1), s. 4.
- Larry, S. (1996). Reflections on Robert K. Greenleaf and Servant Leadership. *Leadership & Organizational Development Journal*, 17(7), 33-35.
- Lepine, J., & VanDyne, L. (1998). Predicting Voice Behavior in Work Groups. *Journal of Applied Psychology*, 83(6), 853.
- Liden, R., Panaccio, A., Meuser, J., Hu, J., & Wayne, S. (2014). Liden, R. C., Panaccio, A., Meuser, J. D., Hu, J., & Wayne, S. (2014). 17 Servant leadership: antecedents, processes, and outcomes. . *The Oxford Handbook of Leadership and Organizations*, 357-379.







- Morrison, E., & Milliken, F. (2000). Organizational Silence: A barrier to Change and Development in a Pluralistic World. *Academy of Management Review*, 25(4), s. 706-725. doi:<https://doi.org/10.5465/amr.2000.3707697>
- Özyılmaz, B., & Ataç, L. O. (2019). Paternalist Liderlik Algısının Çalışan Sessliliğine Etkisi: Gıda Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(2), 397-410.
- Seitz, S. (1995). Servant Leadership: A Model for Developing College Students. *Metropolitan Universities*, 6(4), 113-122.
- Song, Y., Tian, Q.-t., & Kwan, H. K. (2022). Servant Leadership and Employee Voice: a Moderated Mediation . *Journal of Managerial Psychology*, 37(1), 1-14.
- Spears, L. (1993). Trustees as Servant-Leaders: A Report and Reference Guide. *International Journal of Value-Based Management*, 83-99.
- Tischler, L., Giambatista , R., McKeage, R., & McCormick , D. (2016). Servant Leadership and its Relationships with Core Self-Evaluation and Job Satisfaction. *The Journal of Values-Based Leadershi*, 9(1), 1-20.
- Valeri, D. P. (2007). The Origins Of Servant Leadership. 8. St. Louis, Missouri: Greenleaf University.
- W. Morrison, E. (2011). Employee Voice Behavior: Integration and Directions for Future Research. *The Academy of Management* , 5(1), s. 373-412. doi:<https://doi.org/10.5465/19416520.2011.574506>
- Yıldız, B. (2016). Hizmetkâr Liderlik Algısının Lider-Üye Etkileşimi Üzerindeki Etkisi: Kamu Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *JKafkas University, Journal Of Economics & Administrative Sciences Faculty/Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 499-517.
- Yoshida, D. T., Sendjaya, S., Hirst, G., & Cooper, B. (2014). Does Servant Leadership Foster Creativity and Innovation? A Multi-Level Mediation Study of Identification and Prototypicality. *Journal of Business Research*, 67(7), 1395-1404.





- Zhao, H. (2014). Relative Leader-Member Exchange and Employee Voice: Mediating Role of Affective Commitment and Moderating Role of Chinese Traditionality. *Chinese Management Studies*, 8(1), s. 27-40. doi:<https://doi.org/10.1108/CMS-01-2013-0016>
- Zou, W.-C., Tian, Q., & Liu, J. (2015). Servant Leadership, Social Exchange Relationships, and Follower's Helping Behavior: Positive Reciprocity Belief Matters. *International Journal-of Hospitality Management*, 147-156.



TINI-SOS

*The International New Issues In SOcial Sciences*



**Content Analysis of Graduate Theses Made in The Field of Education of The Concept of Atom in Turkey**

**Ali Kaya**, Dr. Lecturer, Gümüşhane University, Faculty of Engineering and Natural Sciences, Department of Physical Engineering, Türkiye,

akaya290@gmail.com

Orcid: 0000-0003-2326-0705

Year: 2024 Winter

Number: 12

Volume: 2

pp: 133-158.

Makalenin Geliş Tarihi: 22/12/2024

Kabul Tarihi: 30/12/2024

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

Doi: 10.5281/zenodo.14540207, <https://zenodo.org/records/14540207>

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





## **Content Analysis of Graduate Theses Made in The Field of Education of The Concept of Atom in Turkey**

**Ali Kaya**

### **Abstract**

This study aims to conduct a content analysis of the postgraduate theses on the education of the concept of atom in Turkey from 2000 to 2023. The document review method used within the qualitative research design was preferred. The theses were obtained by conducting a search in the "Thesis Center" of the Council of Higher Education (YÖK). "Thesis Classification Form" and "Thesis Screening Form" were used as data collection tools. Content analysis was performed on 51 theses that were conducted between 2000 and 2023 and whose full versions were accessed. It was observed that the theses were conducted in 25 different universities, using more than one data collection tool and analysis method. It has been determined that most of the theses were advised by professor-academics. It was determined that almost all of the theses were conducted in the form of research-studies, qualitative research approach was mostly used as the research method, the quasi-experimental model was mostly used as the research model, and students were generally used as the sample group. The most widely used data collection tools were interviews and achievement tests, while t-tests and content analysis were used as analysis techniques. In selecting thesis topics, the studies in which teaching methods were tried the most were conducted. Students commonly faced challenges in understanding the atom concept, with prevalent misconceptions identified.

**Keywords:** Turkey, Atom, Graduate Theses, Content Analysis

### **Türkiye’de Atom Kavramının Eğitimi Alanında Yapılmış Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi**

#### **Öz**

Bu araştırmanın amacı, 2000-2023 yılları arasında Türkiye’de atom kavramının eğitimi alanında yapılmış olan lisansüstü tezlerin içerik analizini yapmaktır. Araştırmada, nitel araştırma deseni içerisinde kullanılan doküman incelemesi yöntemi tercih edilmiştir. Tezlere, Yükseköğretim Kurulu’nun (YÖK) “Tez Merkezi” taranarak ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak “Tez Sınıflama Formu” ve “Tez Tarama Formu” kullanılmıştır. 2000-2023 yılları arasında yapılan ve tam sürümüne ulaşılan 51 teze içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Tezler 25 farklı üniversitede, birden





fazla veri toplama aracı ve analiz yöntemi kullanılarak yürütüldüğü gözlenmiştir. Tezlerde en fazla Prof. Dr. öğretim üyesi akademisyenlerin danışmanlık yaptığı belirlenmiştir. Tezlerin tamamına yakının araştırma-inceleme şeklinde yürütüldüğü, araştırma yöntemi olarak en fazla nitel araştırma yaklaşımının ve araştırma modeli olarak en çok yarı deneysel modelin kullanıldığı, genellikle öğrencilerin örneklem grubu olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Tezlerde en çok kullanılan veri toplama araçları mülakat ve başarı testleri iken, analiz tekniği olarak da t-testi ve içerik analizin kullanılmıştır. Tez konusu seçiminde en fazla öğretim yöntemlerinin denendiği çalışmalar yapılmıştır. Öğrencilerin atom kavramını anlamada zorluk çektiği ve yanlış anlamalara sahip olduğu belirlendi.

**Anahtar Kelimeler:** Türkiye, Atom, Lisansüstü Tezler, Eğitim-Öğretim, İçerik Analizi  
**JEL Classification:** J24

### 1. Introduction

Due to their creation, humans have always been interested in the events around them. This curiosity extended to understanding the structure of matter. The first views on the structure of matter date back to the 5th century BC. The Greek philosopher Democritus proposed that all matter was composed of very small, indivisible particles called atoms. Although this view of Democritus gave a basic idea about the structure of matter, it did not fully explain the situation. No contribution was made to this view for many years. Due to its small size, the structure of the atom has posed challenges in terms of explanation. In the late 19th century, Scientific facts about the structure of the atom emerged. The discovery of the electron by Thomson (1897) led to the establishment of the elementary particle field. The identification of the initial subatomic particle fundamentally altered our understanding of the physical realm, and subsequent advancements in the domain of particle physics have consistently enhanced atomic models. The best known of these are the Dalton (1805), Thomson (1904), Rutherford (1912) and Bohr (1913) atomic models. Currently, it is not wrong to say that atomic theory is one of the key concepts of our current scientific knowledge. The particulate structure of matter is considered a basic topic in the field of science, particularly in scientific education (Park & Light, 2009). Nevertheless, teaching the concept of the atom, envisioned by Richard Feynman as "a bit of imagination and thinking", posed a great challenge for teachers and students. This has been confirmed by researchers (Adbo & Taber, 2009; Griffiths & Preston, 1992; Harrison & Treagust, 1996; Samarapungavan et al., 2017) Furthermore, it should be highlighted that students' conceptions of particle models exhibit significant variations in terms of coherence levels (Wiser & Smith, 2008). In light of this reality,





researchers have undertaken numerous studies to ascertain and address the challenges associated with teaching the idea of the atom (Feher and Meyer 1992; Harrison and Treagust 1996; Ünlü, 2000; Taylan-Yıldız, 2006; Ünal, 2007; Adbo and Taber, 2009; Tağ, 2012; Netzell, 2014; Polat, 2014; Kiray, 2016; Erdamar, 2017; Kaya, 2018; Kardeş, 2018; Özkan, 2019; Alkan, 2022; Savaşan, 2023; Kaya, 2010; Kaya, 2018; Kaya, 2023; Suanda & Wahyudiati, 2023). These studies reveal that students do not fully understand the concept of atom, are confused about atomic models, and have many misconceptions. Additionally, studies have generally examined how successful different teaching methods are in teaching this concept to students.

Similar to the structure of an atom, the collective analysis of research undertaken in an area enhances the evaluation of the subject. The term used to refer to this research is content analysis. Such studies aim to consolidate the research undertaken in the pertinent subject, elucidate their distinctive features, or facilitate comparisons. It is crucial to examine and organize the research conducted in the field of education at certain intervals and to determine in which direction they show a trend to provide information to scientists who want to conduct research in related fields (Cohen, Manion, & Morrison, 2007). Scientists intending to conduct research in related fields can follow the trends identified in these studies and determine and advance their studies accordingly. As in this study, detailed evaluation studies on topics such as the topics covered by the researchers in the studies conducted in the field and what kind of methods they use will contribute to the development of the literature. In accordance with Bağcı's (2012) research, this approach involves a thorough examination of studies completed from the past to the present, allowing for the identification of flaws in the area. Such studies have also been conducted in the field of science education (Evrekli et al., 2011; Ilican and Gökçen, 2019; Polat, 2013; Sönmez and Hastürk, 2020). The study carried out by Ilican and Gökçen (2019) revealed that a greater number of thesis studies focused on "Scientific Process Skills" with younger participants. In Sönmez and Hastürk's (2020) study, it was determined that mixed methods were mostly used as the research method in theses, and the research group consisted mostly of pre-service science teachers (Sönmez and Hastürk, 2020). Research indicates that the number of doctoral dissertations in the field of science education that focus on the nature of science as their research topic is greater than those focusing on other themes (Sönmez ve Hastürk, 2020). It is observed that such studies are





not carried out on a conceptual basis and regarding the concept of atom in the research conducted in the field of science education.

The concept of the atom is essential in terms of science teaching. The fundamental notion of an atom serves as the foundation for comprehending several subjects in chemistry, including chemical bonds and molecular structure. Additionally, it plays a crucial role in understanding key components of living organisms in biology, as well as phenomena like electricity, magnetism, and metallic conductivity in physics (Aygen, 2019). Hence, an extensive understanding of the atom concept by students starting from primary school will enhance their grasp of the aforementioned subjects about to the domains of physics, chemistry, and biology. This will have a beneficial impact on their future academic pursuits and enhance their enthusiasm for the field of science. A review of the literature reveals that there is no study examining the postgraduate theses on the concept of the atom.

This study aimed to conduct a content analysis of the postgraduate theses on the education of the concept of atoms in the field of education from 2000 to 2023 in Turkey. For this purpose, answers to the following questions were sought:

Graduate theses on the concept of atom in Turkey:

- a. How is their distribution according to years?
- b. What are the academic titles of thesis coordinators?
- c. How is the distribution according to universities?
- d. Which research types were used?
- e. Which research methods were used?
- f. Which data collection tools were used?
- g. Which data analysis methods were used?
- h. How is the sample determined, and who or what are the samples?
- i. What are the topic selection and the results obtained?

## 2. Method

In accordance with the purpose of the study, the document analysis method, one of the qualitative research methods, was used. Document analysis is a research method used to make valid and reliable inferences from texts (Krippendorff, 2004).

Documents are important sources of information used effectively in qualitative research. Through the utilization of the document analysis method, researchers can acquire the necessary data without the necessity for





direct observation or interviews (Cardno, 2018; Sallabaş & Polat, 2022). This study utilized postgraduate theses as the primary source of research material.

### **Sample**

The sample of this study consists of postgraduate theses on the concept of atoms published in Turkey between 2000-2023 and whose full versions can be accessed. In the YÖK thesis database, 60 theses were reached by selecting the years “Atom,” “Education and Training,” and “2000-2023.”. 9 of these were not included in the evaluation because their full texts could not be accessed. 7 of the evaluated theses were doctoral and 44 were master's theses. The determined theses were saved to the computer environment in ‘pdf’ format from the website of the YÖK Presidency Thesis Center.

### **3. Data Collection Tools**

In this study, basic data on the theses studied in Turkey were collected with the "Thesis Classification Form". While preparing the thesis classification form, the screening forms used in some studies were taken into consideration (Sözbilir & Kutu, 2008; Bahar & Kiras, 2017; Kiras & Bahar, 2021). By using the thesis classification form, the type, year, university, and advisor title of the theses were categorized. These categories consisted of thesis year, thesis type (master's or doctoral), university where the thesis was conducted, author, advisor, and second advisor (if any). The subject and methodological data of the theses were obtained with the "Thesis Screening Form" as the coding list in this study. With the thesis screening form, descriptive features of the theses were categorized and classified. These categories are thesis topic, sample, research method, research model, data collection tools, and data analysis methods. Due to the fact that there may be more than one thesis topic, sample, research method and model, data collection tools, and data analysis methods in theses, the frequency of data belonging to these categories may be higher than the number of theses. Data such as the type of thesis (master's or doctoral), date of publication (year), thesis topic, author of the thesis, thesis advisor, and in which university the thesis was published were determined by examining the cover pages of the thesis. The thesis topic was first determined by looking at the title. In cases where it was not specified in the title, the thesis topic was determined by looking at the content of the thesis. In order to determine the methodological features of the theses, the abstracts of the theses were examined first. If the author provided the necessary information in the abstract, the data in the







abstract were used. However, in cases where the necessary information was not provided in the abstract, data were collected by examining the method section in the content of the thesis. The data obtained through the Thesis Classification Form and Thesis Screening Form were transferred to the findings in tables and text and analyzed, and the results were obtained.

#### **4. Data Analysis**

The data obtained from the theses were analyzed based on the content analysis method. Content analysis is a research technique that consists of organizing, classifying, comparing, and drawing theoretical conclusions from texts (Cohen, Manion, & Morrison, 2007). The data were organized according to concepts, and themes explaining the data were determined accordingly. The collected data were subjected to content analysis based on document analysis, and the meaningful parts of the data were named. The concepts obtained were classified with each other under a specific theme. These theses were grouped according to the date of their publication, the academic titles of their executives, the universities where they were conducted, the subject, the results, the research design, the data collection tool, the analysis method, the sample group and the number.

#### **Validity and Reliability**

The processes of accessing, evaluating and analyzing data were meticulously completed to ensure research validity and reliability. Code and theme checks were repeated, particularly during the analysis phase, to guarantee consistency. Upon completion of the data analysis, the names of the theses were imported into the Microsoft Excel program, and 10 theses were selected, with a random 20% number, and submitted to a second review, and the correspondence with the first data was examined. In order to achieve this purpose, the whole texts of the chosen theses were provided to an education specialist. Following a detailed explanation of the unit of analysis and the goal of the study to the researcher, the theses were requested to be recoded. The formula utilized for comparison between the derived data and the original data was  $[\text{Agreement} / (\text{Agreement} + \text{Disagreement}) \times 100]$  (Hubberman & Miles 2002; Başkan Takaoğlu, 2023). The level of agreement for the outcomes in this calculation was assessed to be 87%. Given that a result of 70% or more is considered to indicate complete agreement, it was determined that the data were credible. As the study was not conducted on humans, it does not require ethics committee permission.

#### **5. Findings**





The results obtained in the study were analyzed based on the research questions and are presented below. Distribution of postgraduate theses on the concept of the atom according to years:

The distribution of postgraduate theses on the concept of the atom according to years is given in Table 1.

Table 1. Distribution of Theses on the Concept of Atom in Turkey by Years

Years	Masters (f)	Doctorate (f)	Total	%
2000	1		1	2
2001	1		1	2
2002	2		2	4
2003	3		3	6
2004	2		2	4
2005	3		3	6
2006	1		1	2
2007	1	1	2	4
2009	2		2	4
2010	1	1	2	4
2011	3	2	5	10
2012	1		1	2
2013	2	1	3	6
2014	1		1	2
2015	4		4	8
2017	3		3	6
2018	2	1	3	6
2019	7		7	14
2022	2	1	3	6
2023	2		2	4
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>51</b>	<b>100</b>

As seen in Table 1, it is seen that between the years 2000-2023, except for four





years, between two and fourteen theses were conducted. The highest number of theses on the concept of the atom was 14 in 2019.

**Findings related to the academic titles of the executors of graduate theses on the concept of the atom:**

The titles of the faculty members involved in the execution of the theses on the concept of the atom are given in Table 2.

**Table 2.** Titles of thesis coordinators

Thesis type	Prof. Dr. (f)	Assoc. Prof. Dr. (f)	Assistant Proffesor (f)
PhD	4	3	-
Master's Degree	17	14	13
Total	21	17	13

It is seen that the faculty members who have theses are Professor Dr. and Associate Professor Dr. in doctoral theses and Professor Dr., Associate Professor and Assistant Professor Dr. in master's theses. It is seen that the faculty members who have the most thesis studies are professors.

**Distribution of postgraduate theses on the concept of the atom according to universities:**

Distribution of postgraduate theses on the concept of the atom according to universities Table 3.

**Table 3.** Universities with the highest number of theses on the concept of the atom

University	Master's Degree (f)	Doctorate (f)	Total
Gazi	10	1	11
Dokuz Eylül	4	-	4
Aksaray	3	-	3
Atatürk	1	2	3
Marmara	2	1	3
ODTÜ	3	-	3
Karadeniz Teknik	2	1	3





Muğla Sıtkı Koçman	2	-	2
Ağrı İbrahim Çeçen	1	-	1
Balıkesir	1	-	1
Celal Bayar	1	-	1
Erciyes	-	1	1
Fırat	1	-	1
Hacettepe	1	-	1
İnönü	1	-	1
İstanbul	1	-	1
Kastamonu	-	1	1
Kilis 7 Aralık	1	-	1
Necmettin Erbakan	3	-	3
On Dokuz Mayıs	1	-	1
Recep Tayyip Erdoğan	1	-	1
Trabzon	1	-	1
Selçuk	1	-	1
Van Yüzüncü Yıl	1	-	1
Yıldız Teknik	1	-	1
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>51</b>

Table 3 displays the results of postgraduate theses completed on the idea of the atom in 25 different universities. Gazi University has the most number of theses, with a total of 11.

**Results on the type of research conducted in the postgraduate theses on the concept of the atom:**

48 (94%) of the analyzed theses were in the research-study type, while only 3 (6%) were in the theoretical (review) type.

**Results on which research methods were used in postgraduate theses on the concept of the atom:**

An analysis of the studies shows that 5 (10%) were quantitative, 19 (37%) were mixed and 27 (53%) were qualitative.

Examining the studies in terms of model, it was seen that 9 (18%) were





surveys, 14 (27%) were case studies, and 28 (55%) were quasi-experimental.

Data analysis technique	f	%
t-test + Anova	4	7.84
Content analysis + Simple percentage calculation	4	7.84
Content + Descriptive analysis	4	7.84
t-test + variance analysis	3	5.88
t-test + mancova	3	5.88
Anova	3	5.88
t-test + content and descriptive analysis	2	3.92
Simple percentage calculation (percentage, mean, Standard deviation)	2	3.92
Percentage calculation	2	3.92
t-test	2	3.92
Anova+ Post-Hoc	1	1.96
Anova + Content analysis	1	1.96
Manova	1	1.96
Ancova	1	1.96
t-test + content analysis	1	1.96
t-test + Descriptive analysis	1	1.96
t-test + Wilcoxon signed rank test	1	1.96
Statistics + comparison tests + Variance analysis	1	1.96
Inductive analysis + Qualitative data analysis	1	1.96
Mann-Whitney Test analysis + Quantitative analysis	1	1.96
Analogy and Historical + Classical and Semi-classical Model	1	1.96
Chi-square test + Qualitative and Quantitative data analysis	1	1.96
Not specified	10	19.6

### Results regarding the data collection tools used in the postgraduate theses on the concept of the atom:

It was seen that more than one data collection tool was used in the theses. These are: interview and achievement test 21 (41%); questionnaire and achievement test 11 (22%); questionnaire, interview form, observation and open-ended question 10 (20%); attitude questionnaire, interview, concept





map, and evaluation form 6 (12%) and documents were used in three of them.

**Results of the data analysis methods used in the postgraduate theses on the concept of the atom:**

More than one analysis technique was used in the analyzed theses. These are given in Table 4 below together with their corresponding numbers.

**Table 4.** Data analysis techniques used in theses

As can be seen in Table 4, more than one data analysis technique was used in most of the theses.

**Sample group in postgraduate theses on the concept of the atom:**

Upon examining the sample methodology employed in the research, it is evident that 49 (96%) of them utilized random selection, whereas 3 (4%) studies relied on document-based sampling.

In most of the examined theses, the sample consisted of students, 39 (76%). In the others, 6 (12%) were prospective teachers, 2 (4%) were student-teachers, and in one, 2 (2%) were teachers. Two studies utilized books, whereas one study relied on academic publications.

**Discoveries pertaining to the topic of postgraduate theses on the concept of atom:**

The thesis themes are presented in Table 5, together with their corresponding frequency and percentage values.

**Table 5.** Frequency and percentage values of thesis subjects

Thesis topic	f	%
Studies testing teaching approaches, methods, models, strategies, and techniques	29	57
Determining students' level of understanding of the concept of atom	7	13
Determining misconceptions	4	8
Model development studies	4	8





Determining how students model the structure of the atom in their minds	3	6
Examining the presence of the concept of atom in textbooks	2	4
Research cognitive structures related to the concept of atom using different measurement tools	1	2
Determining students' perceptions of the concept of atom through metaphor	1	2

The thesis subjects are categorized into eight titles. It is clear that the teaching approaches, methods, models, strategies, and techniques that are thought to be successful for teaching the concept of atom were studied the most.

**Conclusions derived from the examination of the thesis results:**

In most of the theses, it was concluded that different teaching approaches, methods, strategies, and techniques compared with the traditional method were more successful in teaching the concept of the atom (Ünlü, 2000; Tağ, 2012; Salmaz, 2002; Zavrak, 2003; Oğuz, 2003; Aydın-Altuntaş, 2011; Akıllı, 2011; Gölçür, 2011; Ergün, 2013; Meydan, 2015; Ayık, 2017; Üçer, 2019; Güngördü, 2018; Mert, 2019; Kılıçoğlu, 2019; Topçuoğlu, 2022; Çolak, 2022; Gümüş, 2023). The methods used in the theses include conceptual change texts, active learning, interactive teaching, the team game tournament technique, three-dimensional computer-aided instructional materials, model and conceptual change texts, 3D computer models, cooperative learning, sequential activities based on observation and experiment, computer-aided three-dimensional visuals, interactive education, and animations. One of such studies, Elmacı (2013) investigated the contribution of preservice science teachers' learning styles to their conceptual understanding of atoms and bonds and found that it was not successful. In some of the theses, it is stated that primary, secondary, and university students do not sufficiently acquire the objectives and behaviors specified in the curricula in the fields of atomic structure, atomic models, shape of the atom, mental models related to the structure of the atom, and mental models related to the energy levels





of the atom (Hanoğlu, 2004; Taylan-Yıldız, 2006; Aygen, 2019; Özkan, 2019). The textbooks offer numerous atomic models and simulation models, but, they do not include the Modern Atomic Theory which is the valid and latest atomic model, and appropriate figures related to it are not included (Taylan-Yıldız, 2006). It is also stated that the atomic theories presented in chemistry textbooks do not adequately reflect the desired historical and philosophical dimensions (Kılıç, 2010). Kardeş (2018) argued in his thesis that the representation of the atom notion in textbooks is insufficient. Savaşan (2023) stated that some textbooks do not sufficiently examine the subject of atomic models in terms of history and philosophy of science, and in this context, there are inaccurate presentations in the textbooks. It is seen that more deficiencies are identified in the research conducted on book reviews.

Primary, secondary, and university students were selected as the sample, and it was stated that they had misconceptions about the concept of atom (Gündüz, 2001; Kılıcı, 2019).

## **6. Results and Discussion**

The results obtained depending on the research problem are given below. Except for the four years between 2000 and 2023, the number of theses ranging from one to nine was determined. The maximum number of theses was 9 in 2019 (Table 1). It was determined that a large number of theses were conducted on the concept of the atom in the field of education in Turkey. This situation is important in terms of showing that the concept of the atom has a complex structure and there are problems in its teaching.

It was determined that the academicians involved in the conduct of the theses related to the concept of the atom had the titles of Professor, and Associate Professor in doctoral theses and were conducted by Professor, Associate Professor and Doctor faculty members in master's theses. The number of theses conducted by faculty members decreases from higher to lower titles. This situation shows that in Turkey, experts with higher qualifications in their fields are mostly involved in conducting thesis studies in this field.

The studies were conducted in 25 distinct universities. The highest number







of theses produced by universities are Gazi (11), Dokuz Eylül (4), Aksaray (3), Atatürk (3), Marmara (3), METU (3), and Karadeniz Technical (3) universities, respectively (Table 3). These universities are institutions that have completed their faculty and physical development and have been in operation for many years. Possible factors contributing to the preference of graduate students for well-established universities over others include the presence of highly qualified academic staff, the university's long-standing history and positive reputation, and the perception of receiving a superior education.

Nearly all of the theses on the concept of atom are in the form of research examination (95%). The majority of these researches are conducted in the field with the purpose of enhancing the instruction of the atom concept. The difficulty in comprehending the concept of atoms among students has prompted numerous research studies aimed at identifying innovative teaching approaches. Our review reveals that the majority of research focuses on identifying more efficient approaches to teaching the idea of the atom (Table 5). It has been determined by many researchers in Turkey and other countries that the concept of the atom is not well understood by students and that they have misconceptions in this field (Anderson & Karrquist 1983; Feher & Meyer 1992; Harrison & Treagust 1996; Ünlü, 2000; Taylan-Yıldız, 2006; Ünal, 2007; Adbo & Taber, 2009; Kaya, 2010; Tağ, 2012; Netzell, 2014; Polat, 2014; Erdamar, 2017; Kaya, 2018; Kardeş, 2018; Özkan, 2019; Alkan, 2022; Savaşan, 2023). This situation may cause more field studies to be conducted in research on the subject. It is seen that there are very few studies examining the curriculum and documents that constitute the first step of education.

A qualitative approach and a quasi-experimental method were determined to be used in more than half of the theses on the teaching of the concept of the atom. This may be due to the fact that two different teaching methods are compared in most of the theses. Determining the most effective and applicable teaching method that can be used in teaching this concept in the education system is important. However, it is important that this method is applicable in the whole education system. This is because uneconomical





applications that require very special and technological equipment may cause problems in terms of cost and applicability.

The data collection tools used in the theses were interview and achievement test 21 (41%); questionnaire and achievement test 11 (22%); questionnaire, interview form, observation, and open-ended question 10 (20%); attitude questionnaire, interview, concept map, and evaluation form 6 (12%) and document 3 (5%). It was determined that more than one data collection tool was used in the theses. It is also recommended by researchers to use qualitative data collection techniques such as unstructured observation, unstructured interview, and document analysis in data collection in studies using such a qualitative approach and to follow a qualitative process by presenting the facts and events in their natural environment in a realistic and holistic way (Baltacı, 2019). Erdoğan and Çağiltay (2009) and Dilek et al., (2018) reported that similar data collection tools were used in theses. In their study on the content analysis of articles published in the field of physics education, Kaltakçı-Gürel et al., (2017) stated that the achievement test was mostly used as a data collection tool. This study also states that most of the studies conducted in Turkey in the field of physics education are studies aimed at finding more successful methods in teaching the selected subjects. Similar results were obtained in our study. We can conclude from this situation that students have difficulty in understanding physics topics. It was determined that content analysis, t-test, analysis of variance, ANOVA, MANOVA, percentage, descriptive analysis, mean, and standard deviation values were mostly used in the analysis of thesis data. Upon analyzing the thesis subjects, it was seen that researchers predominantly utilized the t-test to assess shortcomings in concept teaching and to compare the effectiveness of two distinct techniques employed for their resolution. Furthermore, it was ascertained that the interview approach was employed as a means of gathering data to directly assess the students' expertise in the field and elicit their perspectives on the subject matter. As the data obtained from the interviews were qualitative, they were evaluated by content and descriptive analysis methods.

It has been determined that students are mostly used as samples in theses





related to the concept of atoms. The reason for this phenomenon may stem from the belief that the challenges encountered in teaching this idea and potential solutions can be addressed through research undertaken in a different discipline.

The theses mostly utilized studies that examined the impact of teaching theories, models, approaches, methods, and strategies on academic performance while selecting subjects. Other thesis topics focused on assessing the students' comprehension of the notion of atoms, including their structure, models, and the visual aids utilized to teach this subject. Similar topics have been investigated by many researchers in countries other than Turkey (Anderson & Karrquist 1983; Harrison & Treagust 1996; Adbo & Taber, 2009; Aguiar & Correia, 2016; Delvia et al., 2021; Nkadimeng & Ankiewicz, 2022; Sa'diyah & Lutfi, 2023; Susanti et al., 2023; Yauna et al., 2023). This may be because the atom is abstract, smaller than microscopic size, and it takes a very long time to determine its structure, and in this process, many theories (models) have emerged by scientists. From this, it can be concluded that there are problems in teaching the concept of the atom in general and it is difficult for students to comprehend this subject. Recently, it has been determined that augmented reality applications have started to be used in teaching the concept of the atom and positive results have been obtained (Güngördü, 2018). When deciding on thesis subjects, it is evident that the examination and incorporation of the atom concept in curricula and textbooks have not been thoroughly investigated. Nevertheless, the initial and most important stage of teaching is the process of planning. Mistakes made in this context can lead to significant complications in practical application. In his research on the subject, Kaya (2023) argued that the deficiencies in the inclusion of the concept of atom in the primary education curriculum make it difficult to comprehend the subject and cause misunderstandings. Şenkal & Dinçer (2016), in their research on the tendency of the studies on physics education in Turkey, determined that most of the research was conducted on learning approaches as in our study. It is acknowledged that these researchers are unable to offer efficient and enduring answers to the field. Engaging in further research in domains such





as curricula, textbooks, and laboratory applications can have a beneficial impact on physics education. In addition, it should not be forgotten that using innovative and effective current techniques such as virtual reality, augmented reality, and artificial intelligence in physics teaching will be effective in teaching the course.

The theses revealed that numerous methods, strategies, and models were explored in relation to the instruction of the atom concept. However, the impact level of this success is relative, and as a result, their usability within the education system in order to be used in teaching is a matter of discussion. It is important to remember that there are issues regarding the availability of essential tools and technological equipment in schools, as well as the competence of teachers to effectively implement these approaches. It would not be wrong to say that the majority of teaching approaches (such as popular scientific articles, sequential activities based on observation and experimentation, 3D computer models, etc.) chosen as alternatives in the thesis investigations are not appropriate for widespread application. It is suggested that the long-term spiral approach is the most appropriate model for teaching about the particle nature of matter (Margel et al., 2008). From this point of view, we can state that the studies to determine the method to be used in teaching the concept of the atom are ongoing.

In the results obtained in the theses, it was determined that primary, secondary and university students obtained incomplete acquisitions related to the concept and structure of the atom. In Özkan's (2019) study, an analysis was conducted on the drawings and explanations provided by pre-service science teachers about the notions of "atom" and "structure of atom." This study found that only a small number of pre-service teachers provided scientifically accurate responses for both concepts (Özkan,2019). There are many studies with similar results (Anderson & Karrquist 1983; Feher & Meyer 1992; Harrison & Treagust 1996; Ünlü, 2000; Taylan-Yıldız, 2006; Ünal, 2007; Adbo & Taber, 2009; Kaya, 2010; Delvia et al., 2021; Nkadimeng & Ankiewicz, 2022; Sa'diyah & Lutfi, 2023; Susanti et al, 2023; Yauna et al, 2023). To solve this problem, education planners can be helped by conducting extensive thesis studies, starting with planning in the education





system for teaching the concept of atoms, textbooks, teaching methods and techniques, and how teachers will make presentations.

It has been determined that there are some deficiencies and errors related to the presentation of the concept of atom in textbooks (Taylan-Yıldız, 2006; Kılıç, 2010; Kardeş, 2018; Savaşan, 2023). Again, according to the results of the thesis, it was determined that students have misconceptions about the concept of atom (Gündüz, 2001; Kılıcı, 2019). One of the main sources for teaching a concept is the textbooks published in that field. Maximum attention should be paid to the preparation of books. Conducting such research can make positive contributions to the teaching of the concept of the atom.

It has been observed in the theses that the curriculum and course materials have not been sufficiently researched. Determining the positive and negative aspects of the curriculum and materials in the understanding of the subject in the theses can make significant contributions to solving the problems related to teaching the concept of the atom. The suitability of the curriculum and materials for the student age groups, their presentation, and whether the teaching materials are prepared appropriately in education should be discussed. In his research in this field, Kaya (2023) states that including atomic models in the primary school curriculum makes teaching the concept of atoms difficult and causes misconceptions. More research should be done on the curriculum and textbooks, which are the products of planning, which is the first step of education.

This study is expected to serve as a reference for researchers doing future graduate studies and for anyone involved in the instruction of the atom concept.

**Informed Consent Statement:** Informed consent was obtained from all participants involved in the study. **Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors upon request, without undue reservation.





## References

- Adbo, K., ve Taber, K. Learners’ mental models of the particulate nature of matter: A study of 16-year-old Swedish science students. *International Journal of Science Education*, 31(6), 757- 786.
- Aguiar, J. G., & Correia, P. R. (2016). Using concept maps as instructional materials to foster the understanding of the atomic model and matter-energy interaction. *Chemistry Education Research and Practice*, 17(4), 756-765.
- Akıllı M., 2011. Fen bilgisi eğitimi 2. sınıf öğrencilerine “atomun yapısı” konusunun 3d bilgisayar modelleri yardımıyla öğretimi, Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erzurum.
- Akyol, D., (2009) Fen alanlarında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin zihinlerindeki atom modellerinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Alkan M., (2022) Ortaokul 7. sınıf öğrencilerinin atom kavramına ilişkin algılarının metafor aracılığıyla belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Aydın-Altuntaş, M., 2011. Model ve Kavramsal Değişim Metinlerinin Birlikte Kullanılmasının İlköğretim 7. Sınıf öğrencilerinin ‘Atomun Yapısı’ Konusunu Anlamaları Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon
- Anderson, B. ve Karrquist, C., (1983). How Swedish Pupils, Aged 12-15 Years, Understand Light and Its Properties. *Journal of Science Education*, 5(4), pp. 316-322.
- Arabacıoğlu S., (2013) Lucretius’tan günümüze atom kavramının gözlem ve deneye dayalı ardışık etkinlikler ile öğretimi, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Aygen A., (2019) Kimya Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Atom Modelleri İle İlgili Kavramsal Anlamaları, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Ayık Z., 2017. Understanding Progressive Nature of Science Based on History And Philosophy of Science Perspective: Thomson, Rutherford and Bohr Atom Theories, Yüksek Lisans, Yıldız Technical University Graduate School of Natural And Applied Sciences, İstanbul.
- Bahar, M., & Kiras, B. (2017). Türkiye’de yayımlanan çevre eğitimi konulu makale ve tezlerin genel analizi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi





- Eğitim Fakültesi Dergisi, 17(4), 1702-1720.  
<https://doi.org/10.17240/aibuefd.2017.17.32772-363962>
- Kiras, B., & Bahar, M. (2021). Türkiye’de 1990-2017 yılları arasında fen eğitimi alanında yapılan tezlerin konu yönelimi ve yöntemsel analizi. Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi, 4(2), 333-354.  
<http://doi.org/10.33400/kuje.951253>
- Başkan Takaoğlu, Z. (2023). Sosyobilimsel Konulara Yönelik Yürütülen Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi: Sistematik Bir Analiz. Milli Eğitim Dergisi, 52(237), 547-576. <https://doi.org/10.37669/milliegitim.1075185>
- Bağcı, Ş. (2012). Sınıf öğretmenliği lisansüstü tezlerinin karakteristik özellikleri: Tematik, metodolojik ve istatistiksel yönelimler (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Cardno, C. (2018). Policy document analysis: A practical educational leadership tool and a qualitative research method. *Educational Administration: Theory and Practice*, 24(4), 623-640.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). Research methods in education (6th ed.). New York: Routledge.
- Çolak E., 2022. Atomla ilgili kavram karikatürleri ile desteklenmiş çevrim içi fen bilimleri derslerinin tasarlanması ve değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Rize.
- Delvia, T. F., Mufit, F., & Bustari, M. (2021). Design and validity of physics teaching materials based on cognitive conflict integrated virtual laboratory in atomic nucleus. *Pillar of Physics Education*, 14(1), 05-14.
- Dilek A., Baysan S., Öztürk A. A., (2018). Türkiye’de Sosyal Bilgiler Eğitimi Üzerine Yayımlanan Tezlerin Araştırılması: Bir İçerik Analizi Çalışması. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 22(2), 581-602.
- Elmacı E., (2013) Fen bilgisi öğretmen adaylarının güdüsel inançları ve öğrenme stillerinin kavramsal anlamalarına etkisi: atom ve bağlar konusu, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğmuş, F. U., & Çağıltay, K. (2009). Türkiye’de eğitim teknolojileri alanında yapılan master ve doktora tezlerinde genel





- eğilimler. *Akademik Bilişim*, 9, 11-13.
- Evrekli, E., Didem, İ. N. E. L., Deniz, H., & Balım, A. G. (2011). Fen Eğitimi Alanındaki Lisansüstü Tezlerdeki Yöntemsel ve İstatistiksel Sorunlar. *İlköğretim Online*, 10(1), 206-218.
- Ergün A., 2013. Atom ve molekül konusunda kavram yanlışlıkları ve bunları iyileştirmek için örnek etkinlikler, Doktora tezi, Gazi Üniversitesi / Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Erdamar N., 2017. İşbirlikli öğrenme yönteminin 11. sınıf öğrencilerinin atomun yapısı ve atom modelleri konusundaki kavramsal başarılarına etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi / Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Feher, E. ve Meyer, K. R., (1992). Children's Conceptions of Color, *Journal of Research in Science Teaching*, V. 29 N. 5 pp. 505-520.
- Golgır S., 2011. Genel kimyada atom ve kuantum sayıları konusunda işbirlikçi öğrenmenin öğrencilerin akademik başarılarına etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Ün., Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Griffiths, A. K., & Preston, A. K. (1992). Grade-12 students' misconceptions relating to fundamental characteristics of atoms and molecules, *Journal of Research in Science Teaching*. *Journal of Research in Science Education*, 29(6), 611-628. <https://doi.org/10.1002/tea.3660290609>
- Gümüş Ö., 2023. Yapılandırmacı öğrenme tabanlı etkileşimli doğrudan öğretim yaklaşımıyla "Atom modelleri" konusunun öğretimi, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Gündüz A., 2001. İlköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinde atom ve molekül kavramı, Yüksek Lisans Tezi, Gazi.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güngördü D., (2018). Artırılmış gerçeklik uygulamalarının ortaokul öğrencilerinin atom modelleri konusuna yönelik başarı ve tutumlarına etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü
- Hanoğlu S., 2004. Öğrencilerin atom ve atomun enerji seviyeleri ile ilgili görüşleri, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Harrison A. G., & Treagust, D.F. (1996). Secondary students' mental models of atoms and molecules: implications for teaching chemistry. *Science Education*, 80(5), 509-534. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-237X\(199609\)80:5%3C509::AID-SCE2%3E3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-237X(199609)80:5%3C509::AID-SCE2%3E3.0.CO;2-F)







- Hubberman, M. ve Miles, M. B. (2002). The qualitative researcher's companion. Sage.
- İlıcan, S., & Gökçen, A. V. A. R. (2019). Okul Öncesi Fen Eğitimi Alanında Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi (2013-2017). *The Journal Of Academic Social Science*, 71(71), 1-16.
- Kaltakçı-Gürel D., Sak M., Ünal Z. Ş., Özbek V., Candaş Z., Şen S., (2017). 1995-2015 Yılları Arasında Türkiye’de Fizik Eğitime Yönelik Yayımlanan Makalelerin İçerik Analizi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi ISSN:1302-8944 Sayı: 42 Sayfa: 143-167
- Kaya A., (2010). Fen bilgisi öğretmen adaylarının ışık ve atom kavramlarını anlama seviyelerinin tespiti, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 15-37.
- Kaya A., (2018). Ortaöğretim Öğrencilerinin Atom Kavramını Anlama Seviyelerinin Tespiti, *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, ISSN 2148-6999 Cilt-Volume 5, Sayı- Number 1, Mayıs, s. 1-9.
- Kaya, A. (2023). Addressing student misconceptions about atoms and examining instructor strategies for overcoming them. *Journal of Pedagogical Research*, 7(4), 251-262.  
<https://doi.org/10.33902/JPR.202323077>
- Kardeş H., 2018. Ortaokul 7. sınıf fen ders kitaplarındaki atom modellerinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya
- Kılıcı A. T., (2019), Ortaokul 7. Sınıf öğrencilerinin Atom Kavramı Hakkındaki Kavram Yanılgıları, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya
- Kılıç F., 2010. Ortaöğretim kimya ders kitaplarında atom teorilerinin sunumunun bilim tarihi ve felsefesi açısından incelenmesi ve öğretmen görüşleri, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ortaöğretim Fen ve Matematik öğretmenliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Kılıçoğlu, F. (2019). “Maddenin tanecikli yapısı” konusunun model ve modellemelerle öğretiminin öğrencilerin başarısı ve atomla ilgili zihinsel modelleri üzerine etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Trabzon.
- Kiray S. A. (2016). The pre-service science teachers’ mental models for





concept of atoms and learning difficulties. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 4(2), 147-162.

- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Margel H., Eylon B. S., & Scherz Z. (2008). A longitudinal study of junior high school students' conceptions of the structure of materials. *Journal of Research in Science Teaching: The Official Journal of the National Association for Research in Science Teaching*, 45(1), 132-152.
- Mert V., (2019). Kavram haritası yönteminin modern atom teorisi ünitesinin öğretiminde akademik başarıya etkisi, Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Meydan A. M, (2015), Atomun Yapısı Konusunda Uygulanan 7e Öğrenme Modelinin Öğrencilerin Akademik Başarısı ve Tutumlarına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağrı.
- Netzell E., 2014, Using models and representations in learning and teaching about the atom- A systematic literature review, Linköpings universitet, Institutionen för fysik, kemi och biologi 581 83 Linköping
- Nkadimeng M. & Ankiewicz P. (2022). The affordances of Minecraft education as a game-based learning tool for atomic structure in junior high school science education. *Journal of Science Education and Technology*, 31(5), 605-620.
- Oğuz B., 2003. İnteraktif öğretimin öğrenci başarısına etkisine bir örnek: atom teorisi ve yapısı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans, İzmir.
- Özkan E. B. (2019). Fen Bilgisi öğretmen Adaylarının “Atom ve Atomun Yapısı” Konuları İle İlgili Algılarının Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aksaray
- Park E. J. & Light G. (2009) Identifying atomic structure as a threshold concept: Student mental models and troublesomeness. *International Journal of Science Education*, 31(2), 233-258.  
<https://doi.org/10.1080/09500690701675880>
- Polat M. (2013). Fen Bilimleri Eğitimi Alanında Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezleri Üzerine Bir Araştırma: Celal Bayar Üniversitesi Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*(35), 46-58.
- Polat H., 2014. Atomun yapısı konusunda argümantasyon yönteminin





- ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin başarısı üzerine etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Sa'diyah A., & Lutfi, A. (2023). Atomic Structure Teaching Module with PhET Simulation to Increase Student Motivation and Learning Outcomes. *Hydrogen: Jurnal Kependidikan Kimia*, 11(4), 459-468.
- Sallabaş F. & Polat T. (2022). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde teknoloji tabanlı konular üzerine yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Aydın Tömer Dil Dergisi*, 7(2), 183-212.
- Salmaz Ç., (2002). Lise 1. Sınıftaki öğrencilerin atom ve yapısı konusundaki yanlış kavramlarının belirlenmesi ve giderilmesi üzerine yapılandırıcı yaklaşımın etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi. Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Samarapungavan A., Bryan L. & Wills J. (2017). Second graders' emerging particle models of matter in the context of learning through model-based inquiry. *Journal of Research in Science Teaching*, 54(8), 988-1023.
- Savaşan E., 2023. Türkiye'de son on yılda yayınlanmış kimya ve fizik ders kitaplarındaki atom modelleri konusunun belirlenen kriterler doğrultusunda bilim tarihi ve felsefesi çerçevesinde incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Şenkal, O., & Dinçer, S. (2016). Türkiye'de fizik eğitimi-öğretimi ile ilgili yapılan çalışmaların eğilimi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 57-70.
- Sönmez D. & Hastürk G. (2020). Türkiye'de Fen Eğitimi Alanında Doktora Düzeyinde Yapılan Tez Çalışmalarının Bibliyografik Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3174-3194.
- Sözbilir M. & Kutu H. (2008). Development and current status of science education research in Turkey. *Essays in Education [Special issue]*, 1-22.
- Suanda N. & Wahyudiati D. (2023). Ethnochemistry: Analysis of the Relevance of Material Atomic Structure with the Ngejot Tradition as a Source for Learning Chemistry. *Hydrogen: Jurnal Kependidikan Kimia*, 11(3), 267-274.
- Susant A., Mawardi, M. & Suryani O. (2023). Development of TextBook to Support Merdeka Curriculum on the Atomic Structure of Phase E. *Edunesia: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 5(1), 101-125.
- Topçuoğlu N., (2022). Kimya eğitiminde atom ve molekül yapılarının





- öğretiminde üç boyutlu tasarım uygulamaları, Doktora, Kastamonu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kastamonu.
- Üçer S., (2019). Fen öğretiminde popüler bilim makalelerinin rolü: atom kavramı örneği, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aksaray.
- Ünal S., 2007. Atom ve molekülleri bir arada tutan kuvvetler konularının öğretiminde yeni bir yaklaşım: BDÖ ve KDM'nin birlikte kullanımının kavramsal değişime etkisi, Doktora tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon
- Ünlü S., 2000. Kavramsal değişim yöntemlerinin çocukların atom, molekül ve madde kavramlarını anlamadaki başarılarına etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Taber K. S. (2009). The atom in the chemistry curriculum: Fundamental concept, teaching model or epistemological obstacle? *Foundations of Chemistry*, 5, 43-84.
- Tağ M. S., 2012. Atomun Yapısı Konusunu öğrenmede Klasik Yöntemler ile Bilgisayar Destekli öğretimin öğrenci Başarısına Etkileri, Yüksek Lisans Tezi Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,
- Taylan-Yıldız H., (2006) İlköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin atomun yapısı ile ilgili zihinsel modelleri, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Yauna, F., Sopandi, W., & Wahyu, W. (2023). Profile of Student's Actual Competencies on Atomic Structure Topic using E-Module based on RADEC Model. *Journal of World Science*, 2(10), 1591-1598.
- Wiener, J. (2020). Science teachers' conceptions of atomic models. *European Journal of Mathematics and Science Education*, 1(2), 67-80. <https://doi.org/10.12973/ejmse.1.2.67>.
- Zavrak, M., 2003. Lise Kimya programında atomun yapısı ünitesinde aktif öğrenme yöntemlerinin uygulanması, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.



TINI- SOS

*The International New Issues In Social Sciences*



**Dijital Pazarlama ve Hizmet Kalitesi için Yapay Zekâ Kullanımı: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma**

Necati Çakır

Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Teknik Üniversitesi, necaticakr@gmail.com

Orcid: 0009-0000-1057-7418

Ramazan Nacar

Prof. Dr., Bursa Teknik Üniversitesi, ramazan.nacar@btu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-4443-974X

Year: 2024 Winter

Number: 12

Volume: 2

pp: 159-186.

Makalenin Geliş Tarihi: 17/12/2024

Kabul Tarihi: 27/12/2024

Makalenin Türü: Araştırma makalesi

Doi: 10.5281/zenodo.14545953, <https://zenodo.org/records/14545953>

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





## Dijital Pazarlama ve Hizmet Kalitesi için Yapay Zekâ Kullanımı: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma<sup>1</sup>

Necati Çakır  
Ramazan Nacar

### Öz

Günümüzdeki hızlı teknolojik ilerlemeler ve bilgiye kolay erişim, tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesini sağlamaktadır. Bu gelişmelerle paralel olarak yapay zekâ, şirketlerin dijital pazarlama stratejilerinde rekabet avantajı sağlamada önemli bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmada, havacılık sektöründe dijital pazarlama alanında yapay zekânın rolü ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, bir havayolu şirketinin pazarlama departmanında çalışan 209 yapay zekâ kullanıcısına çevrimiçi anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS ile analiz edilmiştir. Analizlerde tanımlayıcı istatistiklerin ardından faktör analizi, güvenilirlik analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonuçları, yapay zekâ kullanımına yönelik genel tutumun hizmet kalitesini ve memnuniyeti olumlu etkilediğini, ancak algılanan değeri etkilemediğini ortaya koymaktadır. Hizmet kalitesinde yapay zekâ kullanımı, hem algılanan değer hem de memnuniyet üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. Ayrıca algılanan değer ve memnuniyetin, dijital pazarlama davranışını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgular, yapay zekâ kullanımının hizmet kalitesi, algılanan değer, memnuniyet ve dijital pazarlama davranışları üzerinde önemli etkiler oluşturduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelime:** Dijital Pazarlama Davranışı, Yapay Zekâ Kullanımı, Havacılık Sektörü.

**JEL Kodu:** M31

**The Use of Artificial Intelligence for Digital Marketing and Service Quality: A Study in the Aviation Sector**

### Abstract

The rapid technological advancements and easy access to information in today's world have made consumers more conscious. In parallel with these developments, artificial intelligence (AI) has started to be used as a significant tool for gaining a competitive advantage in companies' digital marketing strategies. This study

<sup>1</sup> Bu makale ilk yazarın lisansüstü tez çalışmasından türetilmiştir.





examines the role of AI in the field of digital marketing within the aviation sector. As part of the research, an online survey was conducted with 209 AI users working in the marketing department of an airline company. The collected data were analyzed using SPSS. Following descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, and regression analysis were employed in the analyses. The research results reveal that the general attitude toward AI usage positively impacts service quality and satisfaction but does not affect perceived value. The use of AI in service quality creates positive effects on both perceived value and satisfaction. Furthermore, it was found that perceived value and satisfaction positively influence digital marketing behavior. These findings demonstrate that the use of AI has significant effects on service quality, perceived value, satisfaction, and digital marketing behaviors.

**Keywords:** Digital Marketing Behavior, Artificial Intelligence Usage, Aviation Sector.

**JEL Code:** M31

## 1. Giriş

Günümüzde, hızlı teknolojik değişimlerin yaşandığı gözlemlenmektedir. Tüm kurum ve kuruluşlar, bu değişimlere ayak uydurabilmek ve uyum sağlamak amacıyla hazırlıklı olmak zorundadır. Ayrıca, yapay zekâ başta olmak üzere teknolojik konularla ilgili çalışmalar, tek bir departmanın değil, tüm departmanların koordineli bir şekilde çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Dijital pazarlamanın yönetimi, geleneksel pazarlamanın ötesinde teknik araçlar ve yapay zekâ yöntemlerini de içermektedir (Alan vd., 2018: 494).

Bilgi Çağı ya da Dijital Çağ olarak tanımlanan 21. yüzyılın ilk çeyreğinin sonunda, bilgi devriminin etkileri birçok bölgede hissedilmektedir. Hayatın her alanını etkileyen teknolojik gelişmeler, insanlara büyük faydalar sağlamaktadır. Bununla birlikte, çeşitli çevrelerde yapay zekânın daha da geliştirilmesi konusunda endişeler bulunmaktadır. Bu endişeler genel olarak yapay zekânın kontrolden çıkabileceği yönündedir (Bulunmaz, 2016: 350). Yapay zekâ etrafındaki korku ve endişelerin büyük bir kısmı, yapay zekânın doğası hakkındaki belirsizliklerden ve yanlış anlaşılmalardan kaynaklanmaktadır. Yeni bir aşamaya geçiş genellikle zorlu bir süreçtir ancak korku ve endişelerin azaltılması başarılı sonuçlar doğurabilir. Bu durum, teknoloji ve internet teknolojilerinin gelişiminin yanı sıra iletişim kanallarının da hızla gelişmesini sağlamıştır (Akçetin vd., 2017: 110).

İnternet teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte, giderek daha fazla insan kendi işine ilgi duymaktadır. Günümüzde daha bilgili müşteriler ve vasıflı





çalışanlar, dijital pazarlamayı hedefleyen kuruluşlar için önemli bir odak noktası olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte, dijital pazarlama odaklı yapay zekâ kavramı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, havayolu şirketleri dijital pazarlama ile daha güçlü ilişkiler kurabilmek adına çeşitli akıllı programlar geliştirerek varlıklarını sürdürebilirler. Dijital pazarlamanın değerinin korunması, artırılması ve topluma fayda sağlanması ancak sağduyu ile mümkün olabilecektir (Atalay ve Çelik, 2017: 158).

Her sektör gibi havacılık sektörü de dünyadaki teknolojik gelişmeleri takip etmektedir. Dijital pazarlama, havayolu şirketlerinin yapay zekâ kullanımına ilişkin birçok alanda uygulanabilmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, havayolu sektöründe dijital pazarlama davranışlarında yapay zekâyâ yönelik genel tutumları ve yapay zekânın hizmet kalitesi üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmada, havacılık sektöründe dijital pazarlamada yapay zekânın rolü incelenerek hizmet kalitesinin artırılmasına ve yapay zekâyâ yönelik tutumların dijital pazarlama davranışlarına etkisine dair önemli katkılar sunulması amaçlanmaktadır. Bu alandaki araştırmaların sınırlı sayıda olması sebebiyle, bu çalışmanın yapılması önemli bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, havacılık sektöründe dijital pazarlamada yapay zekânın rolünü inceleyerek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Akçetin vd. (2017: 111) tarafından da vurgulandığı gibi, dijital pazarlama stratejilerinde yapay zekâ uygulamaları hizmet kalitesini artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Ancak mevcut literatürde, bu uygulamaların havacılık sektörüne özgü etkilerini ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Kaya vd. (2022) tarafından yapılan araştırma, genel dijital pazarlama bağlamında yapay zekânın tüketici davranışlarına etkisini incelemiştir. Bu çalışmanın aksine, bizim araştırmamız sektörel bir odaklanma sağlayarak havacılık endüstrisindeki özgün etkileri analiz etmektedir. Ayrıca, Tamer ve Övgün (2020: 776) çalışmasından farklı olarak, yapay zekâyâ yönelik genel tutumların dijital pazarlama davranışlarına etkisini de detaylı bir şekilde irdelemektedir.

Bu kapsamda, araştırma bulgularının sektöre özgü yapay zekâ uygulamalarının geliştirilmesine yönelik rehberlik etmesi ve dijital pazarlama literatürüne teorik ve pratik katkılar sağlaması beklenmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

İnternet teknolojisinin hızlı gelişimi, pazarlama sektörüne yeni fırsatlar







sunmuştur (Alan vd., 2018: 495). Bu dijital devrim, dünyayı tek bir pazara dönüştürmüştür. Değişen bu pazarda ayakta kalabilmek için şirketler, yeni teknolojileri altyapılarına entegre etmeye çaba göstermektedir. Şirketlerin hayatta kalabilmesi için pazarlama stratejilerini değiştirmeleri gerekmektedir. İnternet teknolojilerinin gelişimi, tüketici davranışlarını önemli ölçüde değiştirmiştir (Bulunmaz, 2016: 351). Sanayileşme sonrası tüketici davranışlarındaki değişim, teknolojik gelişimden oldukça farklıdır (Aylak vd., 2020: 102).

### **Dijital Pazarlama**

Değişimi fark eden şirketler, müşterilere ulaşmak için iş geliştirme ve pazarlama yöntemlerini değiştirmiştir. Bu yeni bakış açısı, dijital pazarlama kavramının doğmasına yol açmıştır (Fidan ve Yıldırım, 2020: 138). Dijital pazarlama, hedef kitleye ulaşmak, onları müşteriye dönüştürmek ve elde tutmak için internet teknolojilerini kullanan ürün veya hizmetlerin niceliksel ve etkileşimli bir şekilde pazarlanması olarak tanımlanabilir. Literatürde dijital pazarlama terimi, internet pazarlaması, e-pazarlama ve etkileşimli pazarlama terimleriyle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Nair, 2016: 4). Buradaki temel amaç, dijital pazarlama kanalları aracılığıyla üreticileri teşvik etmek, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak ve satışları artırmaktır (Gedik, 2020: 65).

Genel olarak dijital pazarlama, tüm pazarlama yöntemlerinin internet teknolojisi kullanılarak gerçekleştirilen bir pazarlama yöntemi olarak ifade edilebilir. Bu yöntem, mobil cihazlar, video reklamlar, sosyal medya platformları, arama motoru optimizasyonu ve diğer dijital araçlar aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir (Işıl, 2021: 45). Müşterilere anında erişim, etkileşim, talep üzerine güncellenebilme gibi özellikleri nedeniyle dijital pazarlama, rekabet avantajı yaratmaktadır (Tamer ve Övgün, 2020: 777).

Şirketler, pazarda ayakta kalabilmek için elektronik kanal ve cihazları kullanmakta, hedef kitleye yönelik reklam faaliyetlerini etkin, kapsamlı bir şekilde yürütmek için teknolojiyi kullanmakta, etkileşimli ve etkileşimli olmayan tüm faaliyetleri gerçekleştirmek için veri tabanlarını, web sitelerini, mobil/kablosuz iletişimleri ve e-postayı kullanmaktadır. Müşteriler için değer yaratan pazarlama faaliyetleri, dijital televizyon ve posta gibi dijital teknolojiler kullanılarak gerçekleştirilen tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Kannan ve Li, 2017: 23).





İnternet platformları ve özellikle sosyal medya aracılığıyla, reklam ve satış promosyonları yoluyla şirketlerin satış hedeflerini gerçekleştirmesi, marka ve imaj yönetimini iyileştirmesi ve tüketicilerle etkili ve hızlı bir iletişim kurması amacıyla yürütülen faaliyetler bütünüdür (Işlar, 2021: 62).

Dijital pazarlama, geleneksel pazarlama faaliyetlerinin dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilmesi olarak görülmekle birlikte, hedef kitleyle etkileşimde genişletilebilirlik, yeniliklere uyum ve yaratıcılık gibi rekabet avantajları sağlamaktadır. Bu avantajlar, müşterilerin pazarlama süreçlerine fikir, geri bildirim ve deneyimleriyle katkıda bulunmasını mümkün kılarak onlara önemli ölçüde tasarruf, iş gücü ve zaman kazancı sunmaktadır. Şirketlere ise pazarlama stratejilerini değerlendirme, ölçme ve elde edilen sonuçlara göre gerekli müdahaleleri ya da iyileştirmeleri zamanında gerçekleştirme imkânı tanıyan güçlü bir yönetim kapasitesi sağlamaktadır (Bulunmaz, 2016: 357).

Dijital pazarlama, başlangıçta yalnızca internet üzerinden yürütülen bir faaliyetken, teknolojik gelişmeler ve mobil cihazların yaygınlaşması sayesinde fiziksel sınırları aşarak, kullanıcı odaklı ve daha kolay ölçülebilir bir yapıya dönüşmüştür (Nielsen, 2016: 2). Özellikle sosyal medyada yaygın olarak kullanılan dijital pazarlama, işletmelerin hızla büyümesini desteklemektedir. Yeni müşterilere ulaşma, marka bilinirliği ve bağlılığını artırma ile maliyetleri azaltma gibi avantajları nedeniyle pazarlamacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Patrutiu Baltas, 2015: 114).

### **Yapay Zekâ Kavramı**

Yapay zekâ terimi, ilk kez 1955 yılında Dartmouth Konferansı'nda ortaya atılmış olup, o tarihten bu yana tanımına ilişkin çalışmalar sürdürülmektedir. Kavramı ilk kez kullanan Prof. John McCarthy, yapay zekâyı insanlar gibi düşünebilen, karar verebilen, belirli görevleri yerine getirebilen ve sorun çözebilen makineler olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte, yapay zekânın tanımı bu genel çerçeveye sınırlı kalmamakta; farklı bakış açıları ve yaklaşımlarla daha geniş bir perspektiften değerlendirilmektedir (Bal ve Bal, 2021: 1199).

Yapay zekâ kavramının farklı tanımlarla ele alınmasının nedeni, bu kavramın mühendislik, psikoloji, sosyoloji ve tıp gibi pek çok farklı disiplinde uygulanabilir olmasıdır. Bu durum, yapay zekâ teriminin farklı bağlamlarda farklı anlamlar kazanmasına yol açmaktadır (Öztürk ve Şahin, 2018: 26). Bu çerçevede, yapay zekâyâ dair en yaygın tanımlardan biri,





insanların “zekâ” olarak nitelendirdiği yetilerin bir makine tarafından da sergilenebileceği şeklindedir (Pirim, 2006: 82).

Sözlükte yapay zekâ, “bir bilgisayarın veya bilgisayar kontrollü bir robotun, belirli görevleri akıllı varlıklar gibi yerine getirebilme yeteneği” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre, yapay zekâ sistemleri dış verileri doğru bir şekilde toplayıp analiz ederek, bu verilerden öğrenme kapasitesini geliştirmekte ve bu öğrenmeyi, insan tarafından belirlenmiş amaçlar ve görevler doğrultusunda uygulamaktadır (Saçan vd., 2022: 275).

### **Hizmet Kalitesi Kavramı**

Hizmet kalitesi, hizmeti üretenler ile hizmeti satın alanlar arasındaki uyumu ifade etmektedir. Aynı zamanda kalite beklentileri ile hizmeti aldıktan sonra yaşanan memnuniyet arasındaki farkı da göstermektedir. Hizmet kalitesi soyut bir kavram olduğundan, sonuçlarını net bir şekilde ölçmek zordur. Bu nedenle müşteri memnuniyeti, kalitenin en önemli ölçütü olarak kabul edilmektedir. Kaliteli hizmet, işletmelerin mevcut müşterilerini korurken yeni müşteriler kazanmasını sağlamaktadır. Hizmetin sonuçlarından memnun kalan müşteriler, iyi deneyimlerini arkadaşlarına aktararak şirketin imajını olumlu yönde artıracaktır (Saygı, 2015: 20). Hizmet kalitesini artırmak, kurumların rekabet ortamında öne çıkabilmesi için temel hedeflerden biridir. Tüketici memnuniyetini artırmaya yönelik her türlü çaba, kuruluşun hedeflerine ulaşmasına ve uzun vadede başarısını sürdürebilmesine katkı sağlayacaktır.

Tüketicilerin ürün ve hizmetleri nasıl algıladığını ve yorumladığını anlamak, kuruluşlar için son derece önemlidir (Hanan ve Karp, 1989: 81). “Algılanan hizmet kalitesi”, müşterilerin hizmet deneyimini, kendi beklentileriyle karşılaştırmaları sonucu oluşmaktadır (Grönroos, 1984; Lovelock ve Wirtz, 2011). Başka bir ifadeyle, algılanan kalite, tüketicinin “gerçek kalite” ile “beklenen kalite” arasındaki farkı değerlendirmesidir. Müşterinin hizmet kalitesini değerlendirirken, “neyi aldığın (teknik kalite)” ve “nasıl aldığın (hizmet sunumu)” gibi unsurlar, belirli bir memnuniyet düzeyine ulaşmak açısından kritik öneme sahiptir (Grönroos, 1984). Bu nedenle kalite, subjektif bir değerlendirme olup göreceli bir kavram olarak ele alınmaktadır (Sürmeli, 2002: 78). Ayrıca memnuniyet, “müşteri beklentilerinin karşılanması durumunda ortaya çıkan psikolojik bir durum” olarak tanımlanmaktadır (Oliver, 1981: 27). Müşterilerin servis sonrası memnuniyetlerini, tüketim öncesi beklentileriyle karşılaştırarak değerlendirdikleri düşünülmektedir





(Smith vd., 1999).

Birçok şirket, hizmet kalitesine önem verir çünkü müşteri memnuniyeti, karlılığı artırmak ve müşteri sadakatini sağlamak açısından kritik bir faktördür. Yüksek düzeyde hizmet kalitesi sunarak rekabet avantajı elde etmeye çalışan firmalar, rakiplerine kıyasla avantaj sağlayacaklardır (Hapsari, Clemes ve Dean, 2016: 389). Genel olarak, birçok araştırma, hizmet kalitesini artıran şirketlerin müşteri memnuniyetini ve sadakatini yükselttiğini ve aynı zamanda yeni müşteriler çektiğini ortaya koymaktadır (Zehrer, 2009; Karatepe, 2011; Gong ve Yi, 2018). Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini sağlamanın temel unsuru olarak kabul edilmektedir (Van Birgelen vd., 2002).

Philips vd., (1983), "daha yüksek kalite seviyelerinin, daha yüksek yatırım getirisi (ROI) ve daha iyi pazar konumlandırmasına yol açtığını" ifade etmişlerdir. Bu çalışmaların çoğunda, hizmet kalitesinin firmaların karlılığı ve performansı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu vurgulanmaktadır (Gupta ve Zeithaml, 2006; Zabkar vd., 2012).

Reichheld ve Sasser (1990), dokuz şirket üzerinde gerçekleştirdikleri bir araştırmada, mevcut müşterilerin elde tutulmasında "yüzde 5'lik bir artış"ın verimlilikte yüzde 25 ila 125'lik bir artışa yol açtığını bulmuşlardır. Bowen ve Chen (2001) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise müşteri memnuniyetinde "%1" ve müşteri sadakatinde "%10" artış olduğu tespit edilmiştir (akt. Koç, 2017: 232-233).

Şirketin hizmet kalitesini artırmanın birçok olumlu sonucu bulunmaktadır. Bununla birlikte, hizmet kalitesinin eksikliği, müşterilerin memnuniyetsizliğine ve fiyatların artmasına yol açacaktır. Düşük hizmet kalitesi, müşterilerin hayal kırıklığına uğramasına ve olumsuz geri bildirimlerin artmasına sebep olabilecek bir ortam yaratabilir. Bu durum, firmalar için olumsuz sonuçlar doğurabilir ve pazar payı kayıplarına neden olabilir (Sutton, 2014).

Clark vd., (1992) tarafından yapılan bir araştırmada, hizmet kalitesinin düşük olduğu ve hizmet hatalarının bedelinin ödenmediği düşüncesine sahip müşterilerin %52'sinin, hizmet aldıkları kurumu değiştireceklerini belirttikleri ortaya çıkmıştır. Benzer bir çalışma olan American Express Survey (2011) ise müşterilerin %85'inin kötü bir hizmet deneyimi sonrası mevcut hizmet sağlayıcılarını değiştireceklerini ifade ettiklerini





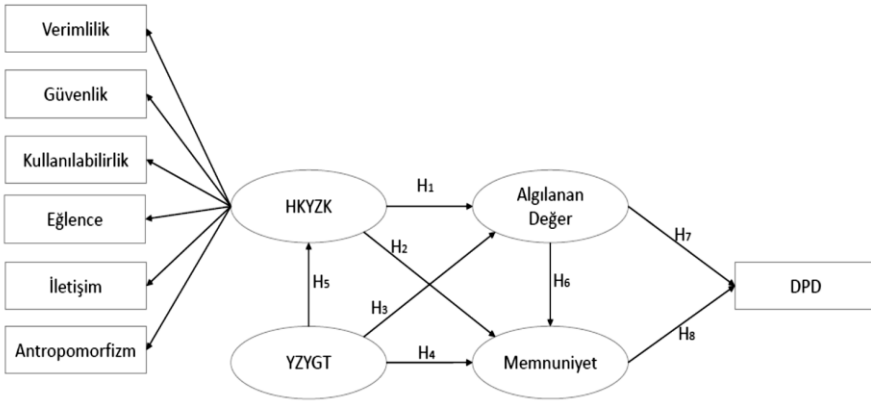
göstermektedir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Modeli

Yapay zekâ, işletmelerin pazarlama faaliyetleri de dâhil olmak üzere pek çok yönünü değiştirmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, günümüzde havacılık sektöründe çalışanlar daha bilinçli hale gelmiştir. Havayolu sektöründeki çalışanların farkındalığı, şirketleri farklı stratejiler geliştirmeye zorlamaktadır. Bu stratejilerin başında, dijital pazarlama ve yapay zekâ faaliyetleri yer almaktadır (Meydan, 2023: 66). Araştırmanın amacı, havayolu sektöründe dijital pazarlama faaliyetlerinde yapay zekâya yönelik genel tutum ile yapay zekânın hizmet kalitesi için kullanımını, çalışanların görüşlerine dayanarak incelemektir. Literatür taraması yapıldığında, dijital pazarlama ve yapay zekâ faaliyetleri üzerine yapılan çalışmaların görece az olduğu görülmekte olup, bu durum araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışmada, havayolu sektörü pazarlama departmanı çalışanlarının dijital pazarlama faaliyetlerine ve yapay zekâya yönelik genel tutumlarının yanı sıra yapay zekânın hizmet kalitesi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Önerilen araştırma modeli ise aşağıda gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

#### 3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Havayolu sektöründe dijital pazarlama faaliyetlerine, yapay zekâya yönelik genel tutumun ve yapay zekânın hizmet kalitesi üzerindeki kullanım etkisini





incelemek amacıyla oluşturulan hipotezler;

**H<sub>1</sub>:** Hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının yapay zekâ kullanımından algılanan değere olumlu etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır.

**H<sub>3</sub>:** Yapay zekâyâ yönelik genel tutumun yapay zekâ kullanımından algılanan değere olumlu etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>:** Yapay zekâyâ yönelik genel tutumun yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır.

**H<sub>5</sub>:** Yapay zekâyâ yönelik genel tutumun hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımına olumlu etkisi vardır.

**H<sub>6</sub>:** Yapay zekâ kullanımından algılanan değer için yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır.

**H<sub>7</sub>:** Yapay zekâ kullanımından algılanan değer için dijital pazarlama davranışına olumlu etkisi vardır.

**H<sub>8</sub>:** Yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyetin dijital pazarlama davranışına olumlu etkisi vardır.

### 3.3. Evren ve Örneklem

Çalışmanın ana kütlesi, Türkiye genelinde havacılık departmanı işleten beş yerli ve üç uluslararası havayolu şirketinin pazarlama departmanı çalışanlarından oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğü, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenmiş ve 209 çalışana internet ortamında anket uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğünün yeterliliği, Sekaran ve Bougie (2016: 265)'e göre hedef kütle büyüklüğünün 200-500 arasında olduğu durumlarda en az 100 katılımcının yeterli olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, Bartlett vd., (2001: 44) tarafından belirtilen kriterlere göre, sosyal bilimler araştırmalarında 200'den fazla katılımcıdan elde edilen verilerin analiz için genellikle yeterli olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmada kullanılan 209 kişilik örneklem büyüklüğü, ilgili literatüre göre yeterli kabul edilmektedir.

### 3.4. Veri Toplama Aracı

Araştırma anketi dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların kişisel bilgileri ve yapay zekâ hesaplarının olup olmadığı, ayrıca yapay zekâ





hesaplarının dağılımına dair sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise dijital pazarlama davranışı, hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımı, yapay zekâya yönelik genel tutum, algılanan değer ve memnuniyet ölçeklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. Anket, 1-5 arasında Likert tipi bir ölçek kullanılarak “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” ifadeleriyle hazırlanmıştır. Çalışanların dijital pazarlama davranışını (DPD) değerlendirmek için 10 madde yer almakta olup, tek boyutlu bir ölçek uygulanmıştır (Çelik, 2022). Üçüncü bölümde yapay zekâya yönelik genel tutumu (YZYGT) ölçmek için 20 ifade bulunan ölçek (Schepman ve Rodway, 2020), Kaya vd. (2022) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği test edilerek Türkçe’ye çevrilmiştir. Dördüncü bölümde hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımını (HKYZK) ölçmek için 26 ifade bulunan ve Noor vd. (2022) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeğin ise verimlilik, güvenlik, kullanılabilirlik, eğlence, iletişim ve antropomorfizm boyutları bulunmaktadır. Dördüncü bölüm içinde Yapay zekâ kullanımında memnuniyeti ölçmek için 3 ifade, algılanan değeri ölçmek için 2 ifade bulunan ve Noor vd. (2022) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan anket uygulamadan önce, Bursa Teknik Üniversitesi Fen, Mühendislik ve Sosyal Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 06.11.2023 tarihli ve 2023-26-1 sayılı karar ile onaylanmıştır.

#### 4. Veri Analizi ve Bulgular

Çalışmada, SPSS 24.0 yazılımı kullanılarak tanımlayıcı istatistiklerin ardından ilk olarak açıklayıcı faktör analiziyle alt faktörler oluşturulmuş, ardından faktörlerin güvenilirliği test edilmiş ve faktörler arası ilişkiler çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir.

##### 4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma grubunun demografik özellikleri aşağıda sunulmaktadır:





Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	f	%	Eğitim durumu	f	%
Kadın	89	42.6	Lise	4	1.9
Erkek	120	57.4	Ön lisans	18	8.6
Yaş	f	%	Lisans	141	67.5
16-25	14	6.7	Yüksek lisans	38	18.2
26-35	106	50.7	Doktora	8	3.8
36-45	71	34.0	Hizmet süresi	f	%
46-55	16	7.7	0-5	43	20.6
56 yaş ve üzeri	2	1.0	6-10	65	31.1
Aktif olarak kullanılan yapay zekâ hesabı	f	%	11-15	61	29.2
Var	124	59.3	16-20	28	13.4
Yok	85	40.7	21-25	9	4.3
			26-35	3	1.4

Araştırmaya katılan 209 kişiden %57.4’ü erkek, %42.6’sı kadındır. Katılımcıların yaş dağılımı şu şekildedir: %6.7’si 16-25 yaş, %50.7’si 26-35 yaş, %34.0’ı 36-45 yaş, %7.7’si 46-55 yaş arasındadır. Eğitim durumuna göre ise katılımcıların %1.9’u lise, %8.6’sı ön lisans, %67.5’i lisans, %18.2’si yüksek lisans ve %3.8’i doktora eğitimine sahiptir. Katılımcıların hizmet sürelerine göre, %20.6’sı 0-5 yıl, %31.1’i 6-10 yıl, %29.2’si 11-15 yıl, %13.4’ü 16-20 yıl, %4.3’ü 21-25 yıl arasında deneyime sahiptir. Ayrıca, katılımcıların %59.3’ü aktif olarak kullandıkları yapay zekâ hesaplarının bulunduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılardan 115 kişi (%55,0) aktif olarak ChatGPT yapay zekâ hesabı kullanmaktadır. Devamında Generative.ai kullanıcısının 47 kişi (%22.5), Google Gemini kullanıcısının ise 33 kişi (%15.8) olarak tespit edilmiştir.

#### 4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Dijital pazarlama davranışı ifadelerine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değeri .941 olarak bulunmuş ve bu değer, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett testi sonucu ise  $p < .001$  güven seviyesinde anlamlı bulunmuştur. Ankette yer alan dijital pazarlama davranışına ilişkin 10 ifadenin tek bir







faktör altında toplandığı ve her bir ifadeye ait faktör yük değerleri ile açıklanan varyans değerleri Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Dijital Pazarlama Davranışı Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans (%)
Dijital Pazarlama Davranışı	DPD1	.961	.978	85.235
	DPD2	.947		
	DPD3	.932		
	DPD4	.694		
	DPD5	.938		
	DPD6	.917		
	DPD7	.941		
	DPD8	.952		
	DPD9	.961		
	DPD10	.957		

Dijital pazarlama davranışı ölçeğinin güvenilirlik analizine göre Cronbach's Alpha değeri 0.978 olarak hesaplanmış ve bu, ölçeğin oldukça yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda toplam varyansın %85.235'inin açıklandığı ve ölçek maddelerinin tek bir faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Faktör yükleri 0.694 ile 0.961 arasında değişmektedir. Ayrıca faktöre ait ifadelerin ortak varyans (communalities) değerleri .481 - .924 arasında değişmektedir. Bu bulgular, ölçeğin yüksek güvenilirlik ve geçerlilik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans (%)
Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum	YZYGT1	.853	.887	78.198
	YZYGT2	.783		
	YZYGT3	.798		
	YZYGT4	.758		
	YZYGT5	.770		
	YZYGT6	.857		
	YZYGT7	.807		





	YZYGT8	.840		
	YZYGT9	.772		
	YZYGT10	.801		
	YZYGT11	.804		
	YZYGT12	.796		
	YZYGT13	.732		
	YZYGT14	.625		
	YZYGT15	.762		
	YZYGT16	.684		
	YZYGT17	.829		
	YZYGT18	.739		
	YZYGT19	.808		
	YZYGT20	.820		

Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre ZYGT ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0.887 olup, ölçek güvenilirdir. Ölçeğin KMO değeri .916 olarak hesaplanmış ve Bartlett testi ( $p < 0.001$ ) sonucu faktör analizi için yeterli bir veri yapısı olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda, oluşan faktörler toplam varyansın %78.20'sini açıklamaktadır. Maddelerin faktör yükleri .625 - .857 arasında değişmektedir. Ayrıca faktöre ait ifadelerin ortak varyans değerleri .907 – (-.424) arasında değişmektedir. Bu sonuçlar, ölçeğin yüksek geçerliliğe ve güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

172

Tablo 4: Hizmet Kalitesi İçin Yapay Zekâ Kullanımı Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans (%)
Hizmet Kalitesi İçin Yapay Zekâ Kullanımı	HKYZK1	.730	.983	77.316
	HKYZK2	.651		
	HKYZK3	.703		
	HKYZK4	.725		
	HKYZK5	.822		
	HKYZK6	.860		
	HKYZK7	.879		
	HKYZK8	.834		
	HKYZK9	.768		
	HKYZK10	.670		





	HKYZK11	.663		
	HKYZK12	.856		
	HKYZK13	.870		
	HKYZK14	.847		
	HKYZK15	.860		
	HKYZK16	.782		
	HKYZK17	.776		
	HKYZK18	.794		
	HKYZK19	.796		
	HKYZK20	.774		
	HKYZK21	.756		
	HKYZK22	.771		
	HKYZK23	.777		
	HKYZK24	.691		
	HKYZK25	.703		
	HKYZK26	.744		

Tablo 4’e göre HKYZK ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısının ,983’tür ve ölçek güvenilirdir. KMO örneklem yeterliliği ölçütü ,961 olarak belirlenmiş ve Bartlett küresellik testi anlamlı bulunmuştur ( $p<0,001$ ). Faktör analizi sonucunda, toplam varyansın %77,316’sı açıklanmaktadır. Maddelerin faktör yükleri, (-.879) - .651 arasında değişmektedir. Ayrıca faktöre ait ifadelerin ortak varyans değerleri (-445) – .889 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre HKYZK ölçeği geçerli ve güveniliridir.

173

Tablo 5: Memnuniyet Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans (%)
Memnuniyet	MEM1	.876	.939	89.190
	MEM2	.893		
	MEM3	.907		

Tablo 5’e göre yapay zekâ kullanımından memnuniyet ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri .939 olup, ölçek güvenilirdir. KMO değeri .767 ve Bartlett’in küresellik testi ( $p<0.001$ ) sonucu anlamlı olup, veriler faktör analizi için yeterli ve uygundur. Oluşan faktör toplam varyansın %89.190’ını açıklamaktadır. Maddelerin faktör yükleri, .876 - .907 arasında değişmektedir. Ayrıca faktöre ait ifadelerin ortak varyans değerleri .936 -





.952 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre faktör geçerli ve güvenilirlidir.

Tablo 6: Algılanan Değer Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükü	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans (%)
Algılanan Değer	AD1	.965	.927	93.217
	AD2	.965		

Tablo 6’da yer alan yapay zekâ kullanımından algılanan değer ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri .927 olup, faktör toplam varyansın %93.217’sini açıklamaktadır. KMO Örneklem Yeterlilik Ölçüsü .500 ve Bartlett Küresellik Testi anlamlı bulunmuştur ( $p < .000$ ). Maddelerin faktör yükleri .965’tir. Ayrıca faktöre ait ifadelerin ortak varyans değerleri .932-.932 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre faktör geçerli ve güvenilirlidir.

#### 4.2. Hipotezlerin Testi

Araştırmada yer alan hipotezler korelasyon ve çoklu regresyon analizi ile test edilmiş ve bulgular aşağıda raporlanmıştır.

Tablo 7: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Korelasyon Analizi

		DPD	YZYGT	HKYZK	Memnuniyet	Algılanan Değer
DPD	r	1				
	p					
YZYGT	r	,615**	1			
	p	,000				
HKYZK	r	,711**	,925**	1		
	p	,000	,000			
Memnuniyet	r	,698**	,644**	,854**	1	
	p	,000	,000	,000		
Algılanan Değer	r	,690**	,623**	,834**	,929**	1
	p	,000	,000	,000	,000	

\*\* . Korelasyon, 0.01 seviyesinde (iki yönlü) anlamlıdır.





Tablo 7’de yer alan korelasyon değerleri, dijital pazarlama davranışları (DPD), yapay zekâya yönelik tutumlar (YZYGT), hizmet kalitesi (HKYZK), memnuniyet ve algılanan değer arasındaki ilişkileri göstermektedir. DPD ile ZYGT arasındaki korelasyon 0.615, DPD ile HKYZK arasındaki korelasyon 0.711, DPD ile memnuniyet arasındaki korelasyon 0.698 ve DPD ile algılanan değer arasındaki korelasyon 0.690 olup, tüm bu ilişkiler %99 güven seviyesinde anlamlıdır ( $p = 0.000$ ). ZYGT ile HKYZK arasındaki korelasyon 0.925, ZYGT ile memnuniyet arasındaki korelasyon 0.644 ve ZYGT ile algılanan değer arasındaki korelasyon 0.623, tüm bu korelasyonlar da %99 güven seviyesinde anlamlıdır ( $p = 0.000$ ). HKYZK ile memnuniyet arasındaki korelasyon 0.854, HKYZK ile algılanan değer arasındaki korelasyon 0.834, memnuniyet ile algılanan değer arasındaki korelasyon ise 0.929 olup, bu ilişkiler de yine %99 güven seviyesinde anlamlıdır ( $p = 0.000$ ). Bu sonuçlar, tüm değişkenler arasındaki yüksek korelasyonların güçlü ve anlamlı ilişkiler olduğunu göstermektedir. Korelasyonlar %0.01 seviyesinde (iki yönlü) anlamlıdır.

Tablo 8: Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutumun (YZYGT) Hizmet Kalitesi İçin Yapay Zekâ Kullanımına (HKYZK) Etkisinin Testi

Faktör Adı	Standardize Edilmiş Beta Katsayısı	t	Anlamlılık Değeri	VIF (Varyans Artış Faktörü)	Durbin-Watson
Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum	.666	12.857	.000	1.000	1.382

Uyarlanmış  $R^2 = .444$ ;  $F = 165.294$ ;  $p = .000$

Tablo 8, yapay zekâya yönelik genel tutumun hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımına etkisinin testi ve  $H_0$  hipotezi sonuçlarını sunmaktadır. Bu tablo, yapay zekâya yönelik genel tutumun (YZYGT), hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımına (HKYZK) etkisini test eden regresyon analizinin sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlar, ZYGT'nin HKYZK üzerindeki etkisinin güçlü olduğunu ortaya koymaktadır. Standardize edilmiş Beta katsayısı 0.666 olup, bu, ZYGT'nin HKYZK'yi açıklamadaki etkisinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Regresyon analizinin t değeri 12.857 olup, bu da ZYGT'nin HKYZK üzerindeki etkisinin anlamlı





olduğunu doğrulamaktadır ( $p = 0.000$ ). Ayrıca, VIF (Varyans Artış Faktörü) değeri 1.000 olup, bu, değişkenler arasında çok güçlü bir doğrusal ilişki olmadığını ve multikollinearlik sorununun bulunmadığını göstermektedir. Durbin-Watson değeri 1.382 olup, bu değer, modelin bağımsız değişkenlerinin sıralı hatalarla ilişkili olmadığını ve modelin geçerliliğinin yüksek olduğunu gösterir. Modelin açıklayıcılığı ise uyarlanmış R2 değeri 0.444 ile %44.4 düzeyindedir. F değeri 165.294 olup, modelin genel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ( $p = 0.000$ ). Bu bulgular, ZYGT'nin HKYZK üzerindeki etkisinin anlamlı ve güçlü olduğunu ve modelin genel olarak yüksek bir açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 9: Hizmet Kalitesi İçin Yapay Zekâ Kullanımı (HKYZK) ile Yapay Zekaya Yönelik Genel Tutumun (ZYGT) Algılan Değere Etkisinin Testi

Faktör Adı	Standardize Edilmiş Beta Katsayısı	t	Anlamlılık Değeri	VIF (Varyans Artış Faktörü)	Durbin-Watson
HKYZK	.877	21.822	.000	1.799	1.883
ZYGT	.038	.952	.342	1.799	
Uyarlanmış R <sup>2</sup> = .815; F= 453.956; p= .000					

Tablo 9'da H<sub>1</sub> ile H<sub>3</sub> test sonuçlarına yer verilmektedir. Bu tablo, hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının (HKYZK) ve yapay zekâyâ yönelik genel tutumun (ZYGT) algılanan değer üzerindeki etkilerini test eden regresyon analizinin sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlar, HKYZK'nın algılanan değer üzerindeki etkisinin oldukça güçlü olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş Beta katsayısı 0.877 olup, bu, HKYZK'nın algılanan değeri açıklamadaki etkisinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Regresyon analizinin t değeri 21.822 olup, bu da HKYZK'nın algılanan değer üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu doğrulamaktadır ( $p = 0.000$ ). VIF (Varyans Artış Faktörü) değeri 1.799 olup, bu değer, multikollinearlik sorununu işaret etmemektedir ve değişkenler arasında güçlü bir doğrusal ilişki bulunmadığını göstermektedir. Durbin-Watson değeri 1.883 olup, bu değer, modeldeki hata terimlerinin bağımsız olduğunu ve sıralı hatalarla ilişkili olmadığını göstermektedir. ZYGT'nin algılanan değer üzerindeki etkisi ise 0.038 gibi çok düşük bir Beta katsayısı ile belirlenmiştir ve t değeri 0.952 olup, anlamlılık düzeyi  $p = 0.342$  ile istatistiksel olarak anlamlı değildir. Modelin genel açıklayıcılığı ise





uyarlanmış R2 değeri 0.815 ile %81.5 düzeyindedir. Ayrıca, modelin genel anlamlılığı F değeri 453.956 ile kanıtlanmıştır (p = 0.000). Bu bulgular, HKYZK'nın algılanan değer üzerindeki etkisinin güçlü olduğunu, ancak ZYGT'nin etkisinin çok sınırlı olduğunu ve modelin genel olarak yüksek bir açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 10: Hizmet Kalitesi İçin Yapay Zekâ Kullanımı (HKYZK), Yapay Zekaya Yönelik Genel Tutumu (ZYGT) ile Algılan Değerin Memnuniyete Etkisinin Testi

Faktör Adı	Standardize Edilmiş Beta Katsayısı	t	Anlamlılık Değeri	VIF (Varyans Artış Faktörü)	Durbin-Watson
ZYGT	-.567	-7.029	.000	14.192	1.942
HKYZK	1.018	8.883	.000	28.601	
ALGILANAN DEGER	.433	7.793	.000	6.721	

Uyarlanmış R<sup>2</sup>= .906; F= 657.919; p= .000

Tablo 10, H<sub>2</sub>, H<sub>4</sub> ile H<sub>6</sub> test sonuçlarını göstermektedir. Bu tablo, hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının (HKYZK), yapay zekâya yönelik genel tutumun (ZYGT) ve algılanan değer (ALGILANAN DEGER) değişkenlerinin memnuniyet üzerindeki etkilerini test eden regresyon analizinin sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlar, her bir değişkenin memnuniyet üzerindeki etkisinin anlamlı ve güçlü olduğunu ortaya koymaktadır. ZYGT'nin memnuniyet üzerindeki etkisi -0.567 olup, bu negatif katsayı, ZYGT'nin artışı ile memnuniyetin azaldığını göstermektedir. Regresyon analizinin t değeri -7.029 olup, bu ilişki anlamlıdır (p = 0.000). Ayrıca, VIF (Varyans Artış Faktörü) değeri 14.192 olup, bu oldukça yüksek bir değer olup, değişkenler arasında potansiyel bir multikollinearlik sorunu olduğunu işaret etmektedir. HKYZK'nın memnuniyet üzerindeki etkisi ise oldukça güçlüdür ve Beta katsayısı 1.018 olup, bu katsayı ZYGT'den çok daha yüksek bir etkiyi göstermektedir. Regresyon analizinin t değeri 8.883 olup, bu ilişki de anlamlıdır (p = 0.000). Algılanan değer ise memnuniyet üzerinde 0.433'lük bir pozitif etkiye sahiptir ve t değeri 7.793 olup, bu ilişki de anlamlıdır (p = 0.000). Durbin-Watson değeri 1.942 olup, modeldeki hata terimlerinin bağımsız olduğunu ve sıralı hatalarla ilişkili olmadığını göstermektedir. Modelin genel





açıklayıcılığı uyarlanmış R2 değeri ile 0.906 olarak belirlenmiş olup, bu da modelin %90.6 oranında açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, modelin genel anlamlılığı F değeri 657.919 ile kanıtlanmıştır (p = 0.000). Bu bulgular, ZYGT, HKYZK ve algılanan değerlerin memnuniyet üzerindeki etkilerinin anlamlı ve güçlü olduğunu, ancak ZYGT'nin negatif etkisinin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 11: Algılanan Değer ile Memnuniyetin Dijital Pazarlama Davranışına (DPD) Etkisinin Testi

Faktör Adı	Standardize Edilmiş Beta Katsayısı	t	Anlamlılık Değeri	VIF (Varyans Artış Faktörü)	Durbin-Watson
ALGILANAN DEĞER	.303	2.275	.024	7.281	1.941
MEMNUNİYET	.417	3.132	.002	7.281	
Uyarlanmış R <sup>2</sup> = .499; F= 102.745; p= .000					

Tablo 11’de yer alan **H<sub>7</sub>** ve **H<sub>8</sub>** test sonuçlarına göre algılanan değer değişkeninin dijital pazarlama davranışları üzerindeki etkisi 0.303 olup, bu pozitif etkisi anlamlıdır (t = 2.275, p = 0.024). Memnuniyet değişkeninin dijital pazarlama davranışları üzerindeki etkisi ise 0.417 olup, bu da pozitif ve anlamlıdır (t = 3.132, p = 0.002). Her iki faktör de dijital pazarlama davranışlarını açıklamada anlamlı bir rol oynamaktadır. VIF (Varyans Artış Faktörü) değeri 7.281 olup, bu değer 10’den düşük olması, modeldeki değişkenlerin multikollinearlik sorununa işaret etmediğini göstermektedir. Durbin-Watson değeri 1.941 olup, bu değer modeldeki hata terimlerinin bağımsız olduğunu ve sıralı hatalarla ilişkili olmadığını göstermektedir. Modelin genel açıklayıcılığı uyarlanmış R2 değeri ile 0.499 olarak belirlenmiş olup, bu da modelin dijital pazarlama davranışlarını %49.9 oranında açıklayabildiğini göstermektedir. F değeri 102.745 olup, modelin genel anlamlılığı (p = 0.000) da kanıtlanmıştır. Bu bulgular, algılanan değer ve memnuniyetin dijital pazarlama davranışları üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını göstermektedir.







Tablo 12: Hipotez Testleri Özet Tablosu

Hipotez no	Hipotez ifadesi	Sonuç
H1	Hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının yapay zekâ kullanımından algılanan değere olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>
H2	Hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımının yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>
H3	Yapay zekâya yönelik genel tutumun yapay zekâ kullanımından algılanan değere olumlu etkisi vardır	<b>Desteklenmedi</b>
H4	Yapay zekâya yönelik genel tutumun yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır	<b>Desteklenmedi (Negatif)</b>
H5	Yapay zekâya yönelik genel tutumun hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımına olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>
H6	Yapay zekâ kullanımından algılanan değer için yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyete olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>
H7	Yapay zekâ kullanımından algılanan değer için dijital pazarlama davranışına olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>
H8	Yapay zekâ kullanımına duyulan memnuniyetin dijital pazarlama davranışına olumlu etkisi vardır	<b>Desteklendi</b>

Tablo 11’de, çalışmada test edilen hipotezlerin sonuçlarına ilişkin özet bilgiler yer almaktadır. Bulgulara göre **H<sub>3</sub>** ve **H<sub>4</sub>** dışında tüm hipotezler desteklenmiştir. Bu bulguların literatürle birlikte tartışılmasına bir sonraki bölümde yer verilecektir.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Bir şirketin pazarlama faaliyetlerinde ve hizmet kalitesinde yapay zekâdan yararlanılması, şirkete duyulan güveni artırmaktadır. Bu doğrultuda, pazarlama ve hizmet kalitesine yönelik faaliyetlerde yapay zekâ kullanımı olumlu etkiler yaratmaktadır. Bu bağlamda, araştırma kapsamında sekiz hipotez geliştirilmiştir.

Bu çalışmada, yapay zekâya yönelik genel tutumun hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımına güçlü, pozitif ve anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında, dijital pazarlama davranışında yapay zekâya yönelik genel tutumun yanı sıra havayolu sektöründe hizmet kalitesine yönelik yapay zekâ kullanımının müşteri sadakati algısını etkilediği belirlenmiştir (Tsao vd., 2016: 1987). Ayrıca, farklı bir çalışma dijital hizmet kalitesinin üç tüketici davranışı üzerinde olumlu etkiler yarattığını ortaya koymuştur: satın alma niyeti, web sitesine tekrar ziyaretler





ve kulaktan kulağa pazarlama (Gounaris vd., 2010: 142). Sonuç olarak, genel anlamda yapay zekaya karşı tutum yapay zekâ kullanımını, bu çalışmada olduğu gibi bir amaca yönelik olduğunda (örn. hizmet kalitesi), olumlu yönde etkilemektedir.

Ayrıca hizmet kalitesinde yapay zekâ kullanımının algılanan değer ve memnuniyet değişkenleri üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, Chung vd. (2018: 587), doğruluk ve güvenilirliğin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu, buna karşın iletişim yeterliliğinin memnuniyet üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymaktadır. Chatbot kullanım motivasyonunun bileşenlerine tek tek bakıldığında, chatbotların insansı özelliklerinin memnuniyet üzerinde olumlu etkileri bulunduğunu ifade eden literatür çalışmaları bulunmaktadır (Sanny vd., 2018: 1225). Ancak, bu etkinin büyük bir ölçekte olmadığı görülmektedir. Brandtzaeg ve Følstad (2017: 377), chatbotların kullanımında kullanıcıları motive eden en önemli gereksinimin verimlilik olduğunu vurgulamaktadır. Eren (2021: 294) ise bankacılık sektörünü temel alan bir çalışmada, chatbotların kullanımına ilişkin deneyimlerin ardından verimliliğin sağlandığını ifade etmektedir. Dolayısıyla, chatbotlar müşteri memnuniyetinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Yapay zekâya yönelik genel tutumların algılanan değer üzerinde etkisi bulunmamaktadır. Bu bulguya göre çalışanların yapay zekaya yönelik genel tutumları yapay zekâ kullanımından algılanan değeri etkilememektedir. Genel olarak yapay zekâ kullanımına karşı oluşan bir tutum yapay zekadan algılanan değeri etkilememektedir. Diğer taraftan, yapay zekâya yönelik genel tutum memnuniyeti olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sonuca göre yapay zekâ kullanımına karşı geliştirilen tutum yapay zekadan memnuniyeti olumsuz yönde etkilemektedir. Bir diğer ifadeyle amacı olmaksızın genel anlamda yapay zekâ kullanımı yapay zekadan duyulan memnuniyeti artırmamakta, azaltmaktadır. Buna göre yapay zekâ kullanımının genel olarak uygulanmasından ziyade belirli bir amaca yönelik olarak kullanılmasının daha faydalı olacağı ve memnuniyeti olumlu etkileyeceği ifade edilebilir.

Yapay zekâ kullanımından algılanan değer yapay zekâ kullanımından duyulan memnuniyeti artırdığı gibi dijital pazarlama davranışını da olumlu yönde etkilemektedir. Bu durumda yapay zekanın bir dijital pazarlama aracı





olarak kullanımının artırılabilmesi için yapay zekadan algılanan değerin ve memnuniyetin artırılmasında fayda bulunmaktadır.

Araştırma, örneklemin yalnızca Türkiye genelindeki belirli havayolu şirketleri ile sınırlı olması, zaman ve kaynak kısıtlamaları, anket tekniği ile veri toplamanın önyargılara açık olması, yapay zekâ uygulamalarına dair detaylı analizlerin eksikliği ve kültürel ve coğrafi sınırlılıklar ile sınırlıdır.

## 6. Öneriler

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre uygulayıcılar ve araştırmacılar için önerilerde bulunulmuştur.

Uygulayıcılar için;

- Hizmet kalitesi vb. belirli ve güdümlü amaçlarla yapay zeka kullanımı yapay zeka kullanımından algılanan değeri ve memnuniyeti olumlu etkilemekte ve dolaylı olarak yapay zekanın bir dijital pazarlama aracı olarak kullanımını desteklemektedir. Bu bağlamda havayolu işletmelerinin belirli amaçları olan ve güdümlü bir şekilde yapay zekayı iş süreçlerine entegre etmelerinde fayda bulunmaktadır.
- Diğer yandan genel olarak yapay zekâ kullanımı ve buna karşı geliştirilen tutum ise yapay zekadan algılanan değeri etkilemediği gibi yapay zekadan duyulan memnuniyeti olumsuz etkilemektedir. Bu durumda yapay zekâ çalışanlar açısından olumludan ziyade olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle yapay zekanın genel olarak değil de belirli amaca yönelik kullanılması çalışanları daha çok motive edecektir.
- Havayolu işletmeleri yöneticileri ve çalışanlarına yönelik yapay zekâ kullanımı eğitimleri düzenlenmeli, farkındalık artırılmalıdır.
- Pazarlama departmanlarında yapay zekâ kullanım becerilerini geliştirmek için mentorluk programları uygulanmalıdır.
- Çalışanların iş yükü azaltılarak, psikolojik iyilik halleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmacılar için;

- Dijital pazarlama, yapay zekâ ve hizmet kalitesine yönelik derinlemesine araştırmalar yapılmalıdır.





- Dijital pazarlama ve yapay zekâ kullanımı konularında havayolu işletmelerine yönelik geliştirme programları araştırılmalıdır.
- Türk havacılık sektörü bağlamında teorik araştırmalar genişletilmelidir.

Literatüre ve yönetime katkısı yönünden;

- Araştırma, ülkemizde dijital pazarlama davranışları, yapay zekâyâ yönelik genel tutum ve hizmet kalitesi için yapay zekâ kullanımı konularında ilk kez yapılan çalışmalardan birisidir.
- Literatür taraması, bilimsel derinlik ve kimlik kazandırarak araştırmanın özgünlük, yeterlilik ve bilime katkı sağlama açısından önemli boşlukları doldurması beklenmektedir.
- Çalışma, Türkiye genelindeki havayolu şirketlerinin pazarlama departmanı çalışanları üzerine yapılmış olup, dijital pazarlama, yapay zekâ ve hizmet kalitesi literatürüne katkı sağlaması beklenmektedir.
- Sonuncu ama son derece önemli olarak, yapay zekanın genel kullanımının faydadan çok zarar oluşturabileceği, bunun yerine ise güdümlü, belirli bir amaca hizmet eden yapay zekâ kullanımının ise yaygın etkisinin daha fazla olacağı ifade edilebilir.





### Kaynakça

- Akçetin, Eyüp, Ali Keleş ve Aytürk Keleş (2017). “Pazarlama Alanında Yapay Zekâ Kullanım Potansiyeli ve Akıllı Karar Destek Sistemleri” *Turkish Studies (Elektronik)*, 12(11), 109-124.
- Alan, Koçak Alev, Ebru Tümer, Kabadayı ve Tuğbay Erişke (2018). “İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.
- American Express Company. (2011). “2011 Annual Report”. American Express Company. <https://www.americanexpress.com>
- Atalay, Muhammet ve Çelik, Enes (2017). “Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları-Artificial Intelligence and Machine Learning Applications in Big Data Analysis”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.
- Aylak, Batin Latif., Kayıkcı, Yaşanur., ve Taş, Mehmet Ali (2020), “Türkiye’de Lojistik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Dijital Trendlerinin İncelenmesi”. *Journal of Yaşar University*, 15(57), 98-116.
- Bartlett, James E., Kotrlík, Joe W., and Higgins, Chadwick, C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *\*Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19, 43-50.
- Bal, Yasemin ve Bal, Mert (2021), “Proaktif İnsan Kaynakları Yönetiminin Yeni Gücü: İK Analitiği ve Yapay Zekâ”. *BMij*, 9 (3), 1198-1216.
- Bowen, John T. and Shiang – Lih Chen (2001). “The Relationship between Customer Loyalty and Customer Satisfaction”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13, 213-217.
- Brandtzaeg, Petter Bae and Følstad, Asbjørn (2017), “Why People Use Chatbots. *Lecture Notes in Computer Science*”, Springer, Cham, 10673, 377-392.
- Bulunmaz, Barış (2016), “Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama”. *TRT Akademi*, 1(2), 348-365.
- Chung, Minjee, Ko, Eunju, Joung, Heerim and Kim, Sang Jin (2018), “Chatbot E-Service and Customer Satisfaction Regarding Luxury Brands”. *Journal of Business Research*, (117), 587-595.
- Clark, Gary L., Peter F. Kaminski and David R. Rink (1992). “Consumer Complaints: Advice on How Companies should Respond Based on an Empirical Study”, *The Journal of Services Marketing*, 6 (1), 41-50.
- Çelik, Ahmet (2022). *Dijital Pazarlamada Fenomenlerin Tüketicilerin Satın Alma*





Kararı İle Marka Sadakatine Etkisi: İstanbul İli Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. (Doktora Tezi). Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Eren, Berrin Arzu (2021), “Determinants of Customer Satisfaction in Chatbot Use: Evidence from a Banking Application in Turkey”. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 294- 311.

Fidan, Kaan ve Yıldırım, Fidan (2020), “Dijital Pazarlama Stratejileri Üzerine Nitel Bir Araştırma”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 4(8), 137-150.

Gedik, Yasemin (2020), “Pazarlamada Yeni Bir Pencere: Dijital Pazarlama”. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 63-75.

Gong, Taeshik ve Youjae Yi (2018). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness In Five Asian Countries. *Psychology & Marketing*, 35(6), 427-442.

Gounaris, Spiros, Dimitriadis, Sergios and Stathakopoulos, Vlasis (2010), “An Examination of the Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions in E-Shopping”. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 142-156.

Grönroos, C. (1984). “A Service Quality Model and Its Marketing Implications”. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.

Gupta Sunil and Valerie Zeithaml (2006). “Customer Metrics and Their Impact on Financial Performance”. *Marketing Science* 25(6), 718–739,

184

Hanan, Mack and Peter Karp (1989). “Customer Satisfaction. How to Maximize, Measure and Market Your Company's” “Ultimate Product”. *American Management Association. U.S.A*

Hapsari, Raditha, Micheal Clemes and David Dean (2017). “The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty”. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9, 21-41.

Işlar, Hasan Buğra (2021). “Havayolu Endüstrisinde Dijital Pazarlama Uygulamalarının Değerlendirilmesi”, 1(2), 42-63  
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1342746>, erişim tarihi 21.01.2024.

Kannan, Pallassana K. and Li, Alice (2017), “Digital Marketing: A Framework, Review, and Research Agenda”. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45.

Karatepe, Selma (2008). “İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma”.





Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(23), 77-97.

- Kaya, Feridun, Aydın, Fatih, Schepman, Astrid, Rodway, Paul, Yetişensoy, Okan and Demir-Kaya, Meva (2022), “The Roles of Personality Traits, AI Anxiety, and Demographic Factors in Attitudes Toward Artificial Intelligence”. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-18. <https://toad.halileksi.net/olcek/yapay-zekâ-ya-yonelik-genel-tutum-olcegi/> erişim tarihi 21.01.2024.
- Koç, Erdoğan (2017). “Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi Global ve Yerel Yaklaşım”. (İkinci Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık,
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Meydan, Cem Harun (2023). “Havayolu İşletmelerinde Dijital Dönüşüm Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme”. *Journal of Aviation Research*, 5(1), 65-82.
- Nair, Hima Vamanan (2016), “Digital Marketing: A Phenomenon That Rules the Modern World”. *Reflections Journal of Management (RJOM)*, (6), 1-9.
- Nielsen. (2024, January 16), Digital Advertising Is Rising in Canada, Requiring More Sophisticated Measures of Success. Nielsen: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2016/digital-advertising-is-rising-in-canada-requiring-more-sophisticated-measures-of-success/> erişim tarihi 21.01.2024.
- Noor, Nurhafizh, Sally Rao Hill ve Indrit Troshani (2022). “Developing A Service Quality Scale For Artificial Intelligence Service Agents”, *European Journal of Marketing*, doi: 10.1108/EJM-09-2020-0672.
- Oliver, Richard L. (1981). "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting." *Journal of Retailing* 57 (Fall), 25 48.
- Öztürk, Kadir ve Şahin, Mustafa Ergin (2018), “Yapay Sinir Ağları ve Yapay Zekâya Genel Bir Bakış”. *Takvim-i Vekayi*, 6(2), 25-36.
- Patrutiu Baltes, Loredana (2015), “Content Marketing - The Fundamental Tool of Digital Marketing”. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 8(57), 111-118.
- Philips Lynn, W., Dae R. Chang and Robert D. Buzzell (1983). “Product quality, cost position, and business performance: A test of some key hypotheses”. *Journal of Marketing*, 47(Spring): 26-43.
- Pirim, Harun (2006), “Yapay Zekâ”. *Journal of Yaşar University*, 1(1), 81-93.
- Reichheld, F. Frederick and Sasser, W. Earl (1990). “Zero Defections: Quality Comes to





Services”. Harvard Business Review, 68, 105-111.

- Saçan, S., Tozduman Yaralı, K. ve Kavruk, S. Z. (2022). “Çocukların “Yapay Zekâ” Kavramına İlişkin Metaforik Algılarının İncelenmesi”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 64, 274-296.
- Sanny, Lim, Susastra, Ari Clementin, Roberts, Choky and Yusramdalenı, Reflia (2020), “The Analysis of Customer Satisfaction Factors Which Influence Chatbot Acceptance in Indonesia”. Management Science Letters, 10(6), 1225-1232.
- Saygı, Hatice (2015). “Hastanelerde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi İle Ölçülmesi: Ankara İlinde Özel Bir Hastanede Alan Araştırması” (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Schepman, Astrid and Paul Rodway (2020). “Initial Validation Of The General Attitudes Towards Artificial Intelligence Scale”. Computers in Human Behavior Reports (1), 100014.
- Sekaran, Uma and Roger Bougie (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley & Sons.
- Smith, Amy, K., Ruth, N. Bolton and Janet Wagner (1999). “A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery”. Journal of Marketing Research, 36(3), 356–372.
- Sutton, John (2014). “Memory Perspectives”. *Memory Studies*, 7(2), 141–145.
- Sürmeli, Hüsnıye (2002). Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Rekabet Stratejisi İlişkisi. (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tamer, Halil Yasemin ve Övgün, Barış (2020), “Yapay Zekâ Bağlamında Dijital Dönüşüm Ofisi”. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 75(2), 775-803.
- Tsao, Wen Chin, Hsieh, Ming Tsang and Lin, Men Ying (2016), “Intensifying Online Loyalty! The Power of Website Quality and the Perceived Value of Consumer/Seller Relationship”. *Industrial Management ve Data Systems*, 116(9), 1987-2010.
- Van Birgelen, Marcel, Janjaap Semeijn and Manuela Keicher (2009). “Packaging and Proenvironmental Consumption Behavior: Investigating Purchase and Disposal Decisions for Beverages”, *Environmental Behavior*, 41, 125-146.
- Zabkar, Vesna, Maja Makovec Brencic and Tanja Dmitrovic (2010). 'Modeling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioral Intentions at the Destination Level.' *Tourism Management*, 31 (4), 537e546
- Zehrer, Anita (2009). “Service Experience and Service Design: Concepts and Application In Tourism SMEs”, *Managing Service Quality*, 19(3),332-349.

