

## YIRMİ BİRİNCİ YÜZYILDA ÖRGÜTLERDE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ VE BAĞLILIK SAĞLAMADA LİDER VE LİDERLİĞİN ROLÜ

Kaya AĞIN<sup>1</sup>

### ÖZ

Liderlik, günümüzün en önemli yönetim becerilerinden biridir. Lider, işletmeye vizyon oluşturma ve örgütü geleceğe taşıma konusunda çok önemli bir konuma sahiptir. Özellikle küreselleşen dünyamızda, şirketlerin başarısında yöneticilerin liderlik nitelikleri giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu makalede küreselleşmenin liderlik üzerindeki etkisi ve liderliğin psikolojik iyi oluş ve örgütsel bağlılığa olan etkileri açıklanacaktır. Liderlik seviyesi yükseldikçe çalışanların psikolojik iyi oluş seviyeleri ve örgüt bağlılıkları artmaktadır. Küreselleşmenin liderlerin özelliklerini ve davranışlarını nasıl etkilediği ile liderlerin küresel dünyadaki durumu analiz edilmekte ve liderlerin küresel bir düşünce yapısına sahip olmasını gerektiren unsurlar açıklanmaktadır. Sonuç olarak küreselleşmenin etkisi ile rekabet daha yoğunlaşmakta ve yönetim şekilleri farklılaşmaktadır. Ayrıca liderlik davranışının çalışanların iyi oluşuna etki ettiği ve örgüte olan bağlılıklarını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Rekabet gücü yüksek olan küresel şirketler klasik hiyerarşiden uzaklaşarak daha sade bir yönetim anlayışı benimsemişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Küreselleşme, Liderlik, Organizasyon.

### Teorik Makale

### Theoretical Article

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, EBYU,  
Meslek Yüksek Okulu  
Erzincan/Türkiye

E-posta  
kagin@erzincan.edu.tr  
ORCID  
0000-0003-2783-5334

**Başvuru Tarihi / Received**  
09.11.2022

**Kabul Tarihi / Accepted**  
18.01.2023

## LEADER AND THE ROLE OF LEADERSHIP IN ENSURING PSYCHOLOGICAL WELLBEING AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN TWENTY-FIRST CENTURY

### ABSTRACT

Leadership is one of the most important management skills today. The leader has a very important position in creating a vision for the business and carrying the organization to the future. Especially in our globalizing world, the leadership qualities of managers are becoming more and more important in the success of companies. In this article, the effect of globalization on leadership and the effects of leadership on psychological well-being and organizational commitment will be explained. As the leadership level rises, the psychological well-being levels of the employees and their organizational commitment increase. How globalization affects the characteristics and behaviors of leaders and the situation of leaders in the global world are analyzed and the elements that require leaders to have a global mindset are explained. As a result, with the effect of globalization, competition becomes more intense and management styles differ. In addition, it was concluded that leadership behavior affects the well-being of employees and increases their commitment to the organization. Global companies with high competitive power have moved away from the classical hierarchy and adopted a simpler management approach

**Keywords:** Globalization, Leadership, Organization.

### GİRİŞ

1980'lerden sonra hızla genişleyen ekonomik ve politik liberalleşme süreci, 1990'lı yıllarda iletişim ve bilgi teknolojileri sektöründeki gelişmelerin etkileriyle beraber çeşitli araştırmacılar tarafından “küreselleşme” olarak ifade edilen bir süreç halini almıştır. Küreselleşmenin lokomotifi olan çok uluslu şirketlerin oluşturduğu küresel ticaret ağı, 1990'lı yıllardan itibaren iki kutuplu dünyanın ortadan kalkmasıyla daha büyük bir coğrafi alana yayılma fırsatı bulmuştur. Uzmanlar, küreselleşmenin en belirleyici faktörünün ekonomi, en etkili gücünün ise ticaret olduğunu söylemektedir. 21. yüzyılın yeni küresel ekonomik sistemi, ekonomik, sosyal, eğitimsel ve politik çerçeveyi derin ve kalıcı bir şekilde değiştirmiştir. İnsanlık tarihi boyunca yapısal değişimin hızı, hiç bu kadar yaygın, hızlı ve küresel olmamıştı. Yeni ekonomi, küreselleşmeyi, ticaretin serbestleştirilmesini ve bilgi teknolojisi ve iletişim devrimini içeren etkileşimli güçlerin bir üçlemesinden oluşmaktadır. Küreselleşme ulusal sınırları ortadan kaldırmakla beraber, serbest ticaret ortamı ekonomik entegrasyonu güçlendirmiştir (Aytekin, 2013: 123). Aynı zamanda bilgi ve iletişim devrimi coğrafyayı ve zamanı önemsiz kılmaktadır. Ayrıca, yeni küresel ekonomik sistem bir inovasyon kültürü üzerine inşa edilmiştir. Gerçekten de yeni küresel ekonominin imzası yeni fikirler, yeni teknolojiler ve yeni

girişimlerdir. Porter (1998)'a göre yeni küresel ekonomideki büyüme ve gelişmeden önce, yatırım akışlarının karmaşık bir yapısının yeniden düzenlenmesi, ticari işletmelerin bir araya toplanması, üretim sürecinin dönüştürülmesi ve bir niş pazarlama yaklaşımının benimsenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada küreselleşmenin liderlik ve liderlik davranışları üzerindeki etkisi literatür taraması yapılarak incelenmiş, açıklanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

## 1. Kavramsal Çerçeve

### 1.1. Küreselleşmenin Liderlik İle İlişkisi

Küreselleşme, ülkeler arasında malların, hizmetlerin, uluslararası sermaye akışlarının ve teknolojik gelişmenin hızla artması ve serbestleşmesi anlamına gelmektedir. Küreselleşme, ekonomik büyüme sonucunda, katma değerde, hizmetlerde ve teknolojilerde hızlı ve yaygın artış göstermiştir. Bu durum ülkeler arasında ekonomik entegrasyonu artırarak ekonomik ilişkileri daha serbest hale getirmiştir. Çok uluslu şirketlerde farklı kültürlerin yaşanması doğaldır. Vizyon ve misyon hedefleri, dinamik bir örgüt kültürü oluşturma, örgütler arası iletişim ve benzeri pek çok işlev çok daha yüksek bir beceri düzeyi gerektirmektedir. Yerel işletmelerin yöneticileri ve çalışanları daha önce aynı kültürü, dili ve değerleri paylaştığı için diğer şirketlerde olduğu gibi birçok işte farklı bakış açıları düşünmek ve geliştirmek gerekemeyebilir. Ancak günümüzde geçmişin ilkel sayılabilecek fikirlerine sahip şirketlerin hayatta kalma şansları yoktur.

Küreselleşme sürecinde yetersiz planlama veya pazarlama gibi işlevsel kusurlar nedeniyle birçok işletme başarısız olmuştur. Bu başarısızlıkların çoğunun nedeni, liderlik rollerindeki kişilerin kötü yönetilmesinden kaynaklanmaktadır. Yöneticiler teknik eğitimlerine ve kurumsal başarılarına güvenebilirler, fakat küresel koşulların gerektirdiği liderlik özelliklerinde ise durum çok farklıdır. Yerel şirketlerde liderlik başarı için bir koşulsu, küresel operasyonlardaki payı daha önemlidir. Yerel bir kültürde faaliyet gösteren bir organizasyonu başarıyla yöneten bir liderin, farklı kültürlerin etkisi altındaki bir pazar ortamında veya organizasyonda başarı sağlayacağına dair bir kural bulunmamaktadır. Bir ülkede problemsiz çalışan bir hükümet sistemi farklı bir ülkede tuhaf gelebilir (Economist, 2005: 58).

### 1.1. Küreselleşme Sürecinin Liderlik Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi

Günümüz iş dünyasında artık lider özellikleri çok daha önemli bir pozisyonda bulunmaktadır. Örgütleri ileri taşıyan, örgütlere farklı vizyonlar kazandıran liderler küreselleşme sürecinde rakiplerine kıyasla daha göz önünde bulunmaktadır. Liderlerin sahip oldukları özellikler küreselleşmede etki olduğu gibi küreselleşmesinde lider özellikleri üzerinde bir takım değişikliklere neden olduğu ifade edilmiştir. Küreselleşme sürecinin liderlik özellikleri üzerindeki etkileri şu şekilde sıralanabilir (Jokinen, 2005: 199-200):

- Küresel zihniyete sahip olun.
- Kurumsal değişimi kolaylaştırın.
- Yapı sistemlerini öğrenin.
- Çok kültürlü ekiplere liderlik edin.
- Kendi kültürünüzü, değerlerinizi ve varsayımlarınızı anlayın.
- Farklı kültürlerin gerektirdiği davranışsal özellikleri keşfedin.
- Çalışan memnuniyetini teşvik edin.
- Çatışmaları işbirliği içinde çözün.
- Başkalarının ulusal ve kurumsal kültürlerini doğru bir şekilde belirleyin.
- Yurt dışı faaliyetlerde görev alacak kişileri uygun adaylar arasından seçin ve ekibinizi etkin bir şekilde idare edin.

Küreselleşmenin gerekliliklerinden biri de yeni nesil liderlerin ve önderlik ettikleri örgütlerin “bilgi toplumu” içinde faaliyetlerini sürdürmeleridir (Ünsar ve Şimşeker, 2008: 1029). Bu toplumlarda, yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte bilgi alanı, bilgi üretimi, bilgi sermayesi ve nitelikli insan faktörleri, eğitim ve öğretimin sürekliliği giderek daha önemli hale gelmektedir. İletişim teknolojisi, bilgi otoyolları, e-ticaret, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik toplum olarak sanayi toplumunun ötesinde bir gelişme dönemi olarak ifade edilebilir. Sosyo-ekonomik büyüme sürecinde, sanayi toplumunun bir kolu olarak meydana gelen bilgi ekonomisi post-endüstriyel şekilde ifade edilen insan ve bilgi faktörleri başta olmak üzere tüm alanlarda yapısal değişikliklere ihtiyaç duymaktadır. Tarım toplumlarında kas gücünden, sanayi toplumlarında makine gücünden ve bilgi toplumlarında ise bilgi

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

gücünden faydalanılmaktadır. Bilgi toplumu, dinamizmini bilgidен, nitelikli profesyonellerden ve esas olarak hizmet üretiminden alan bir toplum şeklinde ifade edebiliriz (Yangil, 2016: 129).

Bilginin etkin bir üretim faktörü sayıldığı, hiyerarşilerin düzleştiği, katılımın yaygınlaştığı, entegrasyonun arttığı, kısacası organizasyonda, yönetim pratiğinde sürekli ve hızlı değişimlerin yaşandığı bilgi toplumlarında modası geçmiş liderliğin varlığı ve etkinliği sorgulanır duruma gelmiştir. Küreselleşme sadece toplumların kültürlerini, üretim ve tüketim kalıplarını değiştirmekle kalmamış, daha önce açıklandığı gibi yönetim ve liderlik tarzları üzerinde önemli etkiler meydana getirmiştir. Bilgi çağında ekonomik ve sosyal yapının merkezinde insanlar bulunmaktadır. Bilgiyi üreten, kullanan ve yöneten insanlardır. İnsanların ilgi odağı olduğu bu organizasyonlarda, bilgi sahibi kişilerin değeri artmaktadır (Yeniçer, 2002: 57).

Bilgiyi yönetebilme yeteneği, sınırları giderek belirsizleşen günümüz küresel dünyasında liderler için en önemli kriter halini almıştır. Bilgiyi etkin ve karlı bir şekilde kullanabilmek, iyi bir bilgi yönetimine bağlıdır. Organizasyonlar bilgi üzerine kurulmaktadır. Yönetim unsuru insan merkezli bir şekilde tasarlanarak liderliğin, bilgiyi ve katılımcıyı yönlendirecek şekilde tekrar dizayn edilmesi gerekmektedir. Buna bağlamda, günümüz dünyasında liderlik özelliklerine içeriksiz slogan atmayan, ortak bir gelecek vizyonuna sahip, takipçilerinin görüş ve önerilerine değer veren, katılımcı ve yol gösterebilen özellikleri eklemek gerekir (Gürdoğan, 2010: 87).

Günümüz toplumunda birçok gelişmenin organizasyon, yönetim ve liderlik biçiminde değişikliklere yol açtığı görülmektedir. Bunlar (Arslan, 2001):

- Çalışanların artan önemi,
- Dikey hiyerarşinin düzleştirilmesi,
- Üretimde, karar vermede ve tüm faaliyetlerde hızın artan önemi,
- Fonksiyonlar arası ortaklıkların geliştirilmesi,
- Genişleme kurumsal katılım,
- Eğitim verilen değeri artırır,

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

- Yetki ve sorumlulukları paylaşmak,
- Yukarı ve aşağı entegrasyonun yaygınlaşması,
- Teknoloji kullanımının artması ve hepsinden daha çok önem arz eden husus, bilginin bir üretim faktörü olarak ele alınmasıdır.

Bu gelişmelerle birlikte yeni model liderlerin bireyleri ve organizasyonları değiştiren, çalışanların zihinlerine ve kalplerine yeniden şekillendiren, bilgi ve anlayış seviyelerini artıran, ufuklarını genişleten, hedefleri netleştiren, davranışları firmanın değerleriyle uyumlu bir hale getiren, yaşam boyu süren, kendi kendini idame ettiren ve hızlanan büyümeye rehberlik edebilecek bir liderlik modeli sergiledikleri hususunda fikir birliği vardır (Morrison, 2000: 122; Uğurluoğlu ve Çelik, 2009: 145).

### 1.3. Küreselleşmenin Organizasyon Yapısı Üzerine Etkileri

Küreselleşme sürecinde şirketler daha bağımsız hale geldikçe ve sınır ötesi iş yaparken, bir organizasyonun piyasa koşullarına göre örgütlenebilmesi ve her şartta rekabetçi bir yapıya sahip olması gerekir. Daha önce bahsedildiği üzere küresel operasyonların ortaya çıkması, küresel bir yönetim yaklaşımı ve organizasyon yapısı gerektirir. Önceleri örgütlerde var olan yönetim biçimlerinin belirli düzenlemelerle uluslararası yönetime uyarlanması tercih edilse de zamanla bu yaklaşım önemini yitirmiştir. Dünyanın çeşitli bölgeleri arasında önemli farklılıklar olduğunu göz önünde bulundurarak, küresel olarak başarılı olabilen firmalar, faaliyetlerini etkin bir şekilde yönetmek ve uyumlu hale getirmek için temas ettikleri kültürleri tanımış ve organizasyonlarını bu kültürel farklılıklara göre yapılandırmışlardır. Bu firmalar, organizasyon yapılarının yarattığı küresel ruhtan ve sınır ötesine bakma yeteneklerinden kuşkusuz yararlanmışlardır (Bloemhard, 2016: 61).

Küreselleşen dünyamızda fonksiyonel iş bölümü, uzmanlaşma ve hiyerarşik seviye benzer biçimde geçmiş yılların özelliklerine göre şekillenen ve ağır bir siyaset üstüne kurulu yaklaşımlar, günümüzde bilhassa teknolojik gelişmeler sebebiyle dinamik bir tarz alan şartlarda, firmaların hedeflerine ulaşmalarında yardımcı birer unsur olmaktan çıkmaktadır. Organizasyon süreçlerini, pazarın tanımını, liderlik yaklaşımlarını, pazarlama anlayışlarını ve küreselleşen dünyayı yeni bir biçimde

anlamak gerekmektedir. Yenileşen bu şartlarda da organizasyon süreçlerinin değişmemesi, firmanın hedeflerini gerçekleştirmesine engel olacaktır. Esnek olmayan bir organizasyon şekli, şartların süratli bir halde değiştiği, satış sonrası talep edilen hizmetin giderek arttığı ve ürün çeşitliliğinin ehemmiyet kazanılmış olduğu bir pazarda başarıyı yüksek seviyede engelleyen bir etken olacaktır. Geçmiş yılların yoğun bürokratik yapıları, klasik idare düşüncelerinin hâkim olduğu zamanlarda tesirini hissettirmiş, küreselleşme kavramının kendini göstermeye başlaması ve rekabetin giderek artması sonucunda, işletmeler rekabet güçlerini arttırabilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için farklı arayışlara yönelmişlerdir. Mekanik organizasyon olarak adlandırabileceğimiz klasik teorilere ait organizasyon türleri, iş ortamında çok az değişikliğin olduğu bir yapıyı temsil eder, çoğu zaman standart ürünlerin üretimi ve sınırlı esneklik ile verimliliği artırmayı amaçlar. Günümüzde şirketlerin küreselleşmeye uyum sağlamalarının en büyük gereksinimlerinden biri olan dinamizm, örgütleri bürokrasinin devraldığı klasik yapıyı terk etmeye zorlayarak modern işletme anlayışına uygun modeller oluşturmaktadır. Günümüzde örgütlerin geleneksel hiyerarşik yapısının dönüşümüne tanık oluyoruz. Büyük, külfetli organizasyonlar, değişen piyasa koşullarına uyum sağlamada ve müşteri ihtiyaçlarını karşılamada çeşitli engeller sunmaktadır (Westerlund, vd., 2008: 345). Bu engeller sebebiyle organizasyon yapıları zamanla daha esnek bir yapı halini almaktadır. Bu yeni sistemlerin bilgisayar ve bilişim teknolojileriyle oldukça bağlantılı olduğunu görüyoruz (Hislop, 2016: 56). Firmaların küresel ekonomide yer alabilmeleri ve rakipleri tarafından geride bırakılmamaları için; hız, maliyet ve müşteri ilişkileri açısından olumlu bir etki yaratmalıdırlar. Bunu yaparken, temel yetkinliklerin bir kombinasyonu ve ortaya çıkan teknolojilerin veya dış kaynakların etkin kullanımı vurgulanacaktır.

Bilgi teknolojisinin her yerde bulunması, şirketlerin sınırlarının ve aralarındaki ilişkilerin genişlemesine yol açmış, böylece çoğalan girişimler ve şebeke işletmeler meydana gelmiştir. Bilgisayarlarla birbirine bağlanan bu yapıların tradisyonel yapılardan daha etkin bir yere sahip olduğu tespit edilmiştir. Birbiriyle bağlılığı olmayan örgütler, benzer hedefler etrafında birleşerek ortak bir sistem üzerinden sinerji yaratarak amaçlarına ulaşırlar. Küresel örgütlenmeyi tercih eden,

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

demokrasiyi, çalışanların yetkilendirilmesini, uzun vadeli düşünmeyi, güveni ve etkili iletişim süreçlerini amaçlayan yaklaşımların, eski çağın hiyerarşiyi, pozisyona dayalı otoriter yönetimi, yetersiz çalışanları, güvensizlik ortamını, kısa vadeli düşünmeyi ve kişisel iletişim yapısını kapsayan geleneksel modellere oranla daha başarılı ve kalıcı iyileştirmeler meydana getireceği kaçınılmazdır. Bu yeni sistemlerin ayırt edici özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Hislop, 2016: 56);

- Çoklu katmanlardan ziyade sade bir görünüme sahiptirler.
- Orta yönetimin kademeleri azaltılmıştır.
- Destekleyici fonksiyonlar güçlendirilmiştir.
- Daha esnek organizasyon yapısına sahiptir.
- Ortamdaki değişikliklere hızlı tepki verebilen bir yapıya sahiptir.
- Rekabet avantajı elde etmek için çalışan bilgilerini etkin bir şekilde kullanmaktadır.

Bu niteliklerdeki bir organizasyon yapısı, küresel ekonomide müşteri profilleri, ürün portföyleri, sipariş, stoklama ve dağıtım aşamaları gibi birçok faaliyette esneklik sağlayacak ve müşterilerin değişen ihtiyaçlarına uyum sağlayabilecektir. Sürekli değişen çevre koşullarında dikkate alınması gereken faktörler göz önüne alındığında, organizasyon şekli artık basitlik, esneklik ve başarılı bilgi yönetimi gibi hususları içermelidir.

Küresel bir perspektiften bakıldığında bir organizasyonun lideri, artık sadece günü düşünen ve her şeyi kontrol etme ihtiyacı hisseden biri olmak değildir. Küreselleşmenin damgasını vurduğu bir dünyada bir organizasyonun geleceğe hazırlanabilmesi için, uzun vadeli düşünme, yenilikçilik güdüsü ile doğru tahminler yapabilen, gerçekler arasındaki ilişkiyi kavrayabilen ve yeni, ulaşılan sonuçlar çıkarabilen bir organizasyon yapısına ihtiyaç duymaktadır. İyi bir yapı için, işgücünden en iyi şekilde yararlanılarak çalışan bağımlılıkları ele alınmalı ve bu çalışanlar güç paylaşımı ile daha verimli hale getirilmelidir. Günümüzün küresel organizasyon modeli bağımsızlık ve kişisel gelişim gibi unsurları öne çıkaran, gereksiz bürokrasiden uzak, üyelerin hayatlarını, kariyer ve aile hayatını



AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

dengelemelerine olanak tanıyacak şekilde yapılandırılmalıdır. Bu tür organizasyon yapılarında liderliğin ana görevi, etkili ekip çalışmasını teşvik etmektir. Yönetim ilkesi artık denetleyen bir yönetim şekli değildir; en fazla insani değerleri meydana getirecek ve değişime hemen uyum sağlayacak bir liderliktir (Yıldız, 2012: 185).

Yüksek oranda kaliteye sahip olmak isteyen bir organizasyon yapısında, sermaye ve teknoloji ile birlikte insan kaynağının da etkin kullanımı verimliliğin artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Sınırların hızla ortadan kalktığı küresel bir pazarda, rekabet güçlerini korumak için tüm şirketlerin günü kurtarma düşünceleri ve kısa vadede kendilerini meşgul etmeleri yeterli değildir; geleceği de etkili bir şekilde yönetmenin gereğini anlamışlardır. Bunu sağlayabilmek için çalışanların stratejik kararlara katılımlarının artırıldığı bir yapı içerisinde birlikte fikirler üretebilecekleri bir süreç benimsenmelidir (Demirel, 2009: 50).

Gelişmiş teknolojiye uyum sağlamış bilgi ve kabiliyetini bu yönde geliştirmiş olan yeni nesil çalışanlar ile tecrübesini ve sağduyusunu kaybetmeyen eski nesil çalışanların birlikte uyum içinde çalışmalarını sağlamak, farklı fikirleri ve farklı ihtiyaçları olan fakat aynı gemide aynı hedeflere ulaşmak için çalışan insan gruplarını yönetmek, küresel ortamda liderler için önemli bir rol oynamaktadır. Günümüz dünyasında nesiller arasındaki farklılıklar her kapsamda kendini göstermektedir. Aradaki farkın sadece yaşam biçimlerinden dolayı oluşmayan eski neslin, yeni nesli yönetmesi için mevcut tecrübe ve bilgileri tek başına yeterli değildir. Tüm kişisel becerilerine ek olarak onları anlaması ve tanınması gerekmektedir. Önceki nesil liderlerin kendi deneyimlerinden yola çıkarak geliştirmeye çalıştıkları motivasyon stratejilerinin işe yarayacağı düşünülemez. Yeni nesille baş edebilmek için başka stratejiler kullanmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Psikologlar, nesilleri çeşitli yıllara göre tanımlamışlardır. 1945 ile 1960 arasında doğanlar, Baby Boomers; 1960 ile 1976 arasında doğanlar, X Kuşağı ve 1976 ile 2001 arasında doğanlar ise Y Kuşağı olarak adlandırılırlar. Artık küresel yapılarda her üç kuşak neslinden insan bulmak mümkündür. Liderlerin bu gruplar arasındaki farklılıkları bilmeleri ve ekiplerini özenle oluşturmaları gerekmektedir (Kıraç, 2005: 17).

Bilgi, işletmelerin stratejik bir kaynağı haline gelmiş ve bu stratejik kaynağı verimli kullanan firmalar rakiplerine oranla avantajlı bir konum elde etmişlerdir. Bilgi toplumunun temel itici gücü ve kaynağı, bilgi teknolojisinin üretim faktörü olan bilgidir. Şirketler için stratejik değere sahip bilgiler, uzmanlar kişiler tarafından yönetilecektir. Bir firmanın bilgiyi yönetebilme stratejisi aynı zamanda rekabet stratejisini de gösterir (Aslıyüce, 2010: 95). Organizasyonel değişim süreci, verimlilik ve kaliteyi standartlaştırma çabalarıyla başlamış ve 1980'lerden itibaren müşterileri memnuniyetini artırma felsefesine dönüşmüştür. Günümüz dünyasında mal ve hizmetlerin üretiminde katma değeri artıran bir unsur olarak bilginin kullanılması, bazı şirketler için bir risk, diğerleri için bir fırsat olabilir. Bilginin, klasik örgüt sistemlerinde stratejik bir unsur olarak kullanılmadığını, yalnızca kesin bilgilerin bürokratik sistemin daha etkin çalışması için standartlaştırılarak uygulandığını, küreselleşme şartlarından etkilenen organizasyonların ise bilgi teknolojileri kapsamında şekillenerek, yığın bilgi kullanarak katma değer sağlayıcı işlemlerini arttırdığı görülmektedir.

Belirsizliğin hâkim olduğu ekonomik bir ortamda, sürdürülebilir rekabet avantajının en güvenilir kaynağı hiç şüphesiz ki bilgidir (Akçay, 2011: 80). Stratejik bir girdi haline gelen bilginin şirketlerde kullanımı, her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Firmaların diğer girdileri temin etme ve kullanma konusunda neredeyse eşit fırsatlara sahip olmasına rağmen, bilginin stratejik olarak elde edilmesi ve kullanılması, tüm işletme girdilerini etkileyecek bir süreç yaratmaktadır. Küresel bir organizasyon yapısında bilgi, şirket içinde, firma ortaklarıyla ve hatta rakiplerle dahi paylaşılarak iş hedeflerine hizmet etmek için kullanılmalıdır.

#### **1.4. Psikolojik İyi Oluş ve Örgütsel Bağlılık**

Psikolojide iyi oluş kavramı, “mutlu, sağlıklı ve müreffeh olmak şeklinde tanımlanmıştır (Waterman, 2008: 236). Diğer bir tanımda ise “optimal psikolojik deneyim ve işlevsellik” olarak açıklanmıştır (Deci ve Ryan, 2008: 1). Psikolojik iyi oluş aynı zamanda “bireylerin, grupların veya ulusların gelişmesine izin veren olumlu ve sürdürülebilir bir durum” olarak tanımlanır (Kashdan, vd., 2008: 225). İyi oluş araştırmaları Ryan ve Deci (2001) tarafından belirtildiği gibi iki yaklaşım

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

altında kategorize edilmiştir. Araştırmacılar, iyi oluş araştırması için hedonik ve eudaimonik yaklaşımları tanımlanmıştır. Hedonik iyi oluş, mutluluk üzerine çalışarak haz alma ve acıdan kaçınma açısından iyi oluşu tanımlamayı ifade ederken, eudaimonik iyi oluş, yaşamdaki ve insan potansiyelindeki anlam ve işlevsellik düzeyine odaklanma ile karakterize edilir. Waterman (1984: 236), eudaimonia'nın daha kesin olarak "kişinin gerçek potansiyeli doğrultusunda ve onunla tutarlı davranışa eşlik eden duygular" olarak tanımlandığını belirtmiştir (Ryff, 1989: 1070). Ayrıca Ryff ve Singer (2008: 16) Aristoteles'in çalışmalarını incelemiş ve onun sadece bedensel zevkleri ve acıyı dikkate almadığı, kendini gerçekleştirme ve büyümeyi vurguladığı sonucuna varmıştır. Ayrıca Deci ve Ryan (2000: 3) iyi oluşun bir sonuç olarak düşünülmemeyeceğini, eudaimonik açıdan düşünüldüğü gibi kendini gerçekleştirme süreci olarak ele alınması gerektiğini öne sürmüştür. Hedonia ve eudaimonia ayrı kavramlar olsa da, iyi oluş bağlamında düşünüldüğünde bu iki kavram hiç de bağımsız değildir; Waterman ve arkadaşları (2008: 44) bireylerin potansiyellerini geliştirirken eudaimonia deneyimledikleri için hedonik mutluluğu da deneyimlediklerini vurgulamıştır. Başka bir deyişle, hedonik mutluluk, eudaimonia için tatmin edici bir koşul olmasa da, eudaimonia hedonik mutluluğa yol açar.

Zaman içinde olağanüstü sonuçlar elde etmek için her şirket, çalışanlarına tam bir özveri göstermelidir. Ekip olarak görev yapan çalışanlar artık girişimci gibi davranıyor ve her ekip üyesi en iyinin en iyisi olmayı hedefliyor (Mowday vd., 1982: 384). Bir şirkette artan çalışan bağlılığı, uzun vadede çalışanların moralini artıracaktır. Daha önce şirketler, şirkete bağlılıklarını ve üretkenliklerini en üst düzeye çıkarmak için çalışanlarına koruma sağlıyordu (Abelson, 1976: 25). Kurumsal büyümeye katkıda bulunan artan çalışan bağlılığının birincil nedeni, belirli görevler veya sektör için bir kuruluştaki daha yüksek çalışan motivasyonudur. Çalışanların işlerinden ve yükümlülüklerinden memnun olmaları durumunda moralleri de yükselecektir. Mutlulukları ücret yapıları, kurumsal kültürleri ve çalışan değişimi anlayışlarından etkilenebilir (Mowday, vd., 1982: 388). Çalışan bağlılığı çalışmaları uzun yıllardır devam etmekte ve bunların çalışan morali ve verimliliği üzerindeki etkisi araştırılmaktadır (Becker, 1960: 35). Meyer ve Allen (1991: 68) örgütsel bağlılığı üç kategoride incelemiştir: Duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

normatif bağlılık. Şirkete derin bir kişisel bağlılığı olan çalışanlar, şirketle istedikleri gibi ilgilenmek isterler. Şirkette uzun yıllar çalışan kişiler şirkette kalmayı ve devam etmeyi bir yükümlülük olarak görürler. Normatif bağlılığı yüksek çalışanlar, yapılan işe ve şirkete inandıkları için şirkete bağlılık duyarlar. Devam bağlılığı ise çalışanın farklı bir alternatif iş seçeneği olmadığı için bulunmuş olduğu işe ve şirkete olan bağlılığını ifade eder (Jaros, 1997: 325). Yüksek derecede örgütsel bağlılığı olan çalışanlar, daha az yıpranma yaşayarak daha etkili performans göstereceklerdir (Liou ve Nyhan, 1994: 102). İş yükü, saygı eksikliği ve düşük ücret örgütsel bağlılığı etkileyen faktörlerdir.

Çalışanların psikolojik iyi oluş seviyesi ne kadar yükselirse lider o denli rahat hareket alanı bulur (Özdemir, 2016: 25). İyi oluş arttıkça çalışan örgüte daha fazla katkı vermek isteyecek ve liderin vermiş olduğu görev ve sorumluluklara daha fazla önem verecektir. Diğer taraftan örgütsel bağlılık seviyesi arttıkça lidere olan güven ve bağlılık da artacaktır. Bu sayede lider örgüt için faydalı kararları hayata geçirmek için daha fazla fırsat bulacaktır. Küreselleşmenin etkili olduğu günümüz dünyasında çalışanın iyi oluş ve örgütsel bağlılığı liderin örgütü için gerekli adımları atmasına olanak sağlamaktadır.

### 1.5. Küresel Süreçte Liderlik

Günümüz dünyanın ekonomik yapılanmasında beş büyük güç önem arz etmektedir. Birincisi, komünizm düşüncesinin yıkılmasından sonra ortaya çıkan ve dünya nüfusunun üçte birlik kısmını oluşturanların serbest ekonomiye katılımı; değişimin ikinci ana itici gücü, doğal kaynaklara dayalı üretim endüstrisinden insan gücü kullanan endüstrilere geçiş; üçüncü temel güç, dünya nüfusunun artması ve yaşlanması; dördüncü güç, ekonomik küreselleşme ve son olarak, tek bir ülkenin tüm dünya ekonomisini yönetemeyeceğinin anlaşılmasıdır. Bu değişiklikler yönetim teorisine çeşitli yenilikler getirmektedir. Daha önce üniversitelerde de öğretilen “karşılaştırmalı üstünlük” yaklaşımına göre, bir ülke görece üstünlüğe sahip olduğu alanda uzmanlaşmalı ve diğer ihtiyaçlarını ithalat yoluyla karşılamalı, öte yandan ise uzmanlaştığı ürünleri satarak ithalata harcayacağı parayı kazanmalıdır. Ancak günümüz dünyasında bu teori hiçbir zaman uygulamaya konulamamakta ve her ülke kazanç sağlayan her şeyi üretmeye ve satmaya devam etmektedir. Günümüzde

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

karşılaştırmalı üstünlük çağı geride kalmış, rekabet çağı başlamıştır ve rekabet avantajı sağlayan faktör doğal kaynaklardan ziyade “zeka”dır. Bu yeni hareketin sonucunda örgütler, “beyin gücüne” dayalı rekabeti uyguladıkları ve doğal kaynaklara hakim oldukları ölçüde başarılı olabileceklerdir (İleri ve Horasan, 2010: 175).

Binlerce kişinin yer aldığı aynı zamanda dünyanın birçok yerine yayılmış bir firmada üst düzey bir yönetici günde kaç çalışan ile yüz yüze görüşme fırsatına sahip olabilir? En iyi şartlarda on veya on beş kişi. Diğer çalışanlar lideri göremiyor ve aynı atmosferi yaşayamıyorsa veya aynı zaman diliminde bile çalışmıyorsa, yöneticinin vizyonunu nasıl paylaşabilecekler ve değişimi nasıl yaşayabileceklerdir? Bunu sağlamanın tek yolu, değişimin lider tarafından, organizasyon içindeki tüm bireyler ve hatta paydaşlar tarafından izlenebileceği ve tartışılabileceği bir örgüt kültürü yaratmaktır. Böylece liderlik, organizasyonun tüm seviyelerine yayılabilmektedir. Küresel dünya liderleri; örgütte beyin gücünün işlevsel ve yaygın olarak kullanıldığı, işletmenin tepeden tırnağa tüm unsurlarından gelebilecek sürekli değişimi yaşayabileceği ve örgütsel liderlik kavramının uygulandığı bir kültür oluşturabilecektir. Oluşturulan bu kültür, zaman içinde kendini yenileyerek genel değişime uyum sağlayacak şekilde tasarlanabilmelidir. Küreselleşen dünyada ayakta kalabilecek şirketlerin, sadece üst düzey yöneticinin uzmanlığı, yeteneği ve liderliği ile başarıya ulaşmaları mümkün değildir (İleri ve Horasan, 2010: 179).

Günümüz dünyasında, küresel başarının temelini oluşturan kavramlar, girişimcilik ve sinerjidir. Kelime manası bakımından girişimci, risk alarak yenilik yapan ya da büyüme sağlayan bireydir. Girişimci fırsatları arar ve yakaladığında tüm riskleri alır ve fikirlerini gerçekleştirebilmek için harekete geçer. Dolayısıyla girişimcilik için inovatif düşünmek, yaratıcı olmak ve büyüme sağlamak gerekmektedir. Küreselleşen ekonomide liderler, organizasyonun kuruluşundan başlayarak her durumda girişimciliğin gereklerini uygulamaktan çekinmemelidir. Girişimciliğin bazı özellikleri arasında; belirsizlik durumunda hızlı karar alma, hızlı düşünme, azimli ve kararlı olma, sezgileri güçlü olma, yüksek hayal gücüne sahip olma, insan ilişkilerini iyi yönetebilme, iyi gözlemci olma, muhakeme becerileri güçlü olma, olaylara farklı perspektiflerden yaklaşabilme, ikna gücü yüksek olma,

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

etkili iletişim becerilerine sahip olma, bağımsız düşünebilme ve yüksek bir öz güven sahibi olmak yatmaktadır. Bu özelliklerin çoğu, girişimci ruhuyla öne çıkan bir liderde gözlemlenebilir. Ancak girişimci liderler için yalnızca fikir üretmek yeterli olmayacaktır (Aktoprak, 1998).

Küresel bir bakış açısı, küreselleşmeye ayak uyduracak şekilde gelişecek bir organizasyonun başarısının anahtarıdır. Küreselleşmeyi tam olarak anlama yeteneği, farklı bakış açılarına sahip olmayı, yeni bir gelişmeyi, buluşu veya bilgiyi farklı şekillerde yorumlamayı ve bu oluşumun getireceği faydaları veya gelecekte getirebileceği tehditleri öngörmeyi içerir. Geniş bir vizyona sahip olmak, bir liderin küreselleşmenin getirdiği değişiklikleri hızlı ve doğru bir biçimde yorumlamasını ve bu trendlere uyum sağlamasını sağlar. Çok fazla bilgiye sahip olmak bir yük olarak görünebilir, fakat liderlerin yeni düşünceleri benimsemeleri, sadece sevdikleri ve benzer görüşlere sahip kaynaklardan bilgi almaları değil, aynı zamanda diğer bilgi kaynaklarına da yönelmeleri gerekir. Küresel bir bakış açısı ve çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgiler, bir liderin ve organizasyonunun ileriye dönük yolu daha iyi görmesini ve gelecek hakkında daha doğru tahminlerde bulunmasını sağlamaktadır (Hasan ve Şahin, 2011: 240).

Dünyadaki ilerleme sabittir ve küreselleşme olgusu dünyadaki değişim oranını gün geçtikçe daha fazla hızlandırmaktadır. Liderlerin dünyadaki tüm değişime katılmaları, değişenleri deneyimlemeleri ve yeni trendlerin sonraki adımlarını öngörmeleri gerekir. Özellikle henüz net adımlar atılmamışsa, küreselleşmeye uyum sağlamak uzun zaman alabilir. Küreselleşmenin gerektirdiği değişim ne kadar büyükse, organizasyonun bu değişime uyum sağlaması o kadar uzun sürecektir. Kuruluşlar, liderler ve çalışanlar, değişimin tehdit ettiği düşüncesinden uzak durmalıdırlar. Küreselleşmenin getirdiği yeniliklere direnmek işletmeleri köreltir. Başarılı bir liderin organizasyonunu yeni düzene hazırlaması için küresel dinamiklere sıkı sıkıya bağlı kalması, kişisel ve kurumsal çıkarlarının çeşitlenmesi, kendisinden ve takipçilerinin değişime karşı direncini önleyecektir (Hasan ve Şahin, 2011: 240).

Bir liderin bilgi pusulası, küreselleşme faaliyetleri ve bu yöndeki değişimler olarak ifade edilebilmektedir. Geçmişte bilginin yokluğu bir sorun iken günümüzde

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

ise elde edilen büyük miktarda verinin ve bilginin düzenli olarak sınıflandırılması ve kullanılabilir şekle getirilmesi bir diğer problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan bilgiye dayalı ekonomik sistemlerde başarının yeni süreçlere, yeni örgütlenme ve yönetim biçimlerine bağlı olduğu inkar edilemez. Bilgiyi kullanarak daha verimli değer yaratmak için çeşitli bilgi yönetimi stratejilerine ihtiyaç vardır.

### 1.6.Küresel Düşünmeyi Gerekli Kılan Faktörler

Günümüzde birçok şirket için küreselleşme ön plana çıkmıştır. Bu nedenle her geçen gün artan sayıda şirket sınır ötesi ülkelere yatırım yapmaktadır. “Şirketler neden uluslararası pazarlarda faaliyet göstermelidir?” sorusuna verilen birden fazla yanıt, liderleri küresel düşünce yapısına sahip olmaya zorlayan nedenlerin kaynağı olarak ifade edilebilmektedir. Firmaları küresel düşünmeye sevk eden unsurları şu şekilde ifade edebiliriz (Taştan ve Uralcan 2019: 41):

- Ortaklık gibi bir teklif alan işletmenin bu girişimci fırsatı değerlendirmesi.
- Bazı bölgelerdeki şiddetli iç rekabet nedeniyle şirketlerin, denizaşırı pazarlar arayışı içinde girmesi.
- Uluslararası pazarların firmalar için potansiyel kâr alanları olarak değerlendirilmesi.

Şirketler, kendi ülkelerinde buldukları pazarın doyum noktasına ulaştığında sattıkları üründen fazlasını üretmeye çalışırlar. Denizaşırı pazarlar, fazla kapasiteyi değerlendirmede önemli bir fırsat sunar. Bu fazlalık olasılığını değerlendirmek için şirketler, üretimlerini ve satışlarını stabilize etmenin bir yöntemi olan küreselleşmeyi hedeflemelidirler (Taştan ve Uralcan 2019: 41).

Liderler, sadece operasyonlarını veya iş akışlarını daha verimli hale getirerek şirketlerine rekabet avantajı sağlayamazlar. Bunu yapmak için, rekabet etmenin farklı ve benzersiz bir yolunu bulmaları gerekir. Stratejik konumlandırma ile liderler firmalarına rekabet avantajını kazandırarak başarılı olabilirler. Stratejik konumlandırmanın anahtarı, küresel bir şirketin rakiplerine göre daha farklı metotlar kullanmasıdır. Stratejik konumlandırmanın en yalın ve doğru açıklaması; organizasyonun ürettiği ürün ve markaların tüketicilerin zihninde nasıl bir fark yaratacağıdır. Bu, tüketicilerin neden bir firmanın markası için rakip bir markaya

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

göre daha yüksek bir meblağ ödemeye istekli olması, sorusunun cevabıdır. Konumlandırma, müşterinin zihnine bir marka yerleştirme aşamasıdır ve yönetici liderlerin küresel organizasyonlarda başarılı olmak için kullanması gereken bir unsurdur (Topkaya, 2005: 70).

Küreselleşmeyle rekabetin bu kadar şiddetli hale geldiği, endüstri sınırlarının ortadan kalktığı ve müşterilerin seçimlerinde daha titiz olduğu bir ekonomide, liderler stratejilerini yeniden düşünmeli ve rekabet stratejisini yeniden icat etmelidir. Rekabet stratejilerinin başarısı, müşteri tercihlerindeki değişiklikleri görme, çalışma alışkanlıklarındaki değişiklikleri gözleme ve müşterilere rakiplerin sunduğu çeşitli faydaları sağlama yeteneğine bağlıdır. Liderlerin şirketlerinin küresel rekabet ortamında başarılı olmaları için yerine getirmeleri gereken standartlar şöyle sıralanabilir (Taştan ve Uralcan 2019: 41):

- Erişimdeki kolaylık ve hız,
- Optimum maliyet,
- Küresel ulaşılabilirlik,
- Tercih edilebilirlik için ürün ve hizmet çeşitliliği,
- Uyarılama,
- Ürün ve hizmet kalitesi,
- Yeniliği zamanında gerçekleştirme.

Yukarıda bahsedilen standartlar tüm küresel, küresel olmaya aday şirketler ve yerel şirketleri ilgilenecektir. Liderler, rakiplerine oranla önemli bir avantaj elde etmek için şirketlerinde bu standartları belirleyebilmelidir. Bu standartlar, başarılı olmak için gerekli ortamın hazırlanmasında önemli bir rol oynayacaktır.

## SONUÇ

Küreselleşmenin ekonomik boyutuna bakıldığında, dikkate değer ilk olgulardan biri, küreselleşme sürecinin çoğu firma için işleri daha karışık ve rekabetçi hale getirmesidir. Küresel ekonomilerde rekabetin yoğunluğu artmakta ve yönetim şekilleri farklılaşmaktadır. Küresel ortamda rekabet, doğası gereği, rekabetin klasik kural ve koşullarını bir ölçüde belirsizleştirir ve belli bir oranda da geçersiz kılar ve ayrıca kendi içinde benzersiz yeni kural ve koşullar yaratır. Bu bağlamda, ilk



kayda değer değişiklik, tekrarlayan süreçlere dayalı pazarlama ve seri üretim sistemlerinin gerekli olmadığı İkinci Dünya Savaşı'ndan önceki dönemin aksine; küreselleşmenin meydana getirdiği belirsizlik ve karmaşa ortamında bilgi, şirketler için önem arz eden bir stratejik unsur haline gelmiş, bilginin varlığı ve etkin yönetimi küresel rekabetin en önemli ön koşullarından biri haline gelmiş olmasındır.

Küresel rekabet gücüne sahip şirketlerin organizasyon yapılarına bakarsanız, genelde bu firmalarda klasik hiyerarşinin yüksek oranda terk edildiği; en üst ve en alt kademe arasındaki mesafenin fazla olmadığı, personele daha fazla karar verme yetkisinin verildiği, katılımın teşvik edildiği, yöneticiler arasında daha çok iletişimin gerçekleştiği yatay bir iletişim sisteminin tercih edildiği görülmektedir. Yatay iletişim yapısına sahip firmalarda çalışanlara öncelik veren, onlarla aynı ortamı paylaşan, onları dinleyen, onların fikirlerini, eleştirilerini ve problemlerini dikkate alan liderlik tipine odaklanılır.

Küreselleşme sürecinde yönetim sisteminin paradigması değişmiştir. Bugün liderlerin insanların paylaşması, iletişim kurması ve sorunlarını çözmeye çalışması gereken bir profili olduğunu söyleyebiliriz. Liderlik davranışı, çalışanların kalbini kazanarak daha başarılı hale gelir. Küreselleşme sürecinde yöneticilerin, özellikle çok uluslu şirketlerde çalışırken çok kültürlü örgüt yapısına uygun bir yönetim tarzı geliştirmeleri ve bu yapıya uygun liderlik davranışları sergilemeleri gerekmektedir.

Günümüzde örgütler, hiyerarşik yapılarını terk ettikçe yöneticilerin personel üzerinde etkili olabilmeleri için kişilerarası ilişkilere ve liderlik becerilerine daha fazla önem vermeleri gerekecektir. Uzmanlığı ve alternatifleri olan kişileri etkilemenin yolu giderek artan bir şekilde “insan becerileri kazandırmak” olacaktır (Koçel, 2005: 586).

Çok kültürlü firmalarda faaliyet gösteren lider bireylerin onları başarılı yapan becerilerinin neler olduğunu açıklayan ampirik araştırmaların yapılması öneri olarak sunulabilir. Aynı zamanda Türkiye’de ve yurt dışında başarılı elde etmiş firmaların liderlerinin ortak özelliklerini ve farklı yanlarını açıklayan çalışmalar da yapılabilir.

İşletmelerde örgütsel iyi oluş arttıkça çalışanların örgüte olan bağlılıkları da artmaktadır. İşletme çalışanları kendilerini iyi hissedince çalışma ortamından ve

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

işinden zevk almaya başlamaktadır. Bu durum hem işletme hem de çalışan açısından olumlu bir gelişmedir. Küreselleşmenin yaratmış olduğu etki örgütlerin daha fazla rekabet etmesini gerektirse de örgütsel iyi oluşu yüksek tutmayı başaran ve örgütsel bağlılığı tesis eden işletmeler küreselleşmenin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi başarabilirler.

#### **KAYNAKÇA**

ABELSON, Robertson (1976). Script processing in attitude formation and decision making. In J. S. Carroll & J. W. Payne (Eds.), *Cognition and social behavior*. Lawrence Erlbaum

AKÇAY, Vildan Hilal (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye Kavramı Ve İşletmelerde Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğünü Sağlamadaki Rolü. Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1), s.73-98.

AKTOPRAK, Doruk (1998) : Girişimcilik Nedir? Türkiye'nin Girişimcilik Performansı, [Http://www.Vicebusiness.Com/Makale4.Php](http://www.Vicebusiness.Com/Makale4.Php) 12.03.2007 Erişim Tarihi: 03.02.2022

AKTÜEL DERGİSİ, (2005): Gates'in Hedefi Google, Aktüel Dergisi, Sayı 42, 9-15 Şubat, Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık, İstanbul, s. 48-56

ALLE, Verna (1999): The Art And Practice Of Being A Revolutionary, *Journal Of Knowledge Management*, Vol.3, Number 2, p.126-141

ARAT, Melih (1998): 21. Yüzyıl İçin Yönetim: Yönetimin Temellerine Derin Bakışlar, İstanbul: Datateknik Bilgisayar Sistemleri

ARSLAN, Ahmet (2001): [Http://Www.Koniks.Com/Topic.Asp?Topic\\_Id=359](http://Www.Koniks.Com/Topic.Asp?Topic_Id=359) . Erişim Tarihi:12.04.2022

ASLIYÜCE, Ali (2010). Kriz Ortamlarında Bilgi Yönetim Sistemleri Ve Hava Taşımacılığında Bilgi Sistemleri Destekli Kriz Yönetimi Modeli (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey).

AYTEKİN, İbrahim (2013). Küreselleşme ve Ekonomik Küreselleşme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), s.123-134.

- AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.
- BECKER, Howard (1960). "Notes On The Concept Of Commitment", American journal of Sociology, 66(1), s.32-40.
- BLOEMHARD, Mark (2016). On Contemporary Leadership And Branded Organizations. Antioch University, Doctoral Dissertation, ABD
- CALZA, Francesco, and PASSARO, Renato (1997): Edı Network And Logistic Management At Unilever Sagit, Supply Chain Management, 2(4), s.159-175.
- CARROLL, Archie (1991). "The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders", Business horizons, 34(4), s.39-48.
- DECI, Edward and RYAN, Richard (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: Anintroduction. Journal of Happiness Studies, 9, p. 1-11.
- DEMİREL, Yavuz; İBRAHİM Yalçın; ŞEÇKİN Zeliha (2009). "Bilgideki Değişimin Örgütsel Değişime Etkisi Üzerine Bir İnceleme", Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), s.48-69.
- GÜRDOĞAN, Arzu (2010). Turizm Lisans Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumu Yöneticilerinin Liderlik Davranışlarının Öğretim Elemanlarının Örgütsel Bağlılığına Etkisi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın.
- HASAN, Gül ve ŞAHİN, Kübra (2011). "Bilgi Toplumunda Yeni Bir Liderlik Yaklaşımı Olarak Transformasyonel Liderlik Ve Kamu Çalışanlarının Transformasyonel Liderlik Algısı", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (25), s.237-249.
- HISLOP, Wilkinson. (2016). Knowledge Management. In Encyclopedia Of Human Resource Management. UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- İLERİ, Hüseyin ve HORASAN, Afra (2010). Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 13(1-2), s.171-190.

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

JAROS, Stephan (1997). "An Assessment Of Meyer And Allen's (1991) Three-Component Model Of Organizational Commitment And Turnover Intentions", Journal Of Vocational Behavior, 51(3), s.319-337.

JOKINEN, Tiina (2005). "Global leadership competencies: a review and discussion", Journal of European Industrial Training, 29(3), s.199-216.

KASHDAN, Todd; BISWAS-DIENE; Robert; KING, Laura (2008). "Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia", The Journal of Positive Psychology, 3(4), s.219-233.

KIRAÇ, Salih (2005). Y Kuşığı İş Başında, Aktüel Dergisi, 23 Şubat-1 Mart 2005, Sayı 44, Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık, s.17-31

KIERNAN, Matthew (1993). "The New Strategic Architecture: Learning To Compete In The Twenty-First Century", Academy of Management Perspectives, 7(1), s.7-21.

LIOU, Kuo and NYHAN, Ronald (1994). "Dimensions Of Organizational Commitment In The Public Sector: An Empirical Assessment", Public Administration Quarterly, s.99-118.

MEYER, John and ALLEN, Natalie (1991). "A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment", Human Resource Management Review, 1(1), s.61-89.

MORRISON, Allen (2000). "Developing A Global Leadership Model", Human Resource Management, 39(2-3), s.117-131.

MOWDAY, Richard; STEERS, Richard; SHAPIRO, Debra (2004). The future of work motivation theory. Academy of Management review, 29(3), p.379-387.

ÖZDEMİR, Ayşe (2016). Çalışanların benlik yönelimlerinin liderlik ihtiyaçları ve psikolojik iyi oluş halleri üzerindeki rolü. Türk Psikoloji Yazıları, 19(38), s.23-32.

PORTER, Michael (1998). "Clusters And Competition", On competition, 7, s.91-124

PÜSKÜLLÜOĞLU, Ali (1995), Türkçe Sözlük, İstanbul: Yapı Kredi Yayını.

- AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.
- RALSTON, Steven, and THOMASON, Ray (1997). "Employment Interviewing And Postbureaucracy", Journal of Business and Technical Communication, 11(1), s.83-94.
- RYAN, Richard and DECI, Edward (2001). "On Happiness And Human Potentials: A Review Of Research On Hedonic And Eudaimonic Well-Being", Annual Review of Psychology, 52, s.141-166.
- RYFF, Carol and SINGER, Burton (2008). "Know Thyself And Become What You Are: A Eudaimonic Approach To Psychological Well-Being", Journal of Happiness Studies, 9(1), s.13-39.
- RYFF, Carol (1989). "Happiness is Everything, Or Is It? Explorations On The Meaning Of Psychological Well-Being", Journal of Personality and Social Psychology, 57(6), s.1069-1081
- SENGE, Peter (1990), The Fifth Discipline: The Art And Practice Of The Learning Organization, London: Century Business.
- SYMON, Gillian (2000). "Information And Communication Technologies And The Network Organization: A Critical Analysis", Journal of Occupational and Organizational psychology, 73(4), s.389-414.
- TAŞTAN, Selim, URALCAN, Güler (2019). "Küresel Finansal Teknoloji Sektöründe Ortaya Çıkan Yeni Girişimlerin Ekonomik ve Teknolojik Belirleyicileri", Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), s.41-69.
- THE ECONOMIST, (2005): Carrefour, Tesco and Wal-Mart Growing Plans, The Economist, 16-22 Nisan, V. 375, Number 8422, s.58-75
- TOPKAYA, B. (2005): Markalaşma vs. Konumlandırma, İnfomag, Sayı: 53, Mart 2005, İstanbul, s. 70-81
- UĞURLUOĞLU, Özgür ve ÇELİK, Yusuf (2009). "Örgütlerde Stratejik Liderlik Ve Özellikleri", Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 12(2), s.121-156.
- ÜLGEN, Hayri ve MİRZE, Kadir (2004), İşletmelerde Stratejik Yönetim, İstanbul: Literatür Yayınları.

AĞIN, Kaya (2023). Yirmi Birinci Yüzyılda Örgütlerde Psikolojik İyi Oluş Ve Bağlılık Sağlamada Lider ve Liderliğin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 826-847.

ÜNSAR, Sinan ve ŞİMŞEKER, Melih (2008). “Küreselleşme Süreci ve Liderlik”, Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 3(9), s.1029-1045.

WATERMAN, Alan (2008). “Reconsidering Happiness: A Eudaimonist's Perspective”, The Journal of Positive Psychology, 3(4), s.234-252.

WATERMAN, Alan; SCHWARTZ, Seth; CONTI, Regina (2008). “The implications of two conceptions of happiness (hedonic enjoyment and eudaimonia) for the understanding of intrinsic motivation”. Journal of Happiness Studies, 9, s.41-79.

WESTERLUND, Mika; RAJALA, Risto; LEMINEN, Seppo (2008). “Sme Business Models In Global Competition: A Network Perspective”, International Journal Of Globalisation And Small Business, 2(3), s.342-358.

YANGİL, Fulya (2016). “Bilgi Toplumunda Liderlik: Sürdürülebilir Liderlik”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (48), s.128-143.

YENİÇERİ, Ö. (2002): Örgütleri Etkinleştirme Aracı Olarak Bilgi Ve Bilgi Yönetimi, İkibinyirmiüç dergisi, Sayı:20, Aralık 2002, s.57-71

YILDIZ, Kaya (2012). Yöneticilerin Değişimi Yönetme Yeterlikleri. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(2), s.177-198.

Çalışma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.