

Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak Lojistik Firmalarda Çalışanların “İşgören-Üst İletişim” Algılarında Bir Farklılık Oluşur Mu? Bir Alan Araştırması¹

İsmail BAKAN

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
ibakan63@hotmail.com
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8644-8778>

Burcu ERŞAHAN

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Ve Lojistik Bölümü
bersahan@hotmail.com
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2546-0567>

Bilal DOĞAN

Yüksek Lisans Öğrencisi,
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
bilal46dogan@gmail.com
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6556-8316>

Öz

Ülkemiz ekonomisine katkısı her geçen gün artan, gelişen ve globalleşen lojistik firmalar; nakliye, depolama, gümrükleme, ambalajlama ve dağıtım faaliyetlerini yürütürler. Firmaların bu faaliyetlerini gerçekleştirmesi, kaliteli ve verimli bir hizmet sunması için çalışanlar arasında iyi bir koordinasyon ve bilgi akışı olmalıdır. Firmalar, departmanları ve çalışanları arasındaki bu koordinasyon ve bilgi akışını örgütsel iletişim aracılığıyla gerçekleştirirler. Örgütsel iletişim; firmanın işleyişini sağlayan, amaçlarını gerçekleştiren ve firmanın iç ve dış çevre ile bilgi alışverişini sağlayan bir süreçtir. Bilginin, teknolojinin ve çevrenin hızla değiştiği, rekabetin arttığı günümüz koşullarında örgütsel iletişim kilit role sahiptir. Lojistik firmalarda örgütsel iletişim, firma çalışanlarının kişisel özellikleri, tutumu ve düşünceleri tarafından doğrudan etkilenmektedir. Bu

¹ Makale Geliş/Kabul Tarihi: 14.10.2021 / 21.12.2021

Künye Bilgisi: Bakan, İ., Erşahan B. Ve Doğan, B. (2021). Demografik özelliklerine bağlı olarak lojistik firmalarda çalışanların “işgören-üst iletişim” algılarında bir farklılık oluşur mu? bir alan araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (3), 1965-1995. DOI: 10.33437/ksusbd.1009754

etkinin farkında olan lojistik firmalar, çalışanlarını titizlikle seçmekte ve örgütsel iletişim algılarını yükseltmek için çabalamaktadır. Çalışmanın amacı, lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerinin işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığının araştırılmasıdır. Araştırma İstanbul'da lojistik alanında faaliyetlerini sürdüren firmalarda çalışan işgörenler üzerinde anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. İşgörenlerden elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiş ve ANOVA analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda lojistik firma çalışanlarının yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, yöneticilik düzeyi, çalışma süresi, mesleğe ilgisi, mesleki beklentisi, çalışma temposu ve çalışılan departmanın işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Demografik Özellikler, İşgören-Üst İletişimi, Lojistik.

Is There a Difference in the Perceptions of "Employee-Upper Communication" of the Employees in Logistics Firms Depending on their Demographic Characteristics? A Field Study

Abstract

Logistics companies, whose contribution to the economy of our country is increasing, developing and globalizing; They carry out transportation, storage, customs clearance, packaging and distribution activities. There should be a good coordination and information flow among the employees so as to companies to fulfil these performance and to provide a quality and efficient service. Firms realize this coordination and information flow between their departments and employees through organizational communication. Organizational communication; is a process that ensures the functioning of the company, achieves its goals and provides information exchange with the internal and external environment of the company. Organizational communication plays a key role in today's conditions where information, technology and the environment change rapidly and competition increases. Organizational communication in logistics companies directly affects the personal characteristics, attitude and thoughts of the company employees. Aware of this effect, logistics companies carefully select their employees and work to raise their perception of organizational communication. The aim of the study is to examine if the demographic characteristics of logistics firms employees create a meaningful the difference in organizational communication perception. The research was fulfilled using the search technique on the employees working in logistics companies operating in Istanbul. The data obtained from employees working were evaluated with SPSS program and ANOVA analysis was done. As a result of the research, it has been observed that there are significant differences in the organizational communication perceptions of employees with different education

levels working year, age, marital status, management level, professional expectation, occupational interest and working in different departments.

Keywords: Demographic Features, Employee-Manager Communication, Logistics Firm

GİRİŞ

Son yıllarda büyük bir gelişme kat eden lojistik, hem bünyesindeki büyüme potansiyeli hem de Türkiye'nin ekonomik hedeflerinin gerçekleşmesinde oynayacağı temel rol itibarı ile oldukça önem kazanan ve dikkat çeken bir kavram haline gelmiştir. Dünya genelinde her geçen gün taşımacılık, depolama, paketlenme, gümrükleme ve nihai tüketiciye erişimi de kapsayan lojistik faaliyetleri daha da önem kazanmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013). Türkiye'nin insan gücü potansiyeli, coğrafi konumu, uygun maliyet yapısı, yüksek bir potansiyele ve lojistik altyapısına sahip olması, son dönemlerde küresel pazarlarda etkili çok sayıda Türk lojistik firmasının yer almasında büyük etken oluşturmuştur. Günümüzde üretim maliyetlerinin tek bir noktaya doğru yöneldiği bir ortamda, rekabet edebilme bakımından lojistik hizmetlerinin ve stratejilerinin önemi giderek artmaktadır. Bu nedenle, böyle bir rekabet ortamında pazar payı ve kâr marjını arttırılabilmesinin ve korunmasının en önemli yolu etkili lojistik faaliyetlerini yürütmekten geçmektedir (Erkan, 2014).

Firma amaçlarının çalışanlara aktarılmasında ve yerine getirilmesinde, yönetsel olarak alınan kararların doğru ve etkili bir şekilde uygulanmasında örgütsel iletişim şüphesiz çok önemli bir rol üstlenmektedir. Firma içinde optimum seviyede işleyen verimli ve etkili bir örgütsel iletişim sistemi, sorunların çözümünü sağlamakla kalmayıp sorunların oluşmasını veya büyümesini engelleyecektir. İletişimde kullanılan kanalların doğru ve zamanlama işlerliğinin iyi olduğu bir firmada, yalın ve eksiksiz bilgi alma ihtiyacı giderileceğinden çalışanların alternatif bilgi kaynakları olarak gördüğü, daha az güvenilir olan diğer bilgi kaynaklarına eğilimleri de azalacaktır. Böylesi bir iletişim, firmanın bilgi ihtiyacının karşılanmasıyla kalmayıp, çalışanların kendilerini değerli hissetme duygusunu güçlendirerek, motivasyon ve verimliliğin artmasını da beraberinde sağlayacaktır. Firma içerisinde böyle bir ortamın sağlanması ve verimliliğin yükselmesi, çalışanların firmalarına karşı hissettikleri aidiyet duyguları güçlenir ve firmanın imajına katkı sağlayacaktır (Ölçer vd., 2015). Ayrıca, firma içindeki iletişim sayesinde hem kişisel hem de firma hedeflerine ulaşım gerçekleştiğinden firma başarısında ivme yaşanacaktır (Tasnım ve Akkaş, 2017).

Örgütsel iletişim, firmanın etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesine imkan sağlar. Burada çalışanlar, işle ilgili beklentileri karşılamak ve konuya ilişkin bilgi sağlamak için yakın çevrelerinden (iş arkadaşları, üstleri) bilgi alırlar (Klieman

vd., 2000). Kısacası, örgütsel iletişimin olmadığı bir firmanın kurulabilmesi, devamlılık gösterebilmesi ve firmanın gelecekteki amaçlarını gerçekleştirebilmesi olanaksızdır. Bilgi ile donatılan firmaların çevresiyle mevcut iletişimi de artmaktadır (Tosun, 2006).

Örgütsel iletişimin temel işlevlerinin uyumlaştırma ve eşgüdümleme olduğunu kabul edecek olursak, firma içerisindeki uyum, fikir birliği ve koordinasyonun sağlanması, firma dışı adaptasyon ve bilgi alışverişine yönelik faaliyetlerdeki başarının sağlanması ancak etkin bir örgütsel iletişimin varlığıyla ortaya çıkar. Firmaların zamanla gelişip büyümesi, yönetimlerinin kompleks hale gelmesi, ihtisaslaşmanın artması ve teknolojinin her geçen gün gelişmesi firmalardaki iletişiminin önemini arttıran ana etmenler arasında yer almaktadır (Karaçor ve Şahin, 2004).

Firmalardaki iletişimin akışı 3 türdür. Bunlar, yukarıya doğru, yatay ve aşağı doğru. Yukarıya doğru iletişim işgörenlerin üstleri ile iletişime geçerken çoğunlukla ihtiyatlı tutum gösterdikleri ve aktaracakları problemlerin kendi yetersizliklerine yükleneyeceği düşüncesiyle çalıştıkları firmada karşılaştıkları birçok sorunu üstlerine yansıtmadığı durumlarıdır.

Aynı düzeydeki işgörenler arası iletişim (yatay iletişim) diğerlerine göre çok daha fazla gerçekleşmektedir.



Şekil 1. Biçimsel İletişim Kanalları (Güllüoğlu, 2012)

Aşağıya doğru iletişim, üstlerin işgörenleri ile kurdukları iletişimdir. Katz ve Kahn (1966) göre, aşağıya doğru iletişimde çoğunlukla iş yönergeleri, bilgi verme, performansları üzerine olan geri dönüşler ve firmanın var olma nedenlerini aktarmasıdır. Aşağıya doğru iletişimde ileri sürülen en büyük yetersizliğin üstlerin astlardan geri dönüş alamadıklarıdır. Bu durum bilhassa üstün astla kurduğu iletişim sonucundaki mesajının doğru anlaşılıp anlaşılmadığını anlamasını güçleştirir (Akt. Ünsal vd, 1999).

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

Çalışanların iş çevresinden etkilenebileceği gibi, iş çevreleri de çalışanların kişiliğinden etkilenir. Çalışanların firmadan talepleri öncelikle sahip olduğu kişiliği ile ilgili olduğundan dolayı sosyo-demografik özellikleri, iş ve iş çevresinden taleplerinin önemli bir göstergesidir. Çalışanların sosyo-demografik özelliklerinin birbirinden farklılık göstermesi, firma içerisinde gelişen durumları farklı biçimlerde algılamaları ve bu durumlara değişik reaksiyon vermelerine neden olur. Bazı çalışanlar diğerlerine kıyasla daha sakin, ahenkli ve uzlaşmacı bir yapıya sahipken, bazı çalışanlar da mücadeleci ve direnimsel gösteren bir benliğe sahip olabilmektedirler. Çalışanın demografik özellikleri, aldığı eğitim, bireysel arzuları, edindiği alışkanlıkları ve çalışanın beklentileriyle örgütsel iletişim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki göz önünde bulundurulduğunda firma çalışanlarının demografik özellikleri önemini ön plana çıkarmakta ve uygun elamanların uygun pozisyonlara seçilmesi ve uygun pozisyonlarda istihdam etmesi firmanın amaçlarını gerçekleştirmesi adına büyük önem kazanmaktadır. (Sarı, 2011)

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Literatürde örgütsel iletişim konusunu farklı alanlarda ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Fakat lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerinin örgütsel iletişim algılarıyla olan ilişkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmayla literatürdeki bu boşluğun doldurulması amaçlanmıştır. Kavramsal çerçevede iletişim, örgütsel iletişim ve demografik özelliklerin tanımı yapılarak, lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerinin örgütsel iletişim algısı üzerindeki anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmeye çalışılmıştır.

İletişim

Son dönemlerde dilimize Fransızcadan çevrilen iletişim (communication) kelimesi ile beraber benzer anlama gelen haberleşme kavramıyla kullanılıyordu. Communication kelimesinin kökü Latincedeki communis kavramından türetilmiştir. Bu kavramlardan yola çıkarak iletişim kelimesinin temelinde, yalnızca bir mesaj alışverişinden ziyade toplumsal faydanın gözetildiği karşılıklı bir etkileşim ve paylaşım içerdiğini söyleyebiliriz. İletişim kelimesi haberleşme eylemini de beraberinde içeren çok daha geniş boyutlu bir mesaj alışverişini ifade etmektedir. İletişimi; “duygu, düşünce ve olayların içerdikleri mana işaretlerinden meydana gelmiş mesajlar aracılığı ile hedef konumundaki kişi ya da gruplara ortaklaştırılması ve bu kişiler üzerinde bir etkide bulunma niyetiyle harekete geçen ve iletilen hedefteki tesirinin geri bildirim vasıtasıyla değerlendirilerek yeni mesajların kodlanması süreci” biçiminde ifade edilebilir (Tosun, 2006). Biyolojik ve toplumsal bir varlık olarak tanımlanan insanın biyolojik yönü fiziksel mevcudiyetiyle, toplumsal yönü ise

hem fiziksel mevcudiyeti hem de toplumdaki benliğini sürdürmesidir. Toplumsal yön, dar anlamda insan psikolojisinden geniş anlamda ise toplumsal üretim, dağıtım ve tüketime değin bölümlendirilebilir. Dolayısıyla iletişim, insanın biyolojik, psikolojik ve toplumsal benliğini üretebilmesinin ve geliştirebilmesinin mecburi şartı olan düşünsel ve ilişkisel etkinlikler bütünü olarak tanımlayabiliriz (Erdoğan, 2011). Eroğlu (1996) ise çalışmasında iletişimi, anlamları arasında uzlaşmış semboller vasıtasıyla bilgi, duygu, düşüncelerin biriktirilmesi, iletilmesi ve paylaşılmasının hem ortak hem de farklı yer, zaman boyutlarında gerçekleştirilmesi ve mesajlar aracılığıyla meydana gelen toplumsal etkileşim süreci olarak açıklamaktadır. Yani karşılıklı etkileşim içerisinde bulunma eylemine iletişim denmektedir. Tüm insanların iletişim konusunda temel seviyede de olsa bilgi birikimine sahip olması beklenmektedir. Çünkü iletişim yaşantımızın ana merkezinde önemli bir yer tutmaktadır. Etkili iletişim insanların iş yaşantılarında problemleri çözmelerine yardımcı olmakla kalmayıp, kişisel yaşantılarında da ilişkilerini iyileştirip, geliştirilmesinde ve sürdürülebilmesinde büyük bir katkıda bulunur (Küçük, 2012).

İletişimin etkili ve verimli olabilmesinin koşulu, iletişim sürecindeki tüm söz ve davranışların dengeli olması çok önemlidir. Çalışanların aralarında ortaya çıkardıkları iletişime konu olan düşünce, fikir, hizmet veya ürün ile ilgili etkileşim kurmada ve paylaşım yapmada bilgi, gerçek ve tutarlı olmazsa, iletişim henüz başlangıç safhasında doğruluğundan uzaklaşmış olmakla beraber eksik bir şekilde başlamış olur. Bu durumda dış dünyaya kendimizi, fikirlerimizi, ürün ve hizmetlerimizi anlatmaya çalışmak, bir yerde tüm bunların gerçekliğini ve geçerliliğini kendi içimizdeki değerlendirmekten geçmektedir. Bireysel olarak girişilen iletişimin doğruluğu ve geçerliliği kişisel tutum ve sözcüklerle sağlanırken, kurumsal iç tutarlılık ve geçerlilik, takım arkadaşlarının bir bütünlük içerisinde çalışmasına, firmanın ortaya çıkma sebebi, misyon ve vizyonuna uygun biçimde hareket etmesine ve mesajları ile bu yönde çevreye iletilmesiyle sağlanabilir (Parlar ve Mutluer, 2011). Globalleşmenin bir sonucu olarak firmaların rekabette avantajlı bir konuma gelmesinde en önemli ana kaynak olarak kabul edilen “insan kaynağı”nın, firmasal hedefler yönünde güdülenebilmesi için, firma çalışanlarının iş tatminini, motivasyonunu ve firmaya bağlılıklarını yükseltici etkinlikler içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu çalışma, firmaların bu faaliyetlerini uygulayabilmesi için doğru ve etkili bir iletişim sürecinin oluşturulması gerekliliği üzerine yoğunlaşmıştır (Bakan ve Büyükbeşe, 2004).

Örgütsel İletişim ve İşgören-Üst İletişimi

Örgütsel iletişim çalışmaları, onlarca yıl öncesine hatta antik çağlara kadar dayanmaktadır. İlk yıllardan itibaren örgütsel iletişim çalışmaları, sosyoloji, psikoloji, retorik, antropoloji, fizik bilimlerinden gelen teorik çerçevelerden ve

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

örgütsel ortamlarda çalışanların süregelen pratik kaygılarından etkilenmiştir. Bu teorik ve uygulamalı ilgi akımları, yirmi birinci yüzyılda örgütsel iletişim bilginlerini hala etkilemektedir. Örgütsel iletişim alanında yapılan çalışmalar (Halis, 2000, Ölçer, 2015, Miles, 1996, Chappelow, 2019) her geçen gün çoğalmakta ve önemi artmaktadır (Miller, 2008). Kişilerarası ve grup düzeyinde iletişim, örgütsel iletişimden daha düşük düzeyde olsa da bunlar kuruluşlardaki başlıca iletişim biçimi olup, örgütsel iletişim literatüründe belirgin bir şekilde ele alınmaktadır. Aslında örgütsel iletişim literatürünün ilk odak noktası yöneticilerin kişilerarası iletişim becerileridir (özellikle konuşma ve yazma). Firmalar daha fazla iletişim temelli hale geldikçe, tüm üyelerinin örgütsel iletişim becerilerini geliştirmeye daha fazla önem vermiştir (Bakker, 2007). Bir firmanın kurulmasında, faaliyetlerin ortaklaştırılmasında ve işlerliğin sürekliliğini korumasında yeterli ve etkili düzeyde örgütsel iletişime gereksinim duyulmaktadır. Bu nedenle firmanın iç ve dış çevresi ile kesintisiz bir bilgi alışverişi içinde olması önem kazanmıştır. Firmalarda örgütsel iletişim yapısı, çalışanlar arasındaki doğru ve uygun etkileşimi sağlar (Güllüoğlu, 2012). Firmaların faaliyetlerinin etkin ve verimli olabilmeleri bunların gerçekleşmesinde örgütsel iletişimin ne düzeyde başarılı bir şekilde kurulmasına bağlıdır. Çok çeşitli iletişim tanımı olduğu gibi, benzer şekilde örgütsel iletişimi tanımlamak için de çok sayıda farklı bakış açılarıyla tanımlar yapılmıştır (Çelikdemir vd., 2019; Akt. Kala, 2005). Örgütsel iletişim, firma çalışanlarının eylemlerini, firmanın amaç ve hedeflerini gerçekleştirecek biçimde eşgüdümlemesini sağlamayı ve üretim ilişkilerini koordine etmek amacıyla firma çalışanları tarafından sembollerin üretimi, aktarılması ve yorumlanmasıdır. Örgütsel iletişim, içinde bilginin sürekli hareket ettiği ve firma çalışanları tarafından dönüştürüldüğü bir süreçtir. Firmanın amaçlarını gerçekleştirebilmesi için nelerin, hangi zaman diliminde, kimler tarafından, nasıl bir şekilde yapılacağından önceden planlanması ve uygulamasının çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Böylece örgütsel iletişim süreci, firma faaliyetlerinin sürekliliğini sağlama adına gerekli bilgi akışının oluşmasında temel rol üstlenir (Çöllü vd., 2010). Örgütsel iletişim, “firma yönetimlerinin firma ile ilgili etkileri iletişim kanallarını kullanarak firmanın iç ve dış çevresine iletmeleri” şeklinde de ifade edilmektedir. Örgütsel iletişim; çalışanların eğitilmesini ve çalışanlara firmanın amaçlarının ve değerlerinin benimsetilmesini sağlayarak onların desteğinin alınmasını, firmanın stratejilerinin çalışanlara benimsetilerek firma çalışanlarının iş doyumunu artırmayı ve firma içi motivasyon seviyesini yükseltmeyi amaçlar. Aynı zamanda firma çalışanlarının dış çevresiyle bilgi alışverişini sağlayacak bir kaynak işlevi görmesi biçiminde özetlenebilir (Güçlü, 2017).

Firmadaki örgütsel iletişimin etkin yürütülebilmesi, çalışanın psikososyal ihtiyaçlarını dikkate alarak düzenlendiği ölçüde firmaya katkı vermektedir. Bu ihtiyaçları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Çalışanın kendisine verilen görevi istenilen şekilde yerine getirebilmek için gereksinim duyduğu pratik, teknik ve insani bilgileri içeren öğrenme isteği,
- Çalışanın yerine getirilmesi istenilenin ne olduğunun, nasıl yapılması gerektiğinin ve neden yapılmaya ihtiyaç duyulduğu bilgisini içeren anlama isteği,
- Çalışanın sahip olduğu düşüncelerini dikte ettirme, kendisine yöneltilen görüşlere karşılık verip önerilerde bulunması yani kısacası iletişim kurma gereksinimini karşılayan duygu ve düşüncelerini aktarma isteğidir. Çalışanlara yüklenen iş hakkında doğru, yalın, eksiksiz ve yeterli bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır. Firmadaki örgütsel iletişim, yalnızca iletilerin aktarımından ibaret değildir. Aynı zamanda olumlu iş ilişkilerinin, uyumun ve çalışanlar arasında kurulan güven köprüsü ile devam ettirilebilmesi için merkezi bir konumda bulunmaktadır (Özkan, 2013).

Değişen ve gelişen dünyada firmalar hızlı bir şekilde gelişmektedir. Firmaları oluşturan bireyler de bu değişime ayak uydurmak için kendilerini devamlı yenilemekte ve isteklerini de bu doğrultuda artmaktadır. Firmalar ve kişiler arasında gelişen bu değişiklikler göz önüne alındığında aralarındaki uyumu etkili bir iletişim sağlamaktadır. Günümüzde, firmalar arasında rekabette avantajlı konumda yer alabilme ve başarıyı elde edebilmelerinin yolu, değişim ve gelişimleri takip edebilme ve bunlara uyum sağlayacak canlı ve etkili bir yapıya sahip olmaktan geçmektedir. Değişimin kaçınılmaz olduğu günümüzde bu gerçeği göz ardı etmeyen lojistik firmalar, yönetsel etkinliğin ve firmanın verimliliğinin anahtarı olarak insanı görmektedirler. İnsanların etkin bir şekilde firma amaçları doğrultusunda yönlendirilmesi ise örgütsel iletişim vasıtasıyla mümkündür (Tanrıverdi vd., 2010)

Globalleşen dünyada tüm firmaların ayakta kalabilmeleri bakımından olgunlaşan sosyal ve ekonomik şartlar, örgütsel iletişimi zorunlu hale getirmektedir. Örgütsel iletişimi zorunlu hale getiren şartları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Firma maliyetleri yükselmekte ve paydaşların üzerinde etki alanı genişletilmek istenmektedir.
- Pazarda bulunan çok sayıda ürün ve markaların eşdeğer kalitede olması ve ürün farklılaştırmasının güçleşmesi nedeniyle azalması firmaları, iletişim ile bir adım öne geçme eğilimine yöneltmektedir.
- Teknolojideki hızlı gelişmeler ve yenilikler, yeni pazarlama yöntemlerini ve araçlarını çeşitlendirmiştir. Zamanla gelişen medya kanalları aracılığıyla mesajı gönderenler ile alanlar arasında engeller ortadan kalkmıştır. Böylelikle pazarlama anlayışı müşteri odaklı olmaya başlanmıştır.

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

- Müşterilerin, çeşitli araçlarla farklı ürün ve markalara ulaşabilme gücünü elde etmelerinden dolayı iletişim okuryazarlığı artmış ve onlara ulaşmak daha da güçleşmiştir. Bu durum firmaların, pazarlama dilini daha güvenilir bir zemine oturtmayı gerekli kılmış ve inandırıcılıklarını arttırmak için iletişim konusuna bütüncül bir şekilde yaklaşmakta ve etkileşimli iletişim araçlarına yönlendirmektedir,

- Bütüncül biçimde iletişime yaklaşma anlayışı, örtüşen ve kompleks hale gelen hedef kitleler ile iletişimde olması muhtemel mesaj çatışmalarını tanımlamayı ve önlemeyi sağlar (Ertekin vd., 2018).

Firmalarda oluşturulan sağlıklı ve etkili örgütsel iletişimin sağladığı yararları şu şekilde sıralayabiliriz:

-Yönetimin karar vermesinde gereksinim duyulan bilgiyi elde etme imkânını sağlar.

-Yöneticilerce alınmış olan kararların işgörenler tarafından amacına uygun bir biçimde anlaşılıp, eyleme dönüştürülmesine imkan sağlar,

-İşgörenlerin firmaya bağlılık derecesini arttırarak müşterilerle olan ilişkilerinin iyileşmesini sağlar, işgörenlerin davranışlarına olumlu yansiyarak onların performanslarına artırıcı etki sağlar,

-Firmanın iş etkinliklerinin ekip ruhu içerisinde yürütülmesine katkı sağlayarak kesintisiz bir ortama devamlılık kazandırır,

-Firmanın karlılığı ve etkinliği artırır, hataları azaltarak maliyetleri düşürür,

Bu doğrultudaki yararların firmalar için önemli derecede anlamlı olduğunu söyleyebiliriz (Demirel vd., 2011).

Örgütsel iletişim; farklı pozisyonlarda çalışanlar arasında daha fazla iş birliğine, ekip çalışmasına ve firmanın yapısının dönüşümüne katkıda bulunur (Yates vd., 1992). Firma için yaşamsal bir değeri olan örgütsel iletişim, yönetim faaliyetlerinin başarısından, vizyonun en tepesindeki hedefleri gerçekleştirmeye kadar çok sayıda fonksiyonu yerine getirmektedir. Çalışanları, onların duygu ve değerlerini, firma amaçları ve birimlerini kısacası firmadaki maddi ve manevi olarak sayılabilecek birçok unsuru birbirine kenetleyen örgütsel iletişim, aynı zamanda bu unsurların oluşmasını sağlayan sürekli hareket içinde olan dairesel bir süreçtir (Şimşek, 2011). Örgüt içi iletişim bir firmanın omurgasını oluşturmaktadır. Firma içerisindeki etkinliklerin daha sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesine ve geliştirilebilmesine olanak sağlar. Örgütsel iletişim, firma içerisinde çalışanların ve yönetenlerin mutluluk ve tatmin olma seviyelerini

artırıcı etkiye sahip olmakla beraber ortak hedeflerin başarıya ulaşmasında önemli bir konuma sahiptir (Beliktay, 2016). Dolayısıyla, günümüzde firma çalışanlarının davranışlarını firmanın amaçları doğrultusunda eşgüdümleme çabalarında başarılı olabilmeleri için, çalışanlarının işten istek ve ihtiyacını karşılayan ve yaptıkları işten tatmin olmalarını sağlayan bir yapıya ve tatminlik düzeyini artırıcı etkiye sahip çalışma ortamını yaratmaları gerekmektedir. Böyle bir çalışma ortamının oluşturulmasında hem yöneticilerin hem de çalışanların ortak hareket etmesi, görüş ve düşüncelerini birbirleriyle paylaşmaları beklenmektedir. Böyle bir ortam örgütsel iletişim yapısını doğru bir zeminde kurmakla yaratılabilir (Bakan ve Büyükbeşe, 2004).

Firmalarda başarılı bir örgütsel iletişimin ortaya çıkabilmesi firma içerisindeki tüm departmanların birbirleriyle uyumlu olmasına bağlıdır. Özellikle departmanlar arasında iletişimi yöneten üstlerin, bu örgütsel iletişimin başarılı olmasında önemli rolleri vardır. Üstler hem iş akışı ve çevresinin oluşturulmasında hem de işgörenlere bilgi ve geri bildirim sağlamada etkili olmaktadır (Griffin vd., 2001).

İşgören-üst etkileşimleriyle ilgili olarak, en yaygın üst davranışı, bir üstün çalışanlarla kullandığı iletişim uygulamalarıdır. İşgören-üst etkileşimlerinde, çalışana derin saygı, çalışanın kendisine güvendiğine dair daha büyük bir algı, bir çalışanın algılanan yeteneklerinde bir artış ve daha fazla ortak anlayış ile çalışan-üst ilişkisi kurulup güçlenmektedir (Rocereto vd., 2011). Etkili üst iletişimi uygulamaları, çalışanları doğru şekilde yönetmenin önemli bir bileşeni sayılmaktadır (Johlke ve Duhan, 2000).

İşgören-üst iletişiminin açık ve etkili olmasında, işgörenleri bilgilendirme kaynakları arasında üstlerin önemli bir rolü vardır. İşgörenlerin yeterli ve uygun bir şekilde bilgilendirilmesinin önemi araştırmalarda açıklanmıştır (Bartoo ve Sias, 2004, Gopinath ve Becker, 2000; Akt. Yüksel, 2005).

Kurumsallaşmış firmalarda, sorunların çözümü konusunda ilk olarak üstler tarafından firma içi iletişimdeki olumsuz yönlerin tespiti yapılmakta ve çalışanların fikirlerini özgürce ifade edebilecekleri bir ortam sağlanmaktadır. Bunun yanında üstler işgörenlere anlaşılabilir ve uygulanabilir emirler vererek, işgörenlerin performansını artırmasına destek olmaktadır (Uçar ve Kızılaslan (2017). Ancak çoğu firmalarda farklı iş seviyelerindeki işgörenler kendi üstlerinden önemli ölçüde farklı iletişim türleri aldıklarını bildirmektedirler. Bunun iki sebebi bulunmaktadır. Birincisi, iş seviyesi gibi örgütsel değişkenlerin, farklı rol davranışlarıyla sonuçlanmasıdır. İkincisi ise, iş tatminini artırmak için iletişimin kullanımına ilişkin içgörü sağlama potansiyeline sahip olunmasıdır (Akt. Miles vd., 1996).

İşgören-üst iletişimi ile ilgili geçmişten günümüze farklı teoriler öne sürülmüştür. Öncelikle Katz ve Kahn (1978), iletişimin temel bileşenlerini (kaynak, alıcı, kanal ve mesaj) kavramsallaştırmış ve genişletmiş, bilgi akışının yönünü üst-ast ilişkileri açısından belirlemiştir. Katz ve Kahn (1978), işgörenler ve üstler arasındaki iletişimin beş tür bilgi içerdiğini öne sürmüşlerdir. Bunlar: (a) iş talimatı, (b) iş mantığı, (c) prosedürler ve uygulamalar, (d) geri bildirim ve (e) hedeflerin telkin edilmesidir. Ayrıca, işgörenlerden üstlerine iletişimi esas alarak (a) çalışanların kendileri, performansları ve sorunları; (b) iş arkadaşlarının sorunları; (c) örgütsel uygulamalar ve politikalar ve (d) ne yapılması gerektiği ve nasıl yapılacağı ile ilgili bilgiler de ortaya koymuşlardır. Katz ve Kahn (1978) 'ın üst iletişim kavramına dayanarak, Huseman vd.'leri (1980), üst düzey ilişkilerde ortaya çıkan yedi tür iletişim geliştirmişlerdir. Bunlar: yön, bilgi, mantık, geri bildirim, olumlu ifade, olumsuz ifade ve katılımdır. Daha sonra Hatfield ve Huseman (1982) işgören-üst iletişimini test etmiş ve bu yedi tür üst düzey iletişimin işgörenlerin iş tatmini üzerinde önemli bir etkisi olduğunu vurgulamışlardır. Miles ve vd. (1996), Huseman vd.'lerinin yedi tür işgören-üst iletişimini yeniden test etmiş, ast-üst ilişkilerinde iş ve sosyal iletişimi yansıtabilen üst iletişim davranışlarının dört ayrı boyutuna vurgu yapmışlardır. Bunlar: (a) olumlu ilişki iletişimi; (b) yukarı doğru açıklık iletişimi; (c) olumsuz ilişki iletişimi; (d) işle ilgili iletişimdir. Miles vd. (1996), sosyal iletişim değişimlerinin olumlu ilişki iletişimini ve olumsuz ilişki iletişimini içerdiğini öne sürmüşlerdir. Olumlu ilişki iletişimi, bir üstün bir işgörenle rastgele bir şekilde ilişki kurduğu iletişim faaliyetlerine odaklanır. Öte yandan, olumsuz ilişki iletişimi, üstlerin işgörelere yönelik alay ettiği ve başkalarının varlığında onları eleştirdiği etkinlikleri içerir. İşgören-üst iletişim değişimi yukarı doğru açıklık iletişimi ve işle ilgili iletişimi içerir. Yukarı doğru açıklık iletişim faaliyetlerinde üst, işgörenine kendisine verilen işler hakkındaki talimatlarını sorgulama fırsatı verir. İşle ilgili iletişimde, hem üstler hem de işgörenler performansları, firma kuralları ve politikaları ile ilgili konularda etkileşime girer. Miles vd. (1996), dört iletişim boyutunun da çalışanların iş tatminini etkilediğini ifade etmişlerdir (Akt. Bakar ve Connaughton, 2010). Bu çalışmada, işgören-üst iletişimini ölçebilmek için Miles vd. (1996)'nın geliştirdiği 24 soruluk ölçek kullanılmıştır.

İşgören-üst iletişimi ile, çalışanların doğrudan üstlerinden aldıkları destek, geri bildirim, grup hedeflerini teşvik etme ve vizyon ile aralarındaki ilişkiler güçlenmektedir. Ayrıca, işgörelere iyi yönlendirme ve geri bildirim sağlayan üstlerin, işgörelere ekstra rol davranışlarını yerine getirmeleri için iyi koşullar sağlaması beklenmektedir (Chan ve Kuok, 2020). Bunların yanı sıra firmasal işleyişte, yalnızca bir üstün davranışı ve kişiliği değil, aynı zamanda işgörelenin tepkileri de önem arz etmektedir. Bunlar olumlu gerçekleştiği takdirde işgören-üst arasında karşılıklı etki döngüsü oluşur (Dansereau vd., 1975; Graen vd., 1982; Liden ve Graen, 1980; Akt. Klieman vd., 2000).

Demografik Özellikler

Demografi; nüfus, yaş, ırk ve cinsiyet gibi faktörlere dayanan bir çalışmadır. Demografik özellikler; istihdam, eğitim, gelir, evlilik oranları, doğum ve ölüm oranları ve daha fazla faktör de dahil olmak üzere istatistiksel olarak ifade edilen sosyo-ekonomik bilgileri kapsar. Hükümetler, firmalar ve sivil toplum kuruluşları, politika geliştirme ve ekonomik pazar araştırması dahil olmak üzere bir nüfusun özellikleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için demografik bilgileri kullanırlar. Örneğin bir lojistik firması, çalışanlarının kişilik özelliklerini tespit ederek buna göre eğitimler düzenler, emeklilik yaşını takip ederek yerlerini nasıl dolduracağını planlar ve bunlara göre kararlar alır (Chappelow, 2019)

Çalışanlar, firmaların en önemli unsurlarından birisidir. Çalışanların firmanın hedefleri doğrultusunda yönetilmesi söz konusu olduğundan, çalışanların kişilik özellikleri büyük önem taşımaktadır. Firmanın örgütsel iletişim ile firma hedeflerini gerçekleştirebilmesi için çalışanların bu iletişimi tam ve doğru anlamaları gerekir. Ancak çalışanların kişilik özellikleri farklı olduğundan örgütsel iletişimi algılama biçimleri de farklı olmaktadır. Bu da doğal olarak örgütsel iletişimin etkinliğinin farklı düzeylerde gerçekleşmesine neden olmaktadır (Erkoç, 2008).

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerinin işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığının incelenmesidir. Araştırmanın evren ve örnekleme belirlenirken Uluslararası Nakliyeciler Derneği'nin 2018 yılında yayınladığı verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen verilere göre İstanbul (307), İzmit (23), Samsun (7) ve Mersin (171)'dir. İstanbul ilinde faaliyetlerini sürdüren 307 lojistik firması araştırma verilerinin toplanacağı en uygun şehir olarak belirlenmiştir. Lojistik firmalarında toplam çalışan sayısı bilgilerine net bir şekilde ulaşamadığı için, %95 güvenilirlik düzeyinde 100.000 evren için gerekli örneklem sayısının 383 olması gerektiği (Gürbüz ve Şahin,2016) bilgisinden hareketle anket, firmalarda araştırma konusunda bilgi sahibi olan çalışanlara tesadüfi seçim ile uygulanması temel alınarak toplamda 400 anket verisinin elde edilmesi planlanmıştır. Her firmada 1 anket uygulanmış ancak bazı büyük firmalarda anket sayısı 2'ye yükseltilmiştir, uygulanan anketler elden dağıtılmış olup çalışma için 301 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir.

Lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerinin, işgören-üst iletişim algılarında farklılıklar oluşturup oluşturmadığını incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Ankette araştırmanın temel değişkeni olan işgören-üst iletişim değişkenini ölçümlemek için literatürde Miles vd. (1996) tarafından oluşturulan iletişim ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

çevirisi araştırmacılar tarafından yapıldıktan sonra, çeviriler alanında uzman kişiler tarafından kontrol edilmiştir. Ölçekte yer alan önermelerden birkaç tanesi aşağıda örnek olarak sunulmuştur:

“İşimi nasıl yapacağım konusunda önemli ölçüde bağımsız ve özgür davranma olanağına sahibim”

“Yöneticim çalışma grubumdakiler kadar sıkı çalışır”

“Yöneticim benim kişiliğim hakkında beni geliştirecek olumlu eleştirilerde bulunur”

Ölçekler, ‘1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum’ şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında, lojistik firma çalışanlarının yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, yöneticilik düzeyi, çalışma yılı, mesleğe ilgisi, mesleki beklenti ve çalışma temposunun işgören-üst iletişim algıları üzerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

- H1: Lojistik firma çalışanlarının yaşlarına bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H2: Lojistik firma çalışanlarının medeni durumlarına bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H3: Lojistik firma çalışanlarının eğitim seviyelerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H4: Lojistik firma çalışanlarının yöneticilik düzeylerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H5: Lojistik firma çalışanlarının meslekteki çalışma sürelerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H6: Lojistik firma çalışanlarından mesleğini seven çalışanlar ile sevmeyen çalışanların işgören-üst iletişim algıları arasında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H7: Lojistik firma çalışanlarından mesleki beklentileri olan çalışanlar ile mesleki beklentileri olmayan çalışanların işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.

- H8: Lojistik firma çalışanlarının çalışma tempolarına bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.
- H9: Lojistik firma çalışanlarının çalıştıkları departmana bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.

Araştırmanın Bulguları

Çalışmada yer alan işgören-üst iletişim değişkeninin güvenilirliği Cronbach's Alfa değerleri ile ölçümlenmiştir. Tablo 1' de de görüldüğü üzere Cronbach's Alfa değeri 0,985'dir. Cronbach's Alfa değeri 0,70 ve üzeri ($0,70 \leq \alpha \leq 1$) olduğunda güvenilir olarak kabul edilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Araştırma değişkeninin Cronbach's Alfa değerleri 0,9 üzeri olduğundan güvenilirlik düzeyi oldukça yüksek bulunmuştur (Terzi, 2019).

Tablo 1. Araştırmada Yer Alan Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha
Örgütsel İletişim	24	0,985

Öncelikle çalışmada kullanılan ölçeğin geçerliliğine ilişkin bulguları elde etmek için Kaiser Meyer Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Bu test ile örneklem sayısının yeterli olup olmadığı belirlenmektedir. Field (2018) KMO değerinin 0,50'nin altında olması durumunda ya daha fazla veri toplanması ya da kullanılan ölçeğin değiştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Barlett Küresellik testi ise korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapacak düzeyde yeterli olup olmadığını test etmektedir. Bu test sonucunun anlamlı olması değişkenler arası ilişkilerin anlamlı olduğuna ve ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu anlamına gelmektedir (Gürbüz ve Şahin: 2018). Kaiser-Meyer-Olkin testi ve Barlett Testi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi KMO değerleri, yukarı doğru açıklık iletişim boyutu, 0,749; iş ile ilgili iletişim boyutu, 0,953; olumsuz ilişki iletişimi boyutu, 0,740; olumlu ilişki iletişim boyutu, 0,894 şeklindedir. Bu değerlere bağlı olarak, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "orta" ve "mükemmel" (Field, 2018) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare (yukarı doğru açıklık iletişimi boyutu, 525,067; iş ile ilgili iletişim boyutu, 3568,814; olumsuz ilişki iletişimi boyutu, 487,141; olumlu ilişki iletişim boyutu, 1688,249; $p < .01$) değerlerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu ortaya çıkmıştır. Faktör analizi her bir alt boyut için ayrı ayrı yapılmış ve sonuçlarına da yine Tablo 2'de yer verilmiştir. Faktör yük değerlerinin; birinci faktör için 0,913 ile 0,900,

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

ikinci faktör için 0,892 ile 0,856, üçüncü faktör için 0,915 ile 0,889, dördüncü faktör için 0,911 ile 0,864 arasında değiştiği görülmektedir. Faktör yük değerleri büyüklük açısından incelendiğinde, “mükemmel” faktör yükü olarak sınıflandırılabilir (Gürbüz ve Şahin: 2018).

Tablo 2. Kaiser-Meyer-Olkin, Bartlett Testi sonuçları ve Faktör Değerleri

KMO ve Bartlett's Test		Yukarı doğru açıklık iletişimi boyutu	İş ile ilgili iletişim boyutu	Olumsuz ilişki iletişimi boyutu	Olumlu ilişki iletişimi boyutu
Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü		,749	,953	,740	,894
Bartlett's küresellik testi	Ki-kare	525,067	3568,814	487,141	1688,249
	df	3	55	3	15
	Anlamlılık	,000	,000	,000	,000
Açıklanan toplam varyans		82,366	76,251	80,931	78,781
Önermeler		Faktör Yükü			
Ö.İ.5		,913			
Ö.İ.21		,910			
Ö.İ.13		,900			
Ö.İ.12			,892		
Ö.İ.11			,891		
Ö.İ.3			,884		
Ö.İ.9			,882		
Ö.İ.18			,875		
Ö.İ.4			,867		
Ö.İ.10			,867		
Ö.İ.17			,863		
Ö.İ.2			,861		
Ö.İ.19			,859		
Ö.İ.1			,856		
Ö.İ.22				,915	
Ö.İ.14				,894	
Ö.İ.6				,889	
Ö.İ.23					,911
Ö.İ.24					,904
Ö.İ.8					,896
Ö.İ.16					,889
Ö.İ.15					,865
Ö.İ.7					,864

İşgören üst iletişimi ölçeğine ilişkin gerçekleştirilen normallik testi sonuçlarına Tablo 3’de yer verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde skewness ve kurtosis değerlerinin, Tabachnick ve Fidell (2013)’e göre normallik dağılımı için sınır değerler olan -1.5 ile 1.5 arasında olduğu görülmüştür. Bu durumda, verilerin normal dağılım gösterdiği yorumunu yapabiliriz.

Tablo 3. Normallik Testi

Boyut	N	Mean	Median	Skewness	Kurtosis
Ö.İ.1	301	3,7143	4,0000	-,563	-,478
Ö.İ.2	301	3,5415	4,0000	-,341	-,643
Ö.İ.3	301	3,4452	4,0000	-,399	-,674
Ö.İ.4	301	3,5249	4,0000	-,377	-,729
Ö.İ.5	301	3,5349	4,0000	-,413	-,867
Ö.İ.6	301	3,4485	4,0000	-,367	-,743
Ö.İ.7	301	3,5980	4,0000	-,563	-,595
Ö.İ.8	301	3,4168	4,0000	-,532	-,596
Ö.İ.9	301	3,5349	4,0000	-,515	-,647
Ö.İ.10	301	3,5150	4,0000	-,444	-,812
Ö.İ.11	301	3,5216	4,0000	-,361	-,908
Ö.İ.12	301	3,5415	4,0000	-,464	-,804
Ö.İ.13	301	3,5083	4,0000	-,335	-,830
Ö.İ.14	301	3,5150	4,0000	-,446	-,684
Ö.İ.15	301	3,3987	4,0000	-,424	-,825
Ö.İ.16	301	3,5116	4,0000	-,521	-,653
Ö.İ.17	301	3,5980	4,0000	-,528	-,561
Ö.İ.18	301	3,4850	4,0000	-,532	-,499
Ö.İ.19	301	3,5083	4,0000	-,393	-,711
Ö.İ.20	301	3,5681	4,0000	-,463	-,593
Ö.İ.21	301	3,5216	4,0000	-,314	-,800
Ö.İ.22	301	3,5216	4,0000	-,360	-,835
Ö.İ.23	301	3,4618	4,0000	-,263	-1,003
Ö.İ.24	301	3,5449	4,0000	-,355	-,831

Çalışmaya katılan lojistik firma çalışanlarının demografik özellikleri ve mesleki sorulara verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Katılımcılar yaş açısından değerlendirildiğinde, 26-35 (%63,8) yaş aralığında daha fazla çalışan olduğu tespit edilmiştir. Yaş dağılımı 40’ın üzerine çıktığında çalışan sayısının azaldığı görülmektedir. Çalışanların medeni durumuna bakıldığında ise evli çalışanların (%57,5) bekâr çalışanlardan (%42,5) daha fazla olduğu görülmüştür. Eğitim

İ.Bakan-B.Eršahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

durumuna göre ise çalışanların büyük çoğunluğu üniversite ve yüksek lisans (%56,1) mezunudur. Bu bağlamda, katılımcılarının eğitim durumlarının iyi olduğu söylenebilir. Üst düzey (%8,3) ve orta düzey yöneticilerin (%21,3), alt kademe yönetici (%32,9) ve yöneticilik görevi olmayanlara (%37,5) göre daha az olduğu tespit edilmiş olup bu durum firmaların hiyerarşik yapıları açısından anlaşılabilir bir durumdur. Meslekte çalışma sürelerine bakıldığında, büyük çoğunluğunun 1-5 yıl arası çalışanlardan (%46,5) oluştuğu görülmüştür. Çalışanların mesleğini sevdiğini ve mesleğine ilgisinin olduğunu (%75,4) söylemek mümkün olup, yine büyük bir kısmı (%63,1) mesleki beklentilerinin karşılandığını düşünmektedir. Çalışanların bir kısmı (%48,2) çalışma temposunun aşırı yoğun olduğunu ve diğer bir kısmı da (%38,2) yoğun olduğunu belirtmiştir.

Yaş ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Çalışanların yaşlarının yer aldığı Tablo 5'e bakıldığında, yaşlarına bağlı olarak katılımcıların işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık bulunmuş ($P=0,000$); ($P<0,05$) ve "H1: Lojistik firma çalışanlarının yaşlarına bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir. Yaş düzeyleriyle ilgili ortalamalar incelendiğinde, çalışanların yaşları arttıkça işgören-üst iletişim algılarının da olumlu yönde arttığı görülmüştür. Araştırmacılar tarafından elde edilen bu sonuçlar, çalışanların yaşlarının işgören-üst iletişim algılarında farklılık oluşturduğunu ve yaş ilerledikçe işgören-üst iletişim algılarının pozitif yönde iyileştiğini açığa çıkartmıştır.

Tablo 5. Yaş ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Yaş					
20-25 yaş	31	3,1720	1,04642		
26-30 yaş	95	3,2921	1,03317		
31-35 yaş	97	3,4807	,99163	7,958	0,000
36-40 yaş	46	3,9076	,72286		
41 ve üzeri	32	4,1471	,62995		
Toplam	301	3,5255	,98612		

Medeni Durumu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Tablo 6'da medeni durumlarına bağlı olarak çalışanların işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık bulunmuş ($P=0,011$); ($P<0,05$) ve "H2: Lojistik firma çalışanlarının medeni durumlarına bağlı olarak işgören-üst iletişim

algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır” hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların medeni durumlarıyla ilgili ortalamalar incelendiğinde medeni durumu evli olan çalışanların, bekârlara oranla işgören-üst iletişim algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 6. Medeni Durumu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Medeni Durum					
Evli	173	3,6498	,98901	6,588	0,011
Bekar	128	3,3574	,96064		
Toplam	301	3,5255	,05684		

Eğitim Seviyeleri ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Eğitim seviyelerinin yer aldığı Tablo 7’ye bakıldığında, eğitim seviyesine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuş ($P=0,000$); ($P< 0,05$) ve “H3: Lojistik firma çalışanlarının e

ğitim seviyelerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır”, hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların eğitim seviyesi arttıkça işgören-üst iletişim algılarının da yükseldiği görülmüştür.

Tablo 7. Eğitim Seviyeleri ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Eğitim					
Lise ve Öncesi	22	2,2121	0,84132	26,624	0,000
Meslek Yüksek Okulu	44	3,0919	1,01700		
Üniversite	169	3,6706	0,89155		
Yüksek Lisans ve Üstü	66	3,8807	0,79175		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Yöneticilik Düzeyi ve İşgören-Üst İletişim Algıları

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

Tablo 8’de yöneticilik düzeylerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüş ($P=0,000$); ($P < 0,05$) ve “H4: Lojistik firma çalışanlarının yöneticilik düzeylerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır” hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların yöneticilik düzeyi yükseldikçe işgören-üst iletişim algılarının da yükseldiği görülmüştür.

Tablo 8. Yöneticilik Düzeyi ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Yöneticilik Düzeyi	25	4,3517	0,33008	16,984	0,000
Üst Kademe Yönetici	64	3,8555	0,85275		
Alt Kademe Yönetici	99	3,5657	0,85580		
Yöneticilik Görevi Yok	113	3,1206	1,07241		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Çalışma Süreleri ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Çalışma sürelerinin yer aldığı Tablo 9 incelendiğinde, işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık bulunmuş ($P=0,000$); ($P < 0,05$) ve “H5: Lojistik firma çalışanlarının meslekteki çalışma sürelerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır” hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların çalışma süreleriyle ilgili ortalamalar incelendiğinde, çalışanların çalışma süreleri arttıkça işgören-üst iletişim algılarının da arttığı görülmüştür.

Tablo 9. Çalışma Süreleri ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Çalışma Süresi				21,558	0,000
1 Yıldan Az	47	2,9504	1,07847		
1-5 Yıl	140	3,3182	0,98865		
6-10 Yıl	82	3,9151	0,73681		
11 Yıl ve Üzeri	32	4,2786	0,44807		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Mesleği Sevme Durumu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Çalışmaya katılanların mesleklerini sevme durumlarının yer aldığı Tablo 10'a bakıldığında, çalışanların mesleği sevme durumları ile işgören-üst iletişim algıları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuş ($P=0,000$); ($P< 0,05$) ve "H6: Lojistik firma çalışanlarından mesleğini seven çalışanlar ile sevmeyen çalışanların işgören-üst iletişim algıları arasında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır", hipotezi kabul edilmiştir. Araştırma sonucunda mesleğini seven çalışanların işgören-üst iletişim algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 10. Mesleği Sevme Durumu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Mesleği Sevme Durumu					
Evet	227	3,9380	0,70290	348,921	0 ,000
Hayır	74	2,2601	0,56088		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Mesleki Beklentiyi Karşılama ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Tablo 11'e bakıldığında ise çalışanların mesleki beklentilerinin karşılanması ve işgören-üst iletişim algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuş ($P=0,000$); ($P<0,05$) ve "H7: Lojistik firma çalışanlarından mesleki beklentileri olan çalışanlar ile mesleki beklentileri olmayan çalışanların işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu araştırma, mesleki beklentileri olan çalışanların, mesleki beklentileri olmayan çalışanlardan daha iyi işgören-üst iletişimi kurduğunu ifade etmektedir.

Tablo 11. Mesleki Beklentiyi Karşılama ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Mesleki Beklentiyi Karşılama					
Evet	190	4,0930	0,58295	394,432	0,000
Hayır	111	2,5541	0,74810		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Çalışma Temposu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Tablo 12'ye bakıldığında, çalışma temposu ile işgören-üst iletişim algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuş ($P=0,001$); ($P< 0,05$), çalışanların çalışma temposu ortalamalarına bakıldığında çalışma temposu yoğun olan çalışanların işgören-üst iletişim algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür. "H8: Lojistik

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

firma çalışanlarının çalışma tempolarına bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır”, hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12. Çalışma Temposu ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Çalışma Temposu					
Normal	41	3,5559	0,91266	7,100	0,001
Yoğun	115	3,7739	0,86277		
Aşırı Yoğun	145	3,3198	1,05503		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

Çalıştıkları Departman ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Çalışanların çalıştığı departman ile işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık oluşturduğu Tablo 13’te görülmüş ($P=0,056$); ($P>0,05$) ve “H9: Lojistik firma çalışanlarının çalıştıkları departmana bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır” hipotezi kabul edilmiştir. Satış-pazarlama departmanında çalışanların iletişim düzeylerinin diğer departmanlarda çalışanlara göre daha yüksek olduğu, bu departmanı lojistik ve ithalat-ihracat departmanlarında çalışanların izlediği anlaşılmaktadır.

Tablo 13. Çalıştıkları Departman ve İşgören-Üst İletişim Algıları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Çalışılan Departman					
İthalat-İhracat	73	3,5930	0,91254	2,327	0,056
Satış-Pazarlama	57	3,7069	0,92960		
Lojistik	59	3,6137	0,94828		
Saha Çalışanı	62	3,2090	1,05777		
Operasyon	50	3,5083	1,05056		
Toplam	301	3,5255	0,98612		

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Literatürde, örgütsel iletişimde demografik özelliklere bağlı olarak anlamlı farklılıklar oluştuğunu gösteren çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (örneğin; Özkan, 2013; Akkoyun vd., 2015; Halis, 2000; Aliyeva, 2005; Güçlü 2017). Ancak iletişim alanında işgören-üst iletişim algılarının demografik özelliklere

göre incelendiği bir araştırmaya rastlanılmadığı gibi aynı zamanda lojistik firma çalışanları üzerinde bu konuda yapılmış bir çalışmaya da rastlanılmamıştır. Bu çalışmada, son zamanlarda firmalarda önemini sürekli artıran ve firmaların amaçlarına ulaşmasında kilit rolü oynayan işgören-üst iletişim konusu ele alınmış ve konu lojistik firmalarında çalışılmıştır.

İşgören-üst iletişimi lojistik firmalarda bilgilendirme, yönlendirme ve düzenleme işlevlerini uyum içerisinde gerçekleştirmektedir. Ayrıca firmadaki düzen ve kontrole yönelik tehditlerin yönetilmesinde, problem çözme ve çatışma yönetimi, müzakere ve pazarlığın sağlanmasında görev almaktadır. Üretim faaliyetlerinin koordinasyonunu ve düzenlenmesini, çalışanların sosyalleşmesini ve motive olmasını ve firmanın inovasyon sürecini güçlü bir örgütsel iletişim desteklemektedir (Baker, 2007). İşgören-üst iletişimini gerçekleştiren firma çalışanları ise, firmaların en önemli unsurlarından birisidir. Çalışanların firmanın hedefleri doğrultusunda yönetilmesi söz konusu olduğundan, çalışanların kişilik özellikleri büyük önem taşımaktadır. Firmanın örgütsel iletişim ile firma hedeflerini gerçekleştirebilmesi için çalışanların işgören-üst iletişimini tam ve doğru anlamaları gerekir. Ancak çalışanların kişilik özellikleri farklı olduğundan genelde örgütsel iletişim özelde ise işgören-üst iletişimini algılama biçimleri de farklı olmaktadır. Bu da doğal olarak örgütsel iletişimin etkinliğinin farklı düzeylerde gerçekleşmesine neden olmaktadır (Erkoç, 2008).

Bu çalışma kapsamında İstanbul'da bulunan lojistik firmalarda çalışan işgörenlerin demografik özelliklerinin, işgören-üst iletişim algılarında bir farklılık oluşturup oluşturmadığı araştırılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan ANOVA analizi ile lojistik firma çalışanlarının demografik özelliklerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Lojistik firma çalışanlarının yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, yöneticilik düzeyi, meslekte çalışma yılı, mesleğine ilgi ve mesleki beklenti değişkenleri esas alındığında iletişim konusunda algı farklılıklarının olduğu açıkça çıkmıştır.

Literatürde yer alan Özkan (2013), Akkoyun vd., (2015), Halis (2000), Aliyeva (2005) ve Güçlü (2017) tarafından yürütülen benzer çalışmalarda da çalışanların demografik özelliklerinin örgütsel iletişim algılarında farklılıklar meydana getirdiği belirtilmiştir. Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgular, literatürde daha önce yapılmış olan araştırma bulgularıyla uyumdadır. Bu çalışmanın mevcut literatüre katkısı, önceki araştırmalarda genel örgütsel iletişim değişkeni araştırma konusu yapılmış iken bu çalışmada iletişim konusunda işgören-üst iletişim değişkeni incelemeye alınmış ve benzer bulgulara ulaşılmıştır.

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

Araştırmada katılımcıların yaş, medeni durum ve eğitim seviyeleri demografik özelliklerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu temel bulgusu ön plana çıkmaktadır. Araştırmanın ulaştığı bir diğer sonuç ise, katılımcıların meslekte çalışma sürelerine bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarında anlamlı farklılıklar olduğu ve meslekte çalışma süresi arttıkça iletişim algılarının da arttığı bulgusudur. Mesleğini severek yapanların işgören-üst iletişim algılarının daha yüksek olduğuna yönelik araştırma bulgusu da Güçlü (2017) tarafından daha önce yapılan araştırma bulgusuyla uyumluluk göstermektedir. Mesleki beklentileri olan çalışanların, mesleki beklentisi olmayan çalışanlardan iletişim algılarının daha yüksek olduğu sonucu da araştırmada ulaşılan bir diğer önemli sonuçtur. Kariyerinde başarı sağlamak isteyen bireylerin, bu başarıyı elde etmek için iletişim ağlarını iyi kullanması gerektiği ve bu iletişim ağı içerisinde işgören-üst iletişiminin özellikle mesleki kariyer açısından önemli olduğunu fark etmiş olmaları işin doğasında bulunan bir farkındalık olarak değerlendirilebilir. Söz konusu bulgu, Eroğlu'nun (2011) yaptığı çalışmada ulaştığı “mesleki beklentileri olan ve beklentileri karşılanan çalışanların örgütsel iletişim algılarının da daha yüksek olduğu” bulgusuyla uyumaktadır. Değişik hiyerarşik basamaklarda görev yapanların, işgören-üst iletişim algıları arasındaki farklılık bulgusu da literatürde Eroğlu ve Özkan (2009) tarafından yapılan ve “yöneticilerle çalışanların örgütsel iletişim algılarının farklı olduğu, yönetici düzeyinde olanların firmanın amaçları, stratejilerini ve firma kültürünü daha iyi benimsedikleri ve iletişim algılarının daha yüksek olduğu” bulgusuyla örtüşmektedir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu, çalışanların iş yoğunluğuna bağlı olarak işgören-üst iletişim algılarının değiştiği bulgusudur. Bu bulguya yönelik, Töngür'ün (2016) çalışmasında iş yoğunluğunun az olması durumunda çalışanın çevresiyle gereksiz iletişim kurabileceği, aşırı yoğunluk olması durumunda da işinin olumsuz etkilenebileceği tespiti önemli görülmektedir. Çakıcı vd. (2013) ise fazla iş yoğunluğunun ve çalışmanın iş yaşamında çevreyle ve arkadaşlarla olan iletişimi olumsuz etkileyebileceğini belirtmişlerdir. Firma çalışanlarının görev yaptıkları departmanlarına bağlı olarak iletişim algılarında da farklılık olduğuna yönelik araştırma bulgusu ise Gürcüoğlu'nun (2017) araştırma sonuçlarıyla uyumaktadır. Gürcüoğlu araştırmasında, çalışanların buldukları departmanın, kurdukları örgütsel iletişimi etkilediğini ve farklı departmanda çalışanların örgütsel iletişim algılarının farklı olabileceğini belirtmiştir.

Elde edilen bulgular dikkate alındığında firmalarda iletişimin daha etkin ve verimli olabilmesi için öncelikli olarak işe alımlarda, başvuran bireylerin demografik özelliklerinin son derece titizlikle gözden geçirilmesi, demografik özellikler açısından iletişim algıları yüksek olma potansiyeline sahip adayların tercih edilmesi önemlidir. Firmaların iletişimden en yüksek faydayı elde etmek

için, firma içerisinde gerekli ortam ve koşulları da sağlaması gerekmektedir. Bu çalışma koşullarını sağlarken, iletişim konusunda demografik özelliklerin etkin faktörler olduğunu göz önünde bulundurmaları önerilir.

Bu çalışma, araştırma kapsamındaki lojistik firmalardan elde edilen veriler ve kullanılan araştırma yöntem ve teknikleriyle sınırlıdır. Bu kapsamda ulaşılan bulguların genelleştirilebilmesi açısından benzer araştırmaların farklı illerde ve farklı firmalarda yapılması, daha büyük örneklem gruplarından veri toplanması önerilir.

KAYNAKÇA

- Akkoyun, B., ve Kalkın, G. (2015). Çalışanların demografik özellikleri ile örgütlerine duydukları güven arasındaki ilişkiyi belirlemek üzerine bir araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 104-119.
- Aliyeva, S. (2005). Kurum içi iletişim: ölçülmesi ve çalışanların iş tatmini üzerindeki etkisi. [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. Research Direct. <http://hdl.handle.net/11424/8194>
- Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2004). Örgütsel iletişim ile iş tatmini unsurları arasındaki ilişkiler: akademik örgütler için bir alan araştırması. *Akdeniz İİBF. Dergisi* (7), 1-30.
- Bakar, H.A. ve Connaughton, S.L. (2009). Relationships between supervisory communication and commitment to workgroup: a multilevel analysis approach. *International Journal of Strategic Communication*, (4), 1–19. <https://doi.org/10.1080/15531180903415939>
- Bakker, B.A. ve Schaufeli, W.B. (2007). Burnout contagion processes among teachers. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(11), 2289-2308. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02437.x>
- Bartoo, H. ve Sias, P.M. (2004) When enough is too much: communication apprehension and employee information experiences. *Communication Quarterly*, 52(1), 15-26. <https://doi.org/10.1080/01463370409370175>
- Beliktay, A. (2016, Ocak 9). Örgütsel iletişim nedir? <http://ahmetbeliktay.com/orgutsel-iletisim-nedir/>
- Chappelow, J. (2019, Eylül 29) Demographics. <https://www.investopedia.com/terms/d/demographics.asp>,
- Chan, S. H. J. ve Kuok, O. M. K. (2020). Antecedents of civic virtue and altruistic organizational citizenship behavior in Macau, *Society and Business Review*, 1-21. <https://doi.org/10.1108/SBR-06-2020-0085>
- Çakıcı, A., Özkan, C., ve Akyüz, B.H. (2013). İş yükü yoğunluğunun, iş ve yaşam doyumuna etkisi üzerine otomotiv işletmelerinde bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 1-26.
- Çelikdemir, D. Z., ve Paker, İ.T. (2019). Örgütsel değişimin gerçekleşmesinde örgütsel iletişimin önemi. *İzmir İktisat Kongresi*, 34(3), 431-441

- Çolakoğlu, Ü., Ayyıldız, T., ve Cengiz, S. (2019). Çalışanların demografik özelliklerine göre örgütsel bağlılık boyutlarında algılama farklılıkları: Kuşadası'ndaki beş yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 77-89
- Çöllü, M.E., ve Summak, M.E. (2010). Örgütsel iletişimin örgütsel bağlılığa etkisi: Konya'da bulunan mali müşavir çalışanları üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1-2), 273-288
- Dansereau, F., Graen, G. ve Haga, W.J. (1975). A vertical dyad linkage approach to leadership within formal organizations: a longitudinal investigation of the role making process. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13(1), 46-78. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(75\)90005-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(75)90005-7)
- Demirel, Y., Seçkin, Z. ve Özçınar, M.F. (2011). Örgütsel iletişim ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 33-48
- Erdoğan, İ. (2011). İletişimi anlamak (4.baskı). Ankara: Pozitif Matbaacılık
- Erkan, B. (2014). Türkiye'de lojistik sektörü ve rekabet gücü. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi (ASSAM - UHAD) ASSAM International Refereed Journal* (1), 44-65.
- Erkoç, T. (2008). Kişilik özelliklerinin örgütsel iletişime etkisi ve bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi]. Research Direct. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=oGHjstZGvRkvvHILCGpQsw&no=vkpK4hlg3u9VqedxRcRqg>
- Eroğlu, E. (1996). İletişim sürecinde medya-mesaj-yöntem ilişkisi ve geleneksel eğitimden uzaktan öğretim sistemlerine geçiş süreci. *Kurum Dergisi*, (14), 275-294.
- Eroğlu, E., ve Özkan, G. (2009). "Örgüt kültürü" ve "iletişim doyumu" ile bireysel özellikler arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: bir uygulama örneği. *Selçuk İletişim*, 5(4), 50-61
- Eroğluer, K., ve Kahraman, Ç.A. (2019). Çalışanların kişilik özelliklerinin işe cezbolma algıları üzerine etkisi: bir firma uygulaması. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(1), 21-33. <https://dx.doi.org/10.30855/gjeb.2019.5.1.002>

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

- Ertekin, İ., Ilgın, H.Ö. ve Yengin, D.A. (2018). Örgütsel iletişim kuramları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 8(2), 297-311 <https://doi.org/10.7456/10802100/011>
- Gopinath, C. ve Becker, T.E. (2000). Communication, procedural justice, and employee attitudes: relationships under conditions of divestiture. *Journal of Management* (26), 63-83. <https://doi.org/10.1177/014920630002600107>
- Goldhaber, G., Yates, M., Porter, D. ve Lesniak, R. (1978). Organizational communication: State of the art. *Human Communication Research*, (5), 76-96. <https://doi.org/10.1111/j.14682958.1978.tb00624.x>
- Graen, G., Novak, M.A. ve Sommerkamp, P. (1982). `The effects of leader-member exchange and job design on productivity and satisfaction: testing a dual attachment model. *Organizational Behavior and Human Performance*, 30(1), 109-31. [https://doi.org/10.1016/00305073\(82\)90236-7](https://doi.org/10.1016/00305073(82)90236-7)
- Griffin, M.A. Patterson, M.G. ve West, M. (2001) Job satisfaction and teamwork: the role of supervisor support. *Journal of Organizational Behavior*, (22), 537-550. <https://doi.org/10.1002/job.101>
- Güçlü, M. (2017). Örgütsel iletişim: eğitim kurumlarındaki yeri ve önemi açısından bir değerlendirme. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), <https://doi.org/854-870> 10.26466/opus.350484
- Güllüoğlu, Ö. (2012). *Örgütsel iletişim: iletişim doyumunu ve kurumsal bağlılık*. Eğitim Kitabevi
- Gürcüoğlu, Y.D. (2017). Otel işletmelerinde kurumsal iletişimin rolü üzerine üst düzey yöneticilerle bir algı çalışması. [Yüksek Lisans Tezi]. Research Direct. <https://hdl.handle.net/20.500.12469/2809>
- Halis, M. (2000). Örgütsel iletişim ve iletişim tatminine ilişkin bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 217-230.
- Huseman, R.C., Hatfield, J.D., Boulton,W. ve Gatewood,R. (1980). Development of a conceptual framework for analyzing the communication-performance relationship. *In Academy of Management proceedings*, 1, 178-182. <https://doi.org/10.5465/ambpp.1980.4976196>

- Johlke M. C. ve Duhan D. F. (2000). Supervisor communication practices and service employee job outcomes. *Journal of Service Research*, 3(2) 154-163. <https://doi.org/10.1177/109467050032004>
- Kalkınma Bakanlığı. Onuncu kalkınma planı 2014-2018. 2013, Ankara.
- Karaçor, S. ve Şahin, A. (2004). Örgütsel iletişim kurma yöntemleri ve karşılaşılan iletişim engellerine yönelik bir araştırma. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 96-117
- Katz, D. ve Kahn, R. (1966). The social psychology of organizations. New York. : Wiley. Katz, D., ve Kahn, R. L. (1978). The social psychology of organizations. 2(528)
- Klieman, R. S., Quinn J. A. ve Harris, K. L. (2000). The influence of employee supervisor interactions upon job breadth. *Journal of Managerial Psychology*, 15(6) 587-605. <https://doi.org/10.1108/02683940010346734>
- Liden, R.C. ve Graen, G. (1980). Generalizability of the vertical dyad linkage model of leadership. *Academy of Management Journal*, 23(4), 451-65. <https://doi.org/10.5465/255511>
- Küçük, M., Eriş, U., Oğuz, T., Dal, A., Aydın, C. H. ve Orhon, N. (2012). İletişim bilgisi. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.
- Miller, K. I. (2008). Organizational communication. The international encyclopedia of communication. *The International Encyclopedia of Communication, First Edition. Edited by Wolfgang Donsbach.* <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieco018>
- Miles, E.W., Patrick, S.L., ve King, W.C. (1996). Job level as a systemic variable in predicting the relationship between supervisory communication and job satisfaction. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 69(3), 277-292. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1996.tb00615.x>
- Ölçer, N. ve Koçer, S. (2015). Örgütsel iletişim: Kocaeli Üniversitesi akademik personeli üzerine bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition* 6(11), 339-383.
- Özkan, G. (2013). Çağrı merkezlerinde duygusal emek ve örgütsel iletişim. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 64-80.

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

- Parlar, A. ve Mutluer, N. (2011). Etkili iletişim. *KA.DER Yönderlik Araştırması ve Eğitim Programı*, Aralık 2010- Mart 2011
- Rocereto, J.F., Mosca, J.B., Gubta, S.F. ve Rosenberg, S.L. (2011). The influence of coaching on employee perceptions of supervisor effectiveness and organizational policies. *Journal of Business & Economics Research*, 9(6), 15-24. <https://doi.org/10.19030/jber.v9i6.4375>
- Sarı, S. (2011). Çalışanların kişilik özellikleri ile iş doyumunu arasındaki ilişkiler: Bankacılık sektörü Antalya örneği. [Yüksek Lisans Tezi]. Research Direct. <http://hdl.handle.net/11607/1036>
- Schweiger, D. M. ve Denisi, A. S. (1991). Communication with employees following a merger: a longitudinal field experiment. *Acudemy of Management Journal* (34), 110-1 35. <https://doi.org/10.5465/256304>
- Şimşek, E. (2011). Örgütsel iletişim ve kişilik özelliklerinin yaşam doyumuna etkileri. [Doktora Tezi]. Research Direct. https://www.researchgate.net/publication/341205808_Orgutsel_Iletisim_ve_Kisilik_Ozelliklerinin_Yasam_Doyumuna_Etkileri_Yayinlanmamis_Doktora_Tezi_Eskisehir_Anadolu_Universitesi

- Tanrıverdi H. ve Öner, A.S. (2019). Lojistik sektörü çalışanlarının kişilik özellikleri işe karşı tutumları ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 3(2): 30-49
- Tanrıverdi, H., Adıgüzel, O. ve Çiftçi, M. (2010). Sağlık yöneticilerine ait iletişim becerilerinin çalışan performansına etkileri: kamu hastanesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 101-122.
- Tasnim, M., ve Akkaş, A. (2017). Impact of supervisory communication skills on employee job satisfaction: a case study on KIA motors. *European Journal of Business and Management*, 9(6), 82-108.
- Terzi, Y. (2019). Anket, Güvenilirlik-Geçerlilik Analizi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun
https://personel.omu.edu.tr/docs/ders_dokumanlari/1030_32625_1500.Pdf.
- Tosun, C. (2006). Kamu kurumlarındaki örgütsel iletişim biçimlerinin verimliliğe etkisi. [Yüksek Lisans Tezi]. Research Direct.
<http://dspace.kocaeli.edu.tr:8080/xmlui/handle/11493/1601>
- Töngür, A. (2016). İş yükü, kişilerarası çatışma ve performans: bankacılık sektörünün karşılaştırmalı analizi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), 547-565.
- Uçar, S., ve Kızılaslan, H.A.(2017). Örgüt içi iletişim becerilerinin işgören performansı üzerine etkileri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 180-194.
- Ünsal, P., Oğuz, A., Özburun, C. ve Özlü, E. (1999). Bir büro ortamında çalışan kişilerin ast, üst ve aynı düzeydeki işgörenlerde aradıkları iletişim becerileri. *Psikoloji Çalışmaları*, (21), 123-137.
- Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, (46),74-85
- Yates, J. ve Orlikowski, W.I. (1992). Genres of organizational communication: a structurational approach to studying communication and media. *Academy of Management* 17(2), 299-236.
<https://doi.org/10.5465/amr.1992.4279545>

İ.Bakan-B.Erşahan-B.Doğan Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak...

Yüksel, İ. (2005). İletişimin iş tatmini üzerindeki etkileri: bir işletmede yapılan görgül Çalışma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2) 291-306.