



YÖNETİM GURULARI VE YÖNETİMDE MODA YAKLAŞIMLAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Murat ŞENGÖZ*

ÖZ

Akademik alanda, yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlar olguları üzerine yapılan çalışmalar ilgi görmeye devam etmektedir. Ne var ki, yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlarla ilgili olarak gerçekleştirilen araştırmalar halen dağınık bir durumdadır. Bu nedenle yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlar konuları ile alakalı açıklayıcı ve toparlayıcı akademik çalışmaların yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Yönetim guruları ve yönetimde moda fenomenlerini kavramlaştırmak üzere şu ana kadar yapılan çalışmalar iki ana grupta toparlanabilir. Bu çalışmada yönetimde moda yaklaşımlar ve yönetim guruları ile ilgili tartışmalar, mantıksal ve kurumsal yaklaşım paradigmaları çerçevesinde kategorik olarak ele alınacaktır. Çalışmanın sonuç ve tartışma bölümünde, doküman analizi sonucunda elde edilen bilgiler birleştirilerek bütüncül bir analiz yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yönetim Guruları, Yönetim Modaları, Eleştirel Yaklaşım.

AN EVALUATION OF MANAGEMENT GURUS AND FASHION APPROACHES IN MANAGEMENT

ABSTRACT

Management guru and management fashion phenomena continue to attract attention in the academic circles. However, the debates on management gurus and fashion approaches in management still need to be reviewed and to be made meaningful conclusions. Therefore, there is a necessity for explanatory and unifying academic studies regarding management gurus and fashion phenomena in management. Academic studies that are conducted so far in order to conceptualize the phenomena of management gurus and fashion approaches in management discipline can be categorized into two main groups. In this study, fashion approaches in management practices and debates about management gurus will be categorically discussed within the framework of logical and institutional approach paradigms. In the conclusion and discussion section of the study, a holistic analysis will be made by combining the information obtained as a result of document analysis.

Keywords: Management Gurus, Management Fashion, Critical Approach,

GİRİŞ

Yönetim olgusu kişiler, topluluklara iş yaptırma bağlamında bir sanattır ve insanlık tarihi kadar da eskidir. Özellikle günümüz koşullarında yönetim; anlayış, kavram ve uygulamalarındaki değişim ve gelişmelere bakıldığında, bilimsel temele ve test edilmiş görüşlere dayanan yöntem kavramları yanında kişisel düşüncelerin sansasyonel ve dikkat çekici terimlerin, tamamen özel durumlara has fikirlerin ve benzeri diğer medyatik fikir, görüş ve uygulamaların çağdaş yönetim anlayışı olarak sunulduğu bir yönetim dünyası mevcuttur.

Yönetimde moda yaklaşımlar meşruiyetini ve güvenilirliğini büyük ölçüde yönetim gurularının kişisel saygınlıklarından alır (Huczynski, 2007). Yönetim guruları her şeyden evvel sunum kabiliyetleri ile fikirlerini, muhataplarının en iyi şekilde anlayabileceği bir kalıba sokma ve alıcısında heyecan yaratacak bir aktarma kabiliyetine sahiptirler. Bu yönüyle yönetim guruları sadece yönetim ilke ve prensipleriyle değil, kişisel özellikleri ve

yaşantıları bakımından da muhatapları için birer rol modeldirler. Bu kapsamda yönetim guruları ister danışmanlıktan, ister profesyonel yöneticilikten gelsinler, muhataplarına güven veren ve empati kuran karizmatik kişilerdir. Yönetim guruları kimi zaman fikirlerinin de önünde, karizmatik kişilikleriyle muhataplarına kişisel varlıklarıyla ilham veren şahsiyetler olabilirler (Parush, 2008, s. 48-70). Ne var ki yönetim gurularının, yönetsel fikir ve pratiklerinin kabul görmesinde gerçekte kişisel özelliklerin ne derece etkili olduğunun bilimsel olarak ölçülebilmesi konunun sübjektifliği bakımından pek kolay değildir. Bununla beraber yönetim gurularının karizmatik kimseler olduğu konusunda tam bir mutabakat bulunmaktadır (Watson, 1994, s. 896).

Yönetim guruları tarafından gerçekleştirilen yönetimde moda yaklaşımlar, akademik sahada ilgi görmeye devam etmektedir (Abrahamson, 2011). Bununla beraber alanda gerçekleştirilen çalışmaların sistemli bir şekilde toparlanarak daha kapsamlı ve anlaşılabilir açıklamalar yapılmasına, yönetim teori ve uygulamalarında, moda olanla bilimsel olanın ayrımının yapılmasına katkı sağlanmasına duyulan ihtiyaç devam etmektedir. Bu zamana kadar alanda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde (Grint, 2008) yönetim guruları olarak kabul edilen tanınmış ve başarılı kişiler tarafından aktarılan ve yönetim dünyasında moda olarak yerleşen ve yönetim dünyasında moda olarak kabul edilen akımların açıklanmasına yönelik olarak dört ekol benimsenmiştir. Bunlar; mantıksal yaklaşım, yapısal yaklaşım, kurumsal yaklaşım ve karizmatik yaklaşımdır. Grint (2008) bu yaklaşımları iki farklı açıdan kategorize etmektedir. Birincisi, moda terim ve uygulamaların mantıksal veya duygusal nitelikleri ile ele alınarak açıklanmaya çalışılmasıdır. İkincisi ise, içsel ve dışsal yaklaşım olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. İçsel yaklaşım bireyin fikirlerine ve sübjektif motivasyonuna odaklanırken, dışsal yaklaşım ise moda terim ve uygulamaların gelişmesinde etkili olan harici ve yapısal etkenlere ilgi göstermektedir. Yönetimde moda olgusu, temel olarak iki kategoride değerlendirilir. Bunlardan birincisi, mantıksal yaklaşım; ikincisi ise, kurumsal yaklaşımdır. Mantıksal yaklaşım rasyonel ve mantık çerçevesinden bir dışsal bakış açısını, kurumsal yaklaşım ise karizmatik ve duygusal eksenli bir içsel paradigmaya atıf yapar.

Bilim tarif ve tasnifi içerir (Klein, 2014). Auguste Comte'ya göre bilim olayların sadece niçinini aramaz, nasılını arar. Bilimsel yöntem yapılacak çalışmada izlenecek usulü

gösterir. Bilimsel yöntem, problemi veya olayları anlamakta uyulması gereken usul ve esasları belirler, problemlerin çözümünde ve olguların açıklanmasında kullanılacak birtakım teknikleri ihtiva eder (Bourdeau, 2018). Martin Stanley (2007), George Bernard Shaw'un şu sözünü aktarır, "akıllı adam aklını kullanır, daha akıllı adam ise başkalarının da aklını kullanmasını bilir. " Thomas Kuhn bilimi kısaca birikmiş bilgi birikimi olarak tarif eder. Kuhn'a göre bilim geçmiş pratiklerde denenmiş görüşleri, teyit edilmiş prensipleri, karizmatik ve başarılı liderlerin aktardıkları tecrübeleri içerir (Yıldırım, 2008). Bilim temelsiz medyatik fikir ve köksüz moda görüşlerle, isnatsız, içi boş ama havalı, sansasyonel söylemlerle ilgilenmez (Popper, 1963). Bilim; olguların deney, düşünce ve/veya gözlemler yoluyla açıklanması ve entelektüel ve pratik açıdan genel geçer yasalar vaaz edilmesidir. Bilim olguların akıl süzgecinden geçirilerek anlamlı ve tutarlı sonuçlara ulaşma çabasıdır. Bu yönüyle bilim, bir bilgi yığını değil, tartışmaya açık bir deneme yanılma, yanılığın ayıklama, akıl yürütme yöntemidir. Bilimsel yaklaşım daima merak ve eleştirel bir bakış açısını ortaya koyar. Bilim, olguların mantıksal açıklamasını yapar, somut gerçekleri soyutlayarak kavramlaştırır (Şengöz, 2019, s.8-21).

Nitel araştırmaları nicel araştırmalardan ayırt eden en önemli özelliklerden bir tanesi, nitel araştırmaların dinamik bir sürece sahip olmasıdır. Nitel araştırmalarda, araştırma problemi dahi araştırma süreci boyunca elde edilen bilgiler ve bulgular neticesinde sürekli olarak gözden geçirilerek kapsam ve derinliği bağlamında gerekirse yeniden tanımlanabilir. Nitel araştırmalarda kuramsal çerçeve, meselenin öncesi ve meseleye tesir eden tüm faktörlerin ortaya koyulması sürecidir (Waring, 2016, s. 23). Bu çalışma yönetimde moda yaklaşımlar ve yönetim guruları konusunda mantıksal ve kurumsal yaklaşımlar perspektifinde karşılaştırmayı esas alan bir derlemedir. Bu kapsamda bu çalışmada yönetim gurularının moda fikirlerine gösterilen ilginin nedenleri ortaya koyulmaya çalışılacak ve yönetimde moda yaklaşımların yönetim disiplini içinde kabul görüp görmemesi konusunda yaşanan tartışmalara değinilecektir. Bu çalışmanın amacı, yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlarla ilgili olarak, yönetim profesyonelleri ve yönetim bilimi ile ilgili akademisyenlerin istifadesi için, mezkûr konu üzerine eleştirel bir diyaloga imkân veren, retorik bir eleştiri getirmektir. Bu yönüyle bu çalışma, alanında özgün ve literatüre katkı sağlayabilecek bir fenomenolojik bir analizdir.

Mantıksal yaklaşım, yönetimde moda olan yaklaşımların ilgi görmesini, tanınmış ve başarılı yöneticiler tarafından kullanılmaları ve neticede işe yaradıkları ile açıklamaktadır. Küreselleşmenin etkisi, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sürekli artan rekabet, belirsiz ve dinamik çevre koşulları organizasyonların çevre ve koşullara adapte olarak varlıklarını devam ettirebilmeleri için uygun fırsatları değerlendirmelerini zorunlu kılmaktadır. Bunun için başarısı test edilmiş yönetim pratiklerinin organizasyonlarca kendi bünyelerine adapte edilmeleri gerekmektedir. Bu noktada iki kritik husus bulunmaktadır. Birincisi organizasyonların yeni fikirleri bünyelerine adapte edebilecek seviyede bir esnekliğe ve kapasiteye sahip olup olmamalarıdır. İkincisi ise seçilen ve bünyeye adapte edilen yeni fikirlerin gerçekte organizasyonun bünyesine uygun olup olmamasıdır (Brickley, 2002, s. 2-123). Bu sebeple organizasyonların başarısı sadece yeni birtakım fikirlerin değil, aslında organizasyonun kendi yapı ve gerçekliği ile ilgilidir.

Yönetim gurularının moda görüşlerinin yöneticiler tarafından ilgi görmesinin en önemli nedeni, yönetim gurularının fikirlerinin bizatihi kendi yönetim pratikleri sonucunda ortaya çıkmış olması ve doğal olarak içinde bir takım öz eleştiri ve istisnaları da barındırmış olmasından kaynaklanmaktadır (Huczynski, 2007). Yönetim guruları kuşkusuz profesyonel yönetim ortamının sunduğu ilişkiler ağı ve sunduğu fırsatlar üzerine anlaşılabilir ve tatbik edilebilir öneriler sunmaktadır. Yönetim gurularının yönetim pratikleri üzerine dile getirdikleri fikirlere duyulan ilginin bir diğer nedeni de, mantıklı yöneticilerin, denemiş ve başarısı görülmüş, kolayca adapte ve tatbik edilebilir, eğlenceli ve ilham verici yönetim yaklaşımlarına karşı duyarsız kalamamalarıdır (Freeman, 2010). Nitekim başarılı ve popüler yönetim guruları tarafından kaleme alınan kitaplar veya verilen konferanslar sadece profesyonel yöneticiler tarafından değil, sıradan halk tarafından da ilgiyle takip edilmektedir. Çünkü kişiler empati yapabilecekleri, öykünün içinde kendilerini de bulabilecekleri, ilham verici, içinde öz eleştiri de olan, samimi başarı öykülerini dinlemekten keyif almaktadırlar. Yönetim dünyasına ilginin diğer bir göstergesi de, esasen iş idaresi veya işletme lisans eğitimine sahip olmayan, ancak profesyonel yönetim dünyasını merak eden veya kendisine iş dünyasında yönetici pozisyonunda bir gelecek arayan kişiler için geliştirilen işletme yüksek lisans (MBA) programlarına gösterilen ilginin artmasıdır. Bu kapsamda her sene Amerika'da 150.000'den fazla öğrenci MBA yapmaktadır. Bu rakam 1960'taki toplam öğrenci sayısının yirmi katıdır (Micklethwait ve Wooldridge, 2005).

Yönetim teorilerinin ve fikirlerinin ortaya çıkışı ve geniş bir ölçekte kabul görmesi kuşkusuz kendine has bir sosyolojik, ekonomik ve siyasi konjonktür içinde gerçekleşmiştir. Dolayısıyla yönetimde yeni fikir ve uygulamaların kabul görmeleri sadece kendi öz değerlerinden değil, bir ölçüde de belki daha fazlasıyla dışsal faktörlerden kaynaklanmaktadır (Şengöz, 2020a, s. 205-224). Bu bakımdan yeni bir fikrin veya teorinin başarısı büyük ölçüde bu fikrin veya teorinin mutlak başarısından değil, öyle olduğu konusundaki hâkim akademik çevre ve sosyokültürel normlar tarafından kabulüyle gerçekleşir. Yönetim özünde, çevresel koşullara ayak uydurmak, tehditlere karşı gerekli tedbirleri almak, fırsatları lehine kullanmak için stratejiler belirlemek ve tatbik etmek eylemidir. Bu maksatla, çalışanların üretkenliğini optimize etmek için düşüncelerini şekillendirecek ve duygularını yönetecek retorik ve pratiklerle birlikte, işlerin daha verimli bir süreç ile yerine getirilebilmesini mümkün kılan usul ve kaidelere ihtiyaç bulunmaktadır. Personel Yönetim departmanlarının, insan kaynakları yönetimi departmanlarına, araştırma ve geliştirme şubelerinin proje yönetim ofislerine dönüştürülmeleri bu çabanın bir sonucudur.

Yönetimde en iyi fikirler ve pratikler, belirli bir konuya dair en iyi çözüm yollarını gösteren ve meselenin her bir ayrıntısının en kapsamlı bir şekilde alındığı standart uygulama usulleri sunan reçeteler değildir. Yönetimde yeni fikirler ve pratikler ancak muhataplarına ilham veriyor ve umut aşıyor, empati kurmalarını mümkün kılıyorsa kabul görebilecektir (Du Gay ve Rees, 1996, s.263-282).

Kurumsal yaklaşım, organizasyonun dışında kalan ama kurumsallaşma süreçlerinin içinde bulunan kurumsallaşma güçleriyle ilgilenen teoriler üzerine kuruludur. Organizasyonların karar verme mekanizmaları özellikle belirsizlik ve bilgi yüklenmesi durumlarında, kendi alanlarında çalışan diğer organizasyonların verdiği kararlara benzer kararlar vermeye eğilimlidir (Burgoyne ve Jackson, 1997). Bu yaklaşımı benimseyen araştırmacılar bundan dolayı öncelikle organizasyonların bir yeniliği verimliliğinden veya getireceği kazançtan ötürü değil de, bu yeniliği uygulamaya çoktan başlamış olan organizasyonların ezici çoğunluğunun oluşturduğu sürü psikolojisi yüzünden kabul ettikleri düşünülür (Rosenkopf ve Abrahamson, 1999) Yenilikleri benimseyen birçok organizasyona göre farklı görünmekten korkan organizasyonların üzerinde oluşan kurumsal baskı ve rakiplerinin

benimsedikleri yenilik sonucu kendilerinden öne geçeceklerinden endişe eden organizasyonların üzerinde oluşan rekabetçi baskıdır. Motivasyon kaynakları farklı olmakla birlikte her iki durumda da gerçekleşen hadise organizasyonların birbirine benzeyen çevresel koşullarda, rekabet avantajlarını korumak, meşruiyet kazanmak (Scott, 1995, s. 11-23) ve varlıklarını devam ettirmek maksadıyla gösterdikleri birbirlerine benzeme çabalarıdır. Nitekim izomorfizm, "bir popülasyondaki bir birimin, aynı çevresel koşullarla karşılaşan diğer birimlere benzemeye zorlayan bir süreçtir." (Di Maggio ve Powell, 1983, s. 147-160). Her iki baskı çeşidi de taklitsel davranışa yol açarak ve belirli kurumsal alanlarda izomorfik yönelimler yaratarak son derece ikna edici olabilir. Dahası, rekabetçi kıyaslamalar ve dışarıdan alınan danışmanlıklar vasıtasıyla, organizasyonlar yönetimde moda olmuş yeni fikir ve pratikleri daha kolay benimseyebilirler.

Yeni yönetsel programların yaratımını, yayılımını ve benimsenmesini açıklamada kurumsallaşmayı en önemli unsur olarak gören araştırmacılar, açıklamalarında genellikle piyasa metaforunu kullanmayı tercih etmektedirler. Piyasanın gözünden bakılacak olursa, nispeten daha basit bir arz-talep modeli olarak kavramsallaştırılan süreçte yönetsel fikirler, teoriler ve teknikler, arz eden grup tarafından geliştirilerek, yönetici tüketicilerden oluşan büyük oranda kendi içlerinde belirleyici özellikleri olmayan bir grup tarafından da tüketilir (Alvesson ve Willmott, 2012). Bu piyasa metaforunu eşit ölçüde güçlü olan moda metaforuyla birleştiren Abrahamson (2011) iş modası fenomeninin kavramsal sınırlarını çizmek üzere bugüne kadarki en geniş içerikli ve belki de en etkili girişimde bulunmuştur. Abrahamson'un yönetim modasını belirleyenlerin yaygınlaştırdığı, bir yönetim tekniğinin makul düzeyde ilerlemeye götüreceği yönündeki nispeten geçici kolektif inanç olarak tanımladığı modeli sayesinde yönetim modasının dinamikleri daha iyi anlaşılmuştur (Abrahamson, 2011). Danışmanlık şirketleri, yönetim guruları, iş kitle iletişim yayımları ve meslek okulları olarak tanınan ve yönetim modasını belirleyenler, yöneticilerin yeni tekniklere yönelik kolektif tercihlerini sezmede bir yarış içindedirler. Bu teknikleri tarif etmek için retorik geliştirmeleri ve bu retorikleri yöneticiler ve işletme sahipleri arasında yaymaları gerekir (Thrift, 2000, s. 674-692). Abrahamson'a göre retorik, uyguladıkları tekniklerin makul ve mantıklı olduğuna dair bir inanç yaratmanın yanında aynı zamanda onları yönetim sürecinin en önünde olduklarına da inandırmalıdır.

Bu konuda medya yönetimde moda olarak kabul edilen yeni fikir ve pratiklerin tanıtılmasında ve yaygınlaştırılmasında önemli bir vasıtadır. Bunda tanınmış iş insanı ve

yöneticilerin toplum içindeki popüler imajlarının etkisi vardır (Carmelo ve Jose, 2000). Yönetimde yeni fikir ve pratiklerin medya vasıtasıyla paylaşılması, moda görüşlere meşruiyet kazandırılması ve yaygınlaştırılmasında akademik camia tarafından gerçekleştirilen bilimsel nitelikli yayınların profesyonel iş dünyası ve muhataplarıyla buluşma potansiyeline göre daha avantajlıdır. Kuşkusuz bu konuda akademik camianın profesyonel iş dünyası ile geliştirdiği iş birliği ve koordinasyonun etkisi büyüktür (Micklethwait ve Wooldridge, 2005). Bu noktada bilim içindir, bilim insanlık içindir paradoksu ortaya çıkmaktadır. Yönetimde moda fikir ve pratiklerin kabul görmesi ve yaygınlaşmasında, kişisel başarıya götüren yolu tarif eden, teorik dilden daha uzak, daha anlaşılır ve daha eğlenceli kitapların muhatapları tarafından daha fazla kabul görüyor ve talep ediliyor olmasının payı büyüktür.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yönetimde moda yaklaşımlar esasında bir dizi performans iyileştirme programını veya yönetim tarzını ifade etmektedir. Bu bakımdan mezkûr yaklaşımlar hem iş dünyasının, hem de akademik camianın dikkatini çekmeye devam etmektedir. Yönetimde moda yaklaşımlar olarak tasnif edilen çalışmaların başlıcaları; 1990'lardan itibaren popülerlik kazanmış olan reorganizasyon ve değişim mühendisliği, yani organizasyonların yeniden yapılandırılması (Hammer ve James Champy (1993), Stephan Covey (1990) tarafından kavramlaştırılan etkili liderlik fenomeni ve Peter Senge (1992, s. 3-38) tarafından geliştirilen öğrenen organizasyon hareketidir. Entelektüel ve akademik yazında gerçekleşen tartışmaların ağırlık merkezi her üç fenomenin bilimsel temellere sahip olmadıkları, yeniden yapılanma hareketinin bilimsel değil, pragmatik bir yaklaşım olduğu, etkili liderliğin aslında yönetimde dürüstlük ilkesinin retorik bir seslendirmesi olduğu ve öğrenen organizasyonlar kavramının sadece sosyal bir öğrenme sürecini tarif ettiği çevresinde olgunlaşmaktadır (Burrell, 1997). Bu yönüyle bu üç yaklaşımdan hareketle yönetim guruları tarafından dile getirilen pek çok yönetim prensibi ve sürecinin bilimsel değil, aksine retorik ve moda yaklaşımlar olduğu yönündeki görüşler akademik çevrelerde geniş kabul görmektedir. Bu çalışmada, yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımları incelemek ve neden başarılı veya başarısız oldukları ile alakalı bir değerlendirme gerçekleştirmek ve teknik olarak mezkûr fenomenleri daha kullanışlı hale getirmek için ilgili sürece nasıl müdahale edilmesi gerektiği noktasında çıkarım ve önerilerde bulunulması amaçlanmamış ve bu sebeple yönetim dünyasında bilinen ve popülerlik kazanan yaklaşımlarla ilgili teferruatlı bir analiz

gerçekleştirilmemiştir. Bu çalışma kapsam itibariyle, yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlarla ilgili kavramsal bir fenomenolojik bir derlemedir.

Yönetimde moda yaklaşımlar, bir işletme veya kurum tarafından uygulanan yönetim felsefesi veya yönetim süreçlerindeki bir değişikliği karakterize etmek için yönetim çevrelerinde popüler olarak kullanılan terimlerdir. Yönetimde moda yaklaşımlar, yönetim guruları tarafından popülerleştirilmiş, yönetimin bilhassa belirli faaliyet alanları ile ilişkili, özel ve abartılı bir takım yönetim felsefesi, yönetsel slogan ve süreçlere atıf yapmaktadır. Son onlu yıllardan itibaren, bilhassa yönetim guruları tarafından, organizasyonların performanslarını iyileştirme iddiasıyla pek çok moda yaklaşım, yönetim dünyasında popüler olmuştur. Bu yönüyle yönetim guruları ve yönetimde moda yaklaşımlar arasında simbiyotik bir ilişki bulunduğu bahsedilmesi mümkündür. Diğer taraftan ne yönetim gurularının, ne de yönetim guruları tarafından popülerleştirilen yönetim modaları popüleritesini her zaman uzun soluklu bir şekilde muhafaza edememiştir. Moda yaklaşımlardan birçoğu zaman içerisinde popüleritesini kaybetmiştir.

Yönetimde moda yaklaşımlar prensip olarak yönetim dünyasında, kesin sonuçlar vaat eden, pratik ve genellemeler ileri sürerler. Bu iddia, yönetimde moda yaklaşımların popülerleşmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte, bu iddiayı doğrulamak için gerçekte çok az açık kanıt vardır ve daha derinlemesine araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Şengöz, 2020b, s. 70-81). Neticede yönetim guruları tarafından seslendirilen etkili ve ilk bakışta ikna edici gibi algılanan bir takım söylem ve ilkelerin ontolojik olarak organizasyon ve çevreyle uyumlu olup olmadığı, her organizasyon ve çevre koşulunda tatbik edilebilir olup olmadığı gibi hususlar ayrıca dikkate alınmalıdır. Nitekim, yönetim ve organizasyon konularında basit, en doğru, en çağdaş, en modern, eskilerin hepsini bir kenara atan, en geçerli gibi iddialarla takdim edilen görüşler ve yaklaşımlar yerine, kullanılan kavramlarda netlik ve ölçülebilirlik, çalışmaların her aşamasında bilimsel titizlik, daima sağlam bir yöntem kullanımı ve nihayet ulaşılan sonuçların diğer bilim insanlarının görüşlerine sunulması veya doğrulanmasına imkân verme yaklaşımı esas alınmalıdır. Yeni yönetim söylemleri genel olarak; hızlı ve tempolu değişiklikler ve dış çevrenin belirsizliği, organizasyonların sürekli olarak esnek, hareketli, öğrenmeye ve adapte olmaya açık olma mecburiyeti, mevcut bilgi formlarının yetersiz kalması ve istekli ve istenen kişilerden oluşan organizasyonların yaratılması temaları üzerinde durmaktadır Bunun en önemli sebebi; küreselleşme, yönetimde mükemmelleşme, yalın yönetim ve organizasyon, toplam

kalite yönetimi ve benzer kavramlar organizasyonların yapılandırılmaları ve işleyişleri üzerinde köklü sayılabilecek değişiklikler meydana getiren gelişmelerdir. Bu kapsamda, organizasyonların yönetimde yeni fikirlere ve pratiklere ilgisi; organizasyonların bilgiye ulaşma hızlarının artması, yönetim alanının karmaşıklaşması, icracı personele duyulan ihtiyaçla birlikte yönetici personele duyulan ihtiyacın azalması gibi nedenlerle ilişkilidir. Günümüzde kendi içine kapalı, dış dünya ile ilgisi olmayan kapalı sistemlerin organizasyonel varlıklarını devam ettirebilmeleri mümkün değildir. Bunun için organizasyonlar, faaliyetlerinde etkinlik kriterlerini yeniden gözden geçirmeyi mümkün kılan, değişmelere kısa süre içinde cevap verebilecek esnek organizasyon yapılarının varlığına ihtiyaç duymaktadırlar. Diğer taraftan, organizasyonlar çalışanların öz çabalarını harekete geçirebilecek, fikir ve metotlara gereksinim duymaktadırlar. Tüm bu değişimler, bilhassa yönetim gurularının fikir ve pratikleriyle, akademi dünyasının kavramsallaştırmalarıyla birlikte, organizasyonların yapılandırılmasını ve organizasyon süreçlerini köklü bir şekilde etkilemişlerdir. Anılan gelişmeler organizasyonların yapı ve işleyişine yansımış ve organizasyonla ilgili yeni kavramlar ve ihtiyaçlar ortaya çıkarmıştır. Bunlardan bazıları, geçici istihdam, dikey ayrışım, yalın organizasyonlar, taşeronla çalışma, kendini yöneten çalışma gruplarıdır. Esasında ortaya çıkan ve çıkmakta olan bu ve benzeri terimler, kavramlar; organizasyon ve yönetim ile ilgili prensip ve çalışma alanlarını etkilemekte, organizasyonların değişim içinde olduğunu, yeni yapılanmaların ortaya çıktığını ve organizasyonların işleyişi ile ilgili süreçlerin niteliğinin değiştiğini, daha da önemlisi yöneticilerin sürekli bir arayış içinde olduklarını vurgulamaktadır.

Yönetim bilimleri sürekli bir gelişme, değişme ve ilerleme halindedir. Yönetimde moda yaklaşımları peşinen eğreti olarak kabul etmek, bilimselliğin sınama ve düzeltme prensipleriyle uyum göstermez dahi hiçbir bilimsel bilgi mutlak değildir. Bilimsellik daima daha doğru bir gözlem veya daha ince bir akıl yürütme ile mevcut bilgi birikiminin inkişaf edebileceğini varsayar. Dolayısıyla yönetim dünyasında tutarlı ve mantıksal bir bütünlük içindeki her yeni fikir ve pratik yönetim biliminin ilerlemesine ve çıktığı olarak verimlilik ve başarı çitalarının yükselmesine imkân verecektir.

KAYNAKLAR

- Abrahamson, E. (2011). The Academy of Management Review, 21 (1), 254-285.
- Alvesson, M. & Willmott, H. (2012). Making Sense of Management. SAGE Publication.
- Bourdeau, M. (2018). "4.2 The classification of the sciences and philosophy of science".Auguste Comte.Stanford Encyclopedia of Philosophy.
- Brickley, J., A. (2002). Management Fads and Organizational Architecture. Wiley, 10 (2), 2-123.
- Burgoyne, J. & Jackson, B. (1997). The Arena Thesis: Management Development as a Pluralistic Meeting Point. Management Learning: Integrating Perspectives in Theory and Practice. SAGE Books.
- Burrell. G. (1997). Pandemonium: Towards a retro-organization theory. London: SAGE Publication.
- Carmelo, M. & Jose, L., A. (2000). Haute Couture and Pret-a-Porter: The Popular Press and the Diffusion of Management Practices. Organization Studies. SAGE Publication.
- Covey, S. (1990). Principle-centered leadership. NewYork: Simon & Schuster.
- Di Maggio, P.J. & Powell, W. (1983) "The iron cage revisited" institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", American Sociological Review, 48 (1), 147-160.
- Du Gay, P. & Rees, B. (1996). The Conduct of Management and the Management of Conduct: Contemporary Managerial Discourse and the Constitution of the "Competent" Manager. Journal of Management Studies 33(3), 263-282.
- Freeman, E., R. (2010). Strategic Management. Cambridge University Press Edition.
- Grint, K. (2008).Wicked Problems and Clumsy Solutions: the Role of Leadership. Clinical Leader, Volume I Number II. BAMM Publications.
- Hammer, M. & Champy, J. (1993). Reengineering the corporation: A manifesto for business. New York: HarperBusiness Publication.
- Huczynski, A. (2007). Management Gurus, Routledge Publication.
- Klein, E. (2014). Dünyayı Değiştiren Fizik Devrimi, Say Yayınları, İstanbul.
- Micklethwait, J. & Wooldridge, A. (2005). The Company: A Short History of a Revolutionary Idea. Modern Library Chronicles.

- Parush, T. (2008). From "Management Ideology" to "Management Fashion" A Comparative Analysis of Two Key Concepts in the Sociology of Management Knowledge. *Studies of Mgt. & Org.*, 38 (1), 48–70.
- Popper, K. (1963). *Conjectures and Refutations: The Growth of Scientific Knowledge* (2012 ed.). London: Routledge Publication.
- Rosenkopf, L. & Abrahamson, E. (1999). Modeling Reputational and Informational Influences in Threshold Models of Bandwagon Innovation Diffusion. University of Pennsylvania Scholarly Commons Management Papers.
- Scott, W.R. (1995). "Institutional Theory and Institutions", Scott, W.Richard ve Soren Christensen (Ed.), *The Institutional Construction of Organizations*, SAGE Publication, London, 11-23.
- Senge, P.M (1992). "Building learning organizations." *The Journal for Quality and Participation*, 15 (2), 30-38.
- Stanley, M. (2007). "George Bernard Shaw". *The Order of Merit*. London: Taurus Publication.
- Şengöz, M.(2019). *Yönetim Felsefesi*, Astana Yayınları, 8-21.
- Şengöz, M.(2020a). Askeri Sevk ve İdarenin Bilim ve Sanatla Olan İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *İmgelem*, 4 (6), 205-224.
- Şengöz, M.(2020b). "Is the learning organization a fashion, a management model, a government practice." *Economics Business and Organization Research*, 2(1), 70-81.
- Thrift, N. (2000). *Performing Cultures in the New Economy*. *Annals of the Association of American Geographers*, Taylor & Francis Publication. 90 (4), 674-692.
- Waring, S.P., (2016). *Taylorism Transformed: Scientific Management Theory Since 1945*. UNC Press Books, 23.
- Watson, T.J. (1994). Management flavours of the month: Their role in managers' lives. *The International Journal of Human Resource Management*. 5(4), 896.
- Yıldırım, C. (2008). *Bilim Felsefesi*, Yargı Yayınları, Ankara.