

Ticaret ve Sanayi Odalarında Üye İlişkileri Yönetimi ve Bilişim Teknolojilerinin Sürece Katkıları ¹

Osman USLU ²

Başvuru Tarihi: 03.06.2022

Kabul Tarihi: 18.10.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada Ticaret ve Sanayi Odalarının üye ilişkileri yönetimi kapsamında hangi düzeyde ne tür faaliyetlere yer verdiklerinin tespit edilmesi, ilgili faaliyetlerin nasıl uygulandığının incelenmesi ve bu süreçte bilişim teknolojilerinden ne düzeyde yararlandıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amaçlarına bağlı olarak nitel yöntemlerin yararlanıldığı bir araştırma kurgulanmış ve ikincil veriler kapsamında Ticaret ve Sanayi Odalarının web sitelerinde “üye ilişkileri yönetimi politikaları ve uygulamaları” başlıklarında kamuya açık olarak paylaşılmış metinler doküman analizi tekniği ile incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini 44 metin oluşturmakta olup, metinlerin analizinde Maxqda programından yararlanılmıştır. Bulgular, faaliyet türünün üye yönetimi hizmetleri ve üye gelişimine yönelik hizmetler olarak iki ana kategori altında toplandığını göstermektedir. Faaliyetlerin uygulanma biçiminde ise bulgular, görev ve hizmetlerin yasallığı, üyelere gelen istek, talep, öneri ve şikâyetler, oda personelinin profili, üye iletişim biçimi ile üye yönetimi ilkeleri gibi faktörlerin etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte odaların büyük çoğunluğunun oldukça basit düzeyde bilişim teknolojilerinden yararlandıkları, fakat bazılarının kalite yönetim sistemi ve üye memnuniyet sistemi gibi daha karmaşık teknoloji odaklı sistemleri benimsedikleri görülmüştür. Çalışmanın üye ilişkileri yönetimi ile yönetim bilişim sistemleri yazınlarına ve üye ilişkileri yönetimiyle ilgili olan tüm dernek, oda veya benzer kamu kuruluşlarına pratik düzeyde katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Üye İlişkileri Yönetimi, Bilişim Teknolojileri, Ticaret ve Sanayi Odası

Atıf: Uslu, O. (2022). Ticaret ve Sanayi Odalarında üye ilişkileri yönetimi ve bilişim teknolojilerinin sürece katkıları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1109-1128.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ousluu@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0571-6281

Member Relations Management in Chambers of Commerce and Industry and Contributions of Information Technologies to the Process

Osman USLU³

Submitted by: 03.06.2022

Accepted by: 18.10.2022

Article Type: Research Article

Abstract

In this study, it is aimed to determine what kind of activities the Chambers of Commerce and Industry include within the scope of member relations management, to examine how related activities are implemented and to determine to what extent they benefit from information technologies in this process. Depending on the aims, a research was designed in which qualitative methods were used, and the texts that were shared publicly under the headings of "member relations management policies and practices" on the websites of Chambers of Commerce and Industry were examined by document analysis technique within the scope of secondary data. The sample of research consists of 44 texts, and Maxqda program was used in the analysis of the texts. Findings indicate that type of activity is grouped under two main categories as member management services and member improving services. The factors such as the legality of duties and services, requests, demands, suggestions and complaints from members, the profile of chamber staff, member communication style and member management principles have been found to be effective in the implementation of those activities. However, it has been observed that the majority of chambers benefit from very simple information technologies, but some of them adopt more complex technology-oriented systems such as quality management system and member satisfaction system. It is expected that the study will contribute to the member relations management and management information systems literature, and to all associations, chambers or similar public institutions related to member relations management at a practical level.

Keywords: Member Relations Management, Information Technologies, Chamber of Commerce and Industry

³ Afyon Kocatepe University Faculty of Economics and Administrative Sciences Management Information Systems, ousluu@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0571-6281

Giriş

Zaman içerisinde dünyada meydana gelen makro düzeydeki gelişmeler, sonraki yıllarda gerek büyük ölçekte toplumları kültürel anlamda, gerekse insanların oluşturduğu daha küçük düzeydeki örgüt gibi yapıları teknoloji, algı, tutum veya davranış bakımından mikro ölçekte etkilemiştir ve halen etkilemeye devam etmektedir (Rahmati, Darouian ve Ahmadinia, 2012, s. 132; Saskia Bayerl ve diğerleri, 2013, s. 794). Sanayi İnkılabı, savaşlar, küreselleşme, teknolojik gelişmeler, dijitalleşme ve son zamanlarda yaşanan pandemi süreci (Bailey ve Breslin, 2021, s. 4) sözü edilen değişimlere örnek teşkil etmektedir. Yönetim açısından konu ele alındığında da durum benzer bir görünüm çizmektedir. Sanayi İnkılabıyla başlayan ve günümüze kadar devam eden süreçte yönetim anlayışları makro çevre faktörlerinin etkileriyle sürekli değişmiş, müşteriler, üyeler, çalışanlar, yöneticiler ve diğer örgütler gibi tüm kesimler ilgili faktörlerden etkilenmiştir (Nadler, 1981, s. 191-193). Örneğin geçmişte sadece belirli bir ücret karşılığında emek vermeye razı olan çalışanlar, günümüzde ücretin dışında kendilerine kariyer olanakları sağlayan, uzun süre istihdamı garanti altına alan, kendilerini değerli hissettirecek uygulamaları benimseyen veya daha esnek çalışma koşullarını sunan örgütleri benimsemektedirler (Karl ve Sutton, 1998; Linden, 2005). Benzer şekilde müşteriler de kendilerini kıymetli hissettirecek örgütlere yönelirken, ürün ve hizmet tercihlerinde ergonomi, hız ve kalite (Parasuraman, 1997, s. 154) arayışlarına girmektedirler. Bu durum paydaşlar arasında ve özellikle örgütler nezdinde yönetim anlayışının değişmesine neden olmuştur.

Değişen çevre faktörlerinin etkilerinin yanı sıra, yönetim anlayışının farklılaşmasına neden olan kritik hususlardan diğeri de yönetilecek kişi ya da grubun kim olduğuyla alakalıdır (Bourne, 2011, s. 1004). Bu durumda paydaş kavramının önemi öne çıkmaktadır. Öyle ki her kesimin istek ve beklentileri farklı olmaktadır ve bu durum örgütler açısından paydaşlar arasında bir ayrım yapmayı ve paydaşların niteliklerine göre uygun yönetim anlayışlarını benimsemeyi gerekli kılmaktadır (Post, Preston ve Sauter-Sachs, 2002, s. 20-21). Dernek, ticaret odası ve vakıf gibi örgütlerin topluma hizmet etmek ve sürdürülebilirlik gibi amaçları bulunurken, işletmeler çoğunlukla kar elde amacı gütmektedir. Bu bağlamda dernek, ticaret odası, vakıf vb. örgütler ile işletmelerin etkileşimde olduğu paydaşların yönetiminin farklı olduğu ifade edilebilir (Özgen ve Türk, 1996, s. 179). Nasıl ki sıradan bir örgütün farklı paydaşlarını temsil eden çalışan ve müşterilerine yönelik politikaları aynı olamayacaksa, kâr amacı gütmeyen örgütlerin etkileşimde olduğu üyelerine ve kâr amacı güden örgütlerin müşterilerine yönelik yönetim faaliyetleri de aynı olmayacaktır. Her ne kadar iki tür örgütün paydaşları tatmin etme, bağlılık, güven veya sadakat oluşturma gibi benzer misyonları olsa da etkileşimde oldukları grubu yönetme noktasında anlayış farklılıklarının olduğu göze çarpmaktadır. Bir işletmenin örneğin piyasaya süreceği ürünü saptaması veya ilgili ürünün fiyat politikasını belirlemesi müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında temel faaliyetleri arasında yer alırken (Kumar ve Reinartz, 2006, s. 60; Payne ve Frow, 2005, s. 171), Ticaret ve Sanayi Odaları ya da derneklerin üye ilişkileri yönetimi kapsamında faaliyet kapsamına dahi girmeyebilmektedir. Bu durum benzer yönleri olsa bile aslında müşteri ilişkileri yönetimi ile üye ilişkileri yönetiminin kapsam ve yönetim faaliyetleri bakımından birbirinden farklı hususlar olduğunu ortaya koymaktadır (Guren, Summers ve Acito, 2000, s. 34). Yazında, müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin literatürün oldukça geniş olduğu, bunun aksine üye ilişkileri yönetimine yönelik sınırlı bir çerçevenin olduğu görülmektedir (Guren ve diğerleri, 2000, s. 34). Bu durum üye ilişkileri yönetimini benimsemiş Ticaret ve Sanayi Odası gibi örgütlerin pratiğe dönük uygulamalara ihtiyaç duyduğunu fakat bunu karşılayacak yazından yeterli düzeyde yararlanamadıkları gerçeğini de ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda üye ilişkileri yönetimi kapsamında ne tür faaliyetlerin nasıl yürütüldüğüne dair bilgi birikimine ihtiyaç olduğu görülmektedir. Böylesine bir bilgi birikimi Ticaret ve Sanayi Odaları için üye ilişkileri yönetimi konularında yardımcı bir rehber niteliği taşıyacağı gibi, aynı zamanda oda faaliyetlerinin hem üyeler hem de toplum nezdinde daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Sözü edilen ihtiyaca binaen, bu çalışmada yönetim perspektifinden Ticaret ve Sanayi Odalarının üye ilişkileri yönetimi kapsamında hangi düzeyde ne tür faaliyetlere yer verdiklerinin tespit edilmesi ve ilgili faaliyetlerin nasıl uygulandığının incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu süreçte bilişim

teknolojilerinden ne düzeyde yararlandığının belirlenmesi de çalışmanın amaçlarındandır. Bu bağlamda, Ticaret ve Sanayi Odaları üye ilişkileri yönetimi kapsamında hangi uygulamalara yer vermektedir, sözü edilen faaliyetleri nasıl yönetmektedir ve bu faaliyetleri yürütürken bilişim teknolojilerinden nasıl ve ne düzeyde yararlanmaktadır sorularına yanıt aranmıştır. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak üzere nitel yöntemlerden yararlanılmıştır. Buna bağlı olarak Ticaret ve Sanayi Odalarının web sitelerinde kamuya açık olarak paylaşılmış üye ilişkileri yönetimi politikaları ve uygulamaları tematik olarak incelenmiştir. Bu doğrultuda, çalışmanın üye ilişkileri yönetimi ile yönetim bilişim sistemleri yazınlarına ve üye ilişkileri yönetimiyle ilgili olan tüm dernek, oda veya benzer kamu kuruluşlarına pratik düzeyde katkı sağlaması beklenmektedir. Özellikle üye ilişkileri yönetimi yazınının oldukça sığ bir konumda olmasından dolayı (Guren ve diğerleri, 2000, s. 34), çalışmanın gelecek çalışmalara teorik açıdan da yol gösterici olacağı iddia edilebilir.

Kavramsal Çerçeve

Yönetim Anlayışlarının Değişimi ve Ticaret ve Sanayi Odalarının İşleyiş Biçimi

Yönetimin bilimsel olarak incelenmesinden günümüze kadar geçen sürede Sanayi İnkılabı, Hawthorne Araştırmaları, küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve ardından gelen rekabet olgusu yönetim anlayışlarının da değişimine neden olmuştur (Grönross, 1994, s.7-8). “Ne üretirsem satarım” anlayışının hâkim olduğu dönemlerde paydaşlara olan bakış açısı daha sığ bir görünüm çizerken (Akgün ve Çini, 2021, s. 391; Yılmaz, Yalçın ve Demiral, 2017, s. 124), günümüzde paydaşların istek ve beklentilerinden bağımsız bir yönetim anlayışını benimsemek örgütler açısından imkânsız hale gelmiştir (Bourne, 2011, s. 1004). Küreselleşme, rekabetin ortaya çıkışı ve teknolojik gelişmeler hem iç hem de dış paydaşların önemini giderek artırmıştır. Örgütlerin amaçlarına ulaşmasında iç ve dış paydaşların önemli değerler haline gelmesi, paydaşları dikkate alma, beklentilerini yerine getirme ve örgütsel açıdan tatmin ve bağlılıklarını artırmayı zorunlu kılmıştır (Wang, 2021, s. 540). Günümüzde paydaşlar artık daha bilinçli, değer yaratan, örgüt faaliyetlerini ve pazarı şekillendiren bir konumda olduğundan dolayı, paydaşların yönetimi de eskiye kıyasla farklılık göstermiştir. Sözü edilen yönetim anlayışının farklılaşması iç ve dış paydaşlar taleplerinin daha hızlı, kaliteli ve tatmin edici bir düzeyde karşılık vermesini gerekli kılmıştır (Samant ve Sangle, 2016, s. 101). Bu durum yalnızca işletmeleri değil, sivil toplum kuruluşları gibi kâr amacı gütmeyen diğer örgütleri de etkilemiştir (Paswan ve Troy, 2004, s. 1). Temel amaçları arasında sürdürülebilirlik, fayda sağlama (Toker ve Kantokan, 2008, s. 3) ve zaman zaman devlet ile vatandaşlar arasında köprü kurma olan bu tarz örgütlerin de nihai misyonları arasında etkileşimde oldukları kişileri tatmin etme ve bağlılık oluşturma gibi hususlar yer almaktadır (O’Neil, 2009, s. 267). Sözü edilen nihai amaçlara ulaşmak için ise Ticaret ve Sanayi Odaları da benzer anlayışla hareket etmekte, stratejik yönetim bilincini benimsemekte ve bilişim teknolojilerinden sıkça yararlanmaktadır. Ticaret ve Sanayi Odalarının üye ilişkileri yönetimini nasıl gerçekleştirdikleri, ne tür uygulamaları benimsedikleri ve bu uygulamalarda bilişim sistemlerinden ne derecede yararlandıklarını daha iyi anlayabilmek için ilgili kuruluşların işleyiş biçimini incelemekte fayda vardır.

Kamu tüzel kişiliğine sahip Ticaret ve Sanayi Odaları, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’ne bağlı olarak faaliyetlerini yürüten meslek kuruluşlarıdır. Ticaret ve Sanayi Odalarının görev ve faaliyetleri “5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanununun 12. Maddesinde düzenlenmiştir (Resmi Gazete, 2004, s. 25479-8772). Genel olarak ticari yaşamı gözlemlemek, dayanışmayı artıracak şekilde kamu yararına ticareti geliştirmek, yerel ve uluslararası ticari gelişmeleri takip edip bilgiler ya da raporlar derlemek, üyelerine ticari gelişmelerle ilgili bilgiler sunmak ve onlar adına lobi faaliyetleri yürütmek Ticaret ve Sanayi Odalarının görevleri arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra üyelerin girişimlerine yol göstermek, sergi ve fuarlara katılmak ve üyelere ihtiyaç duyduğu belgeleri düzenlemek gibi faaliyetler de temel görevler arasındadır (Resmi Gazete, 2004, s. 25479-8776). Kuruluşun görevleri incelendiğinde neredeyse tamamının üyelerle etkileşimi zorunlu kılan bir yapıda olduğu görülmektedir. Diğer yandan özellikle bilgi derleme, belge

düzenleme ya da üyelerle haberleşme gibi temel faaliyetler ise bilişim teknolojilerini etkin kullanmayı gerekli kılmaktadır (Peslak, 2005, s. 32). Her ne kadar Ticaret ve Sanayi Odalarının görevleri kanunla belirtilmiş olsa ve bu durum kuruluşun özerkliğini kısıtlayıcı gibi gözükse de, aslında stratejik bilinçle hareket etme, güncel bilişim teknolojilerini benimseyip kullanma, personellerine yeni beceriler kazandırma ve üyelerini sağlıklı biçimde yönetme konularında kendilerine has bir özerklik alanının olduğu ifade edilebilir. Özerlikleri, yönetim organlarını kendi kendine seçmelerinden ve bütçelerini kendi inisiyatifleri ile harcamalarından kaynaklanmaktadır. Bu özerklik alanının içinde yer alan üye ilişkileri yönetiminin etkinliği de aslında kuruluşun başarısına büyük ölçüde destek sağlamaktadır.

Üye İlişkileri Yönetimi

Örgütün içinde bulunduğu toplumda, örgütün faaliyetlerinden etkilenen ve faaliyetleriyle örgütü etkileyen tüm taraflar paydaş olarak tanımlanmaktadır (Castelo Branco ve Lima Rodrigues, 2007, s. 5). Örgütler birçok paydaşla etkileşim içindedirler, fakat ana faaliyetleri açısından sıkça temas kurulan paydaşlar örgütlerin başarısında kritik rol oynamaktadır (Phillips, 2003, s. 11). Kar amacıyla hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir örgüt için “müşteri veli nimettir” anlayışı bir paydaş olarak müşterilerin önemini ortaya koyarken, yeterli düzeyde kapasitesi olan ve tamamen üretime odaklanmış bir örgüt için tedarikçiler, hammadde yoksunluğu yaşamamak adına en kritik paydaş haline gelebilmektedir. Ticaret ve Sanayi Odaları özelinde düşünüldüğünde ise görevleri gereği üyeler ve üyelerin yönetiminin ön plana çıktığı ileri sürülebilir. Üye ilişkileri yönetimini genel itibari ile bir kuruluşun mevcut ve potansiyel üyeleri ile olan ilişkilerinde benimsediği uygulamalar, prensipler ve rehberler bütünü olarak ifade etmek mümkündür (Saskia Bayerl ve diğerleri, 2013, s. 794). Üye sorunlarını tespit etme, problemlere çözüm yolları bulma, kuruluş-üye arasındaki iletişimi güçlendirme, üye bilgilerini muhafaza etme, üyeleri kuruluş faaliyetleri hakkında bilgilendirme, üyeler arasındaki dayanışmayı artırma ve ihtiyaç duyulduğunda üyeleri eğitme, üye ilişkileri yönetiminin alt amaçları arasında yer almaktadır. Ancak üye ilişkileri yönetiminin esas hedefi üyelerin memnuniyet düzeylerini artırarak örgüte olan bağlılığı/aidiyet duygusunu artırmaktır (Dervitsiotis, 2003, s. 524; Freeman ve Moutchnik, 2013). Tüm yönetim faaliyetlerinde olduğu gibi üye ilişkileri yönetiminin de bir süreç dâhilinde yürütülmesi ve yönetim fonksiyonlarının disiplinli bir şekilde işletilmesi (planlama, organize etme, yürütme, kontrol, geribildirim), sürecin başarısı bakımında kritik gözükmektedir. Üye ilişkileri yönetim süreci bu bağlamda yönetim fonksiyonları dâhilinde ele alınarak sistemli bir biçime dönüştürülebilir. Her şeyden önce bu sürecin stratejik bilinçle (Davis, Allen ve Dibrell, 2012, s. 325) ve bütüncül bakış açısıyla (Lozano ve Haartman, 2018, s. 519) yönetilmesi kuruluşu sistem kazandırma ve kültür oluşturma anlamında faydalı gözükmektedir. Uygun yöntem ve araçlarla yönetilen/yönetilecek kişi ya da grubun tanımlanması ve analiz edilmesi ile üyelere verilen/verilecek hizmetlerin tanımlanması ve analiz edilmesi, planlama kapsamında dikkat edilmesi gereken temel hususlardandır. Elde edilen verilerden yola çıkılarak eylem planları oluşturma, hem planlama hem de organize etme fonksiyonlarına destek sağlamaktadır. Planların eyleme geçirilmesi yürütme fonksiyonunu oluştururken, dönem sonunda planların başarısını test etme amacıyla yapılan uygulamalar da kontrol fonksiyonunu ortaya koymaktadır. Belli bir süreçte gözlemlenen sorunlar veya doğrudan üyelerden gelen istek, şikâyet vb. ise geribildirim kapsamında değerlendirilebilir. Sürecin işleyişinde bütün aşamalarda etkin iletişimi tesis etmek ise temel gereklilikler arasında yer almaktadır. Süreç kısaca Tablo 1.’de özetlenmiştir.

Tablo 1

Üye İlişkileri Yönetimi Süreci

Ana başarı faktörleri	Yönetim fonksiyonu	Eylem
STRATEJİK BİLİNÇ BÜTÜNCÜL BAKIŞ AÇISI ETKİN İLETİŞİM		<i>Yönetilen/Yönetilecek Grubun Tanımlanması ve Analiz Edilmesi</i> Üyeler kimlerdir? Ne tür ortak davranışlar sergilerler? İş yaşamından ve kurumdan beklentileri nelerdir? Kuruma yönelik algıları ve tutumları nasıldır? Kurum ve hizmetleri hakkında bilgileri var mı veya ne düzeyde bilgiler vardır? Kurumun verdiği hizmetlerden memnuniyet düzeyleri nedir?
	Planlama	<i>Üyelere Verilen/Verilecek Hizmetlerin Tanımlanması ve Analiz Edilmesi</i> Üyelere ne tür hizmetler verilmektedir? Üyelere sunulabilecek diğer potansiyel hizmetler neler olabilir? Verilen hizmetler arasında önem sırası var mıdır? Nitelik ve nicelik bakımından verilen hizmetlerin yürütülmesinde ihtiyaç duyulan alt yapı mevcut mudur? (Personel, bütçe, fiziksel imkânlar vb.)
	Planlama/Organize etme	<i>Eylem Planları Oluşturma</i> Üyelerden gelen şikâyet ve taleplerin değerlendirilmesi Güncel gelişmelere bağlı olarak veya yasal zorunluluklardan dolayı ortaya çıkan ihtiyaçların belirlenmesi Eğitim ihtiyaçlarının tespiti Başarılı benzer kuruluşların uygulamalarını analiz etme (benchmarking) Sosyalleşmeyi ve bütünleşmeyi artırıcı uygulamalar tesis etme Uzun ve kısa vadeli eylem planları oluşturma Planların yürütülmesinde ihtiyaç duyulan alt yapı unsurlarının, maddi olanakların ve insan kaynaklarının temini ve organizasyonu
	Yürütme	<i>Eylem Planlarını Hayata Geçirme/Uygulama</i> Zaman planları dâhilinde ilgili personeli görevlendirme Yürütülen uygulamaların bilişim teknolojileri aracılığıyla ilgili taraflara bildirilmesi (toplantı, duyuru vb.)
	Kontrol	<i>Planlanan Eylemlerin Etkinliğini Denetleme</i> Uygulama aşamasında ortaya çıkmış ve çözümlenmemiş sorunların analiz edilmesi Kurumsal ziyaretler vasıtasıyla üyeler ile yüz yüze görüşmeler yapma ve uygulamaların etkinliğini sorgulama Üyelerin memnuniyet ve bağlılık düzeylerindeki farklılığı tespit etmek üzere dönem sonu anketleri uygulama
Geribildirim	<i>Proaktif Anlayışla Sürecin Aksayan Yönlerini Tespit Etme</i> Uygulamaların yürütülmesinde ortaya çıkan sorunların tespiti Süreç esnasında üyelerden doğrudan veya dolaylı olarak gelen şikâyet, istek ve beklentilerin analiz edilmesi	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sürecin belli bir sistem dâhilinde yürütülmesi üye ilişkileri yönetiminin başarısı açısından önemlidir. Bunun yanı sıra üye ilişkileri yönetimi sürecinde dikkat edilmesi gereken bazı somut hususlara yer vermek te faydalı olacaktır. Tüm süreçte bilgi ve iletişim teknolojilerinden aktif biçimde yararlanmak önemli gözükmektedir. Özellikle dijitalleşmenin modern çağ üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, bilişim teknolojilerinin günümüz kuruluşları açısından önemi yadsınamaz bir gerçek haline gelmiştir (Saskia Bayerl ve diğerleri, 2013). Bu bağlamda kuruluşların bilgi ve iletişim teknolojilerini aktif, hızlı, güncel ve doğru şekilde kullanmaları avantaj sağlayıcı niteliktedir (Dutta ve Evrard, 1999, s. 241; Ko, Kincade ve Brown, 2000, s. 1093). Bu araçlar arasında e-posta, telefon, sms, web sitesi, sosyal medya ve online kanallar en göze çarpanlar arasında yer almaktadır (Arulchelvan, 2014, s. 129; Duffy ve Thorson, 2009, s. 93). Yürütülen faaliyetlerin önemine ve niteliğine göre bu araçlardan doğru biçimde yararlanmak fayda sağlayıcıdır. Örneğin üyelerle hızlı iletişimin kurulması gerektiği durumlarda, sosyal medya, e-posta veya what's up grupları gibi araçların tercih edilmesi, diğer yandan acil olmayan, konunun önemli olduğu fakat bire bir görüşmenin uygun olmadığı zamanlarda telefonun tercih edilmesi mantıklı olacaktır. E-postalara kurum tarafından belirlenecek bir süre zarfında geri dönüş yapma zorunluluğunun getirilmesi, üyelerin tatminine katkı sağlayacaktır (Strauss ve Hill, 2001, s. 70). Eğer mümkünse bazı hizmetleri (elektronik belge üretimi vb.) çevrimiçi kanallar vasıtasıyla sunmak, hem üyeler açısından hem de kuruluş açısından zaman ve mekân bağlamında katkı sağlayıcı olacaktır (Schroth ve Hody, 2020, s. 42). Bilgi iletişim teknolojilerinden yararlanırken dikkata alınması gerekli konulardan biri de kurum web sitelerinin kullanımudur. Web siteleri, kurumun hem doğrudan üyelerine hem de diğer paydaşlarına açılan kapısı olduğundan güncel ve doğru şekilde tasarlanıp kullanılması önemlidir (Zhou, Lu, ve Wang, 2009, s. 327). Bir web sitesi, üyeleri açısından yeterli içeriğe sahip olup olmaması, içerdiği bilgilerin güncel ve doğru olup olmaması açılarından sürekli kontrol edilmelidir. Kurumun faaliyetleri uluslararası ise ya da kurumun uluslararası paydaşları var ise web sitesinde yer alan bütün içeriklerin yabancı dil versiyonunun da olması önem arz etmektedir. Benzer şekilde üyelerle iletişimi güçlendirme ve bilgilendirme amaçlı olarak kuruma ait düzenli bir bülten ya da dergi yayımlamak ile bunların dağıtımını sağlamak faydalı gözükmektedir (Johansen, 1995, s. 129). Üyelerin yönetiminde iletişim ve bilişim kadar önemli olan diğer bir husus, üyelerin psikolojik iyi oluşlarına katkı sağlamak ve böylelikle hedeflenen tatmin ve bağlılığa ulaşmaktır (Macassa, McGrath, Tomaselli ve Buttigieg, 2020, s. 869). Bu noktada kurum personelinin üyelerine duygusal emek göstermesi (Humphrey, Pollack ve Hawver, 2008, s. 153) ile üyelere küçük çaplı ödül törenleri düzenleme motive edici olacaktır (Grawitch, Gottschalk ve Munz, 2006, s. 130). Yine iş gezileri, piknik, yemek vb. sosyalleşmeyi ve bütünleşmeyi artırıcı aktiviteler planlamak faydalı gözükmektedir (Holifield ve Williams, 2019, s. 432).

Yöntem

Çalışmanın amaçlarına yönelik bir araştırma tasarlanmış ve ilgili süreçte nitel yöntemlerden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda ikincil veriler kapsamında Ticaret ve Sanayi Odalarının web sitelerinde “üye ilişkileri yönetimi politikaları ve uygulamaları” başlıklarında kamuya açık olarak paylaşılmış metinler doküman analizi tekniği ile incelenmiştir. 2022 yılında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne bağlı 181 Ticaret ve Sanayi Odasının olduğu, ancak yalnızca 54'ünün web sitelerinde üye ilişkileri yönetimi politikaları ve uygulamalarına dair bilgi paylaşımı yaptıkları görülmüştür. Tüm metinler incelendikten sonra 1 metnin yoğun şekilde yazım hatalarının ve bundan dolayı anlaşılabilirlikten uzak olduğu gözlenmiştir. 10 metnin ise birbirleri ile tıpa tıp aynı olduğu görülmüştür. Verilerin kalitesini artırma amaçlı olarak 10 metinden sadece biri araştırma kapsamına alınmıştır. Hatalı metin ve diğer 9 metin çıkarıldıktan sonra ise 44 metnin analizlere uygun olduğuna karar verilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini 44 metin oluşturmaktadır. Sözü edilen metinler Ticaret ve Sanayi Odalarının web sitelerinden indirilip “pdf” formatına dönüştürülmüş ve her biri “T1, T2...,T44” şeklinde kodlarla isimlendirilmiştir. İlgili metinler araştırma sorularına bağlı olarak oluşturulan temalar bağlamında analiz edilmiştir. Maxqda programı aracılığıyla yürütülen süreçte üç araştırma sorusunun her biri için üye ilişkileri yönetimi kapsamındaki temalar ve bu temalara bağlı kategori ve alt kategoriler

oluşturulmuştur. Kategori ve alt kategoriler oluşturulurken ilk olarak temel kodlama, daha sonra ise hassas kodlama işlemleri titizlikle yürütülmüştür. Daha sonra sözü edilen tema, kategori ve alt kategoriler bağlamında metinler detaylıca analiz edilip yorumlanmıştır.

Üç araştırma sorusuna bağlı olarak oluşturulan üç tema ile bu temalara yönelik geliştirilmiş ana ve alt kategoriler Tablo 2’de gösterilmiştir. İlk araştırma sorusunun teması üye ilişkileri yönetimi kapsamında yürütülen faaliyetlerin neler olduğudur. Metinler incelendiğinde iki farklı faaliyet türünün olduğu ve birbirleriyle ilişkili olsalar da içerik olarak farklılaştıkları tespit edilmiştir. Bundan dolayı faaliyet türü bakımından üye yönetimi hizmetleri ve üye gelişimine yönelik hizmetler şeklinde ana kategoriler bu kategorilerle ilişkili alt kategoriler oluşturulmuştur. İkinci araştırma sorusu sözü edilen faaliyetlerin nasıl yürütüldüğüyle ilgili olduğundan, faaliyetlerin uygulanma biçimi teması ile görev ve hizmetlerin yasallığı, üyelere gelen istek, talep, öneri ve şikâyetler, oda personelinin profili, üye yönetimi ilkeleri ile üyelere iletişim biçimi kategorileri ve bu kategorilere bağlı alt kategoriler oluşturulmuştur. Son olarak üçüncü araştırma sorusu bağlamında ise faaliyetlerin yürütülmesinde bilişim ve teknolojiye yararlanma düzeyi teması, teknoloji odaklı istemler kullanma kategorisi ve buna bağlı alt kategoriler oluşturulmuştur.

Tablo 2

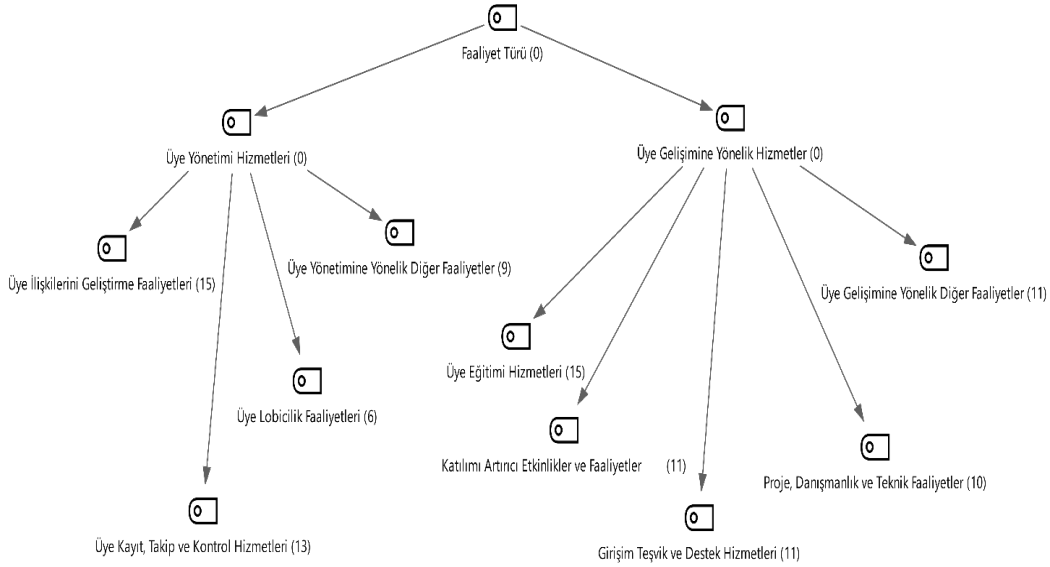
Üye İlişkileri Yönetimi Kapsamındaki Tema, Ana ve Alt Kategoriler

Ana Tema	Ana/Alt Kategoriler
Faaliyet Türü	<i>Üye Yönetimi Hizmetleri</i> Üye İlişkilerini Geliştirme Faaliyetleri Üye Lobicilik Faaliyetleri Üye Kayıt, Takip ve Kontrol Hizmetleri Üye Yönetimine Yönelik Diğer Faaliyetler
	<i>Üye Gelişimine Yönelik Hizmetler</i> Girişim Teşvik ve Destek Hizmetleri Proje, Danışmanlık ve Teknik Faaliyetler Katılımı Artırıcı Etkinlikler ve Faaliyetler Üye Eğitimi Hizmetleri Üye Gelişimine Yönelik Diğer Faaliyetler
Faaliyetlerin Uygulanma Biçimi	<i>Görev ve Hizmetlerin Yasallığı</i>
	<i>Üyelerden Gelen İstek, Talep, Öneri ve Şikâyetler</i>
	<i>Oda Personelinin Profili</i> Üye Şikâyetlerini Benimseme Ahlaklı Çalışma Personel Eğitimi
	<i>Üye Yönetimi İlkeleri</i> Hizmet kalitesi Memnuniyet odaklılık Şeffaflık Çözüm odaklılık
	<i>Üye İletişim Biçimi</i> Doğruluk Dürüstlük Geribildirim Gizlilik Adaletli Etkin Hızlı
Faaliyetlerin Yürütülmesinde Bilişim ve Teknolojiden Yararlanma Düzeyi	<i>Teknoloji odaklı sistemler kullanma</i> Üye Memnuniyet Yönetim Sistemi Kalite Yönetim Sistemi

Bulgular ve Tartışma

Faaliyet Türü

Metinler incelendiğinde Ticaret ve Sanayi Odalarının üye ilişkileri yönetimi kapsamında temelde iki tür faaliyete ağırlık verdikleri görülmüştür. Bunlardan ilki genel anlamda üye yönetimi hizmetleri, diğeri ise daha spesifik düzeyde üyelerin gelişimine yönelik hizmetlerdir. Detaylar Şekil 1.'de yer alan faaliyet türüne yönelik frekans haritası görselinde gösterilmiştir.



Şekil 1. Faaliyet Türüne Yönelik Frekans Haritası

Üye yönetimi hizmetleri

Üye ilişkilerini geliştirme faaliyetleri, üye yönetimi hizmetleri kapsamında en sık vurgulanan faaliyetler arasında yer almaktadır. Ticaret ve Sanayi Odalarının yaklaşık % 30'u üye ilişkilerini geliştirme faaliyetlerinden bahsetmektedir. Üye ilişkilerini geliştirme faaliyetleri arasında, üye ilişkilerini başarıyla tesis etme, sürekli geliştirme, üyelerle uzun vadeli ilişkiler kurma, yüz yüze ziyaretler gerçekleştirme ve güler yüzlü hizmet sunma gibi hususlar bulunmaktadır. Ticaret ve Sanayi Odalarından birisinin sürdürülebilir ilişkileri tesis etmeyi topyekûn bir politika olarak açıklaması dikkat çekicidir.

T26: “Sürdürülebilir ilişkileri sağlamak için farklı faaliyetler ve bire bir ziyaretler gerçekleştirerek üye ilişkileri politikamızdır.”

Bununla birlikte üye ilişkilerini geliştirme faaliyetleri arasında birçok Ticaret ve Sanayi Odasının en sık üzerinde durdukları hususun güler yüzlü hizmet vermek olduğu göze çarpmaktadır. Ön plana çıkan bir diğer faaliyet üyelerin kaydı, takibi ve kontrolüdür. Bu noktada üye bilgilerini kayda alıp derlemek, tüm bilgileri güncel tutmak ve verilen hizmet sonrası sonuçları sürekli izleyerek kontrol etmek bu kapsamda vurgulanan hususlar olarak gözükmektedir. İki odanın üye kayıt, takip ve kontrol hizmetlerine yönelik açıklamaları şu şekildedir:

T23: “Üye bilgilerinin planlı bir şekilde gözden geçirilerek **güncelliğinin sağlandığı...**”, “üyelere herhangi bir hizmet verilmesinin ardından **takip yapıldığını** (üye memnuniyet ve hizmet kullanım seviyelerini gözden geçirme ve izleme mekanizması)...”

T7: “Odaya ait sicil ve tescil bilgilerini, mali bilgileri, istatistiki bilgileri daima güncel tutar.”

Odaların yürüttükleri hizmetler arasında üyeler için yapılan lobicilik faaliyetleri de önemli yer tutmaktadır. Altı odanın doğrudan konuya vurgu yaptığı görülmektedir. Lobicilik kişi ya da grupların çıkarına olacak şekilde yürürlükteki yasaları kaldırmak ya da yeni yasalar koymak maksadıyla yasama ve yürütme organlarını ikna etme girişimi olarak bilinmektedir (Keffer ve Hill, 1997, s. 1372). Odalar da lobicilik faaliyetlerini daha çok mesleki etkinlikleri kolaylaştırma ve üyelerin hak ve çıkarlarını korumak adına sıkça yürütmektedir. Bir odanın konuyla ilgili açıklaması örnek olarak aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

T43: “Üyelerin ilçe, şehir ve ülke erklerinden olan talepleri konusunda **lobicilik yaparak seslerinin duyurulmasını sağlamak.**”

Üye yönetimi hizmetleri kapsamında sözü edilen üç faaliyetin dışında odaların yürüttükleri diğer faaliyetler de bulunmaktadır. Bunlar arasında üyelerin hak ve çıkarlarını koruma, ekonomik gelişmişliğin oluşturduğu memnuniyeti üyelere ve topluma yayma, istihdam yaratma ve üyelere katma değer sağlama yer almaktadır. Odalardan birinin açıklaması örnek olarak aşağıda verilmiştir.

T29: “Yönetim ve ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi prensiplerine bağlı kalarak, **üyelerimize ve ilçemize katma değer sağlayan her türlü faaliyeti gerçekleştirecek ve sistemimizi sürekli iyileştireceğiz.**”

Üye gelişimine yönelik hizmetler

Üye gelişimine yönelik faaliyetler arasında en sık vurgulanan hususların başında üye eğitimi hizmetleri gelmektedir. Odaların açıklamaları incelendiğinde bazı odaların eğitim içeriğini üyelere gelen talep ve isteklere göre şekillendirdiği, bazılarının ise kendi bünyesinde eğitim ihtiyaç analizi yaparak eğitim planları oluşturduğu görülmektedir. Dikkat çeken bir detayın üye eğitim faaliyetlerinin sürekliliğine yapılan vurgu olduğu belirtilebilir. Bazı odalar adaptasyon amaçlı, bazıları üye geliştirme ve diğer bazıları da yeniliğe ayak uydurma amacıyla sürekli eğitimi ön plana çıkarmaktadır. Bir odanın üye eğitime dair açıklaması aşağıdaki gibi örnek gösterilebilir.

T10: “Oda teknolojik yeniliklere ve yeni yönetim sistemlerine uygun olarak, çalışanlara ve **üyelerine devamlı eğitim vererek adaptasyon çalışmaları yapar.**”

Üye eğitimi faaliyetleri dışında odaların sıkça yürüttükleri faaliyetler arasında katılımı artırıcı etkinlik ve faaliyetlerin olduğu görülmektedir. Bu faaliyetlerin temelinde üyelere başarılı ve sürdürülebilir ilişkiler kurma ve üyeleri geliştirme gibi amaçlar bulunmaktadır. Katılımcı ve açık bir yönetim anlayışının benimsenmesi, ödüllendirme törenleri organize ederek başarıyı özendirme ve farklı amaçlarla çeşitli etkinlik ve toplantılar düzenleme, sözü edilen faaliyetler arasında yer almaktadır. Odalardan birinin konuya dair açıklaması örnek olarak aşağıda gösterilmektedir.

T42: “Üyelerin **ziyaret, toplantı, çalıştay vb... etkinlikler ile sorunlarını öğrenerek çözümler planlanmasını sağlamak.**” “**Üye fuar, gezi ve diğer etkinliklerini organize ederek kaynaşmalarını ve dünya görüşlerinin artmasını sağlamak...**”

Sıkça vurgulanan faaliyetlerden diğeri üyelere yönelik girişim teşvik ve destek hizmetleridir. Bu konudaki faaliyetlerin özellikle yeni iş geliştiren üyelere ve önceki üyelerin iç ve dış yatırımlarına destek olma ile ilgili olduğu ifade edilebilir. Üyelere yatırımlar ile ilgili bilgi sunma, yatırım yapılabilecek ülke ve bölgelere yönelik raporlar hazırlama ve dış ticaret konularında genel bilgilendirmeler sözü edilen faaliyetler arasındadır. Odalar bir nevi üst akıl gibi hareket etmekte ve üyelerinin gelişimine katkıda bulunmaktadırlar. İki odanın girişim teşvik ve destek faaliyetlerine yönelik açıklamaları aşağıda örneklenmiştir.

T16: “Üyelerin yurt içinde ve yurtdışında **yatırımlar yapmalarını teşvik etmek.**”

T24: “Başta *ihracat yapabilmeleri* olmak üzere *iş geliştirmeleri* için üyelerin gelişmesine yönelik etkinlikler planlayıp yapacağız.”

Üyelerin gelişime yönelik faaliyetlerden diğeri odalar tarafından sunulan proje ve danışmanlık teknik destek faaliyetleridir. Proje hazırlamak teknik yönü oldukça ağır basan bir faaliyet olmakla birlikte belli bir bilgi birikiminin de olmasını zorunlu kılan bir faaliyettir. Odalar da üyelerin gelişimine yönelik bu tarz teknik destek ve danışmanlık hizmetleri vermektedirler. Böylesine hizmetlerin faaliyet gösterilen il, ilçe ya da bölgeye katma değer katacağı inancının odalar tarafından benimsendiği görülmektedir. Örneği verilen odanın açıklamalarının bu yönde olduğu görülmektedir.

T8: “Üyelere faydalı olacak *teşvik ve hibelerle* ilgili bilgilendirme toplantıları yapmak.”

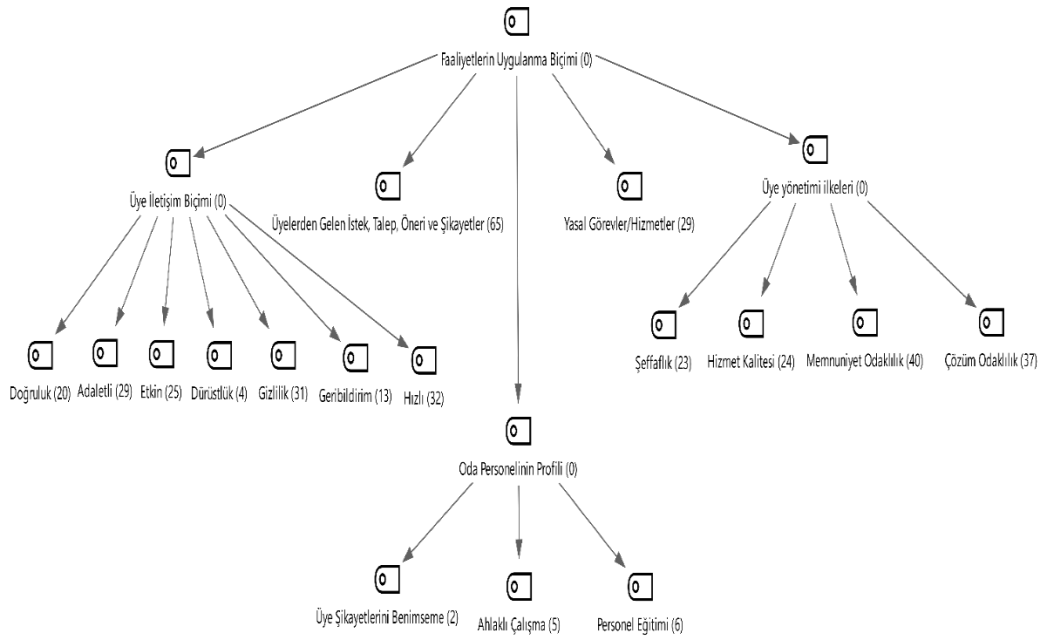
T24: “Üyelerimizin ilçemize katkı sağlayacağını farkında olduğumuzdan üyelere yönelik her türlü *proje, danışmanlık, teknik hizmet vs. sunacağız.*”

Üye ilişkilerini geliştirmeye yönelik yukarıda bahsi geçen hususlara ek olarak farklı birçok faaliyetten de bahsetmek mümkündür. Bunlar arasında üyelerle birlikte projelere oluşturmak ve bu projeleri sonuçlandırmak, üyelere yeni bakış açıları kazandırmak ve dünya görüşlerini artırmak örnek olarak verilebilir. Diğer yandan odaların bir kısmı açıklamalarında akreditasyon sistemine sıkça atıf yapmaktadır. İlgili sistemin odaların tüm faaliyetlerinde kaliteyi artıracak nitelikte olduğundan, dolaylı olarak üyelerin gelişimine pozitif etkilerinin olacağı açık şekilde gözükmektedir. Diğer faaliyetler kapsamında odalardan birisinin örnek açıklaması aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

T13: “.....üyelerimiz ve stratejik ortaklarımız ile katma değer yaratacak bölgesel, sektörel *projeler oluşturmak ve sonuçlandırmak.*”

Faaliyetlerin uygulanma biçimi

Ticaret ve Sanayi Odalarının faaliyetleri nasıl yürüttükleri teması altında beş ayrı kategoriden bahsetmek mümkündür. Faaliyetlerin uygulanma biçimine yönelik frekans haritası Şekil 2’de gösterilmiştir. Kısaca ifade etmek gerekirse odalar tüm üye yönetimi faaliyetlerini yasal çerçeveye uygun şekilde ve yasal olarak belirlenmiş görev ve sorumluluklar dâhilinde yürütmektedirler. Faaliyetlerin yürütülmesinde belirleyici olan faktörlerden birisi de üyelere gelen istek, talep, öneri ve şikâyetlerdir. Bu iki faktör faaliyetlerin nasıl yapılacağını belirleyici nitelikte gözükmektedir. Odalar üye yönetimi ilkelerine bağlı olarak üyelerle iletişim kurmakta ve oda personelinin davranışları da buna bağlı olarak şekillenmektedir.



Şekil 2. Faaliyetlerin Uygulanma Biçimine Yönelik Frekans Haritası

Faaliyetlerin uygulanma biçimi teması altında odaların en sık vurgu yaptığı hususun üyelerden gelen istek, talep, öneri ve şikâyetler olduğu görülmektedir. Metinler incelendiğinde odaların yer yer birden fazla kez üye istek ve şikâyetlerine atıf yaptıkları belirtilebilir. Nerdeyse bütün faaliyetlerini üyelerin beklenti ve şikâyetlerine göre şekillendiren odaların bu konudaki taahhüt açıklamaları dikkat çekici düzeydedir. Söz konusu durum oda faaliyetlerinin nasıl yürütüldüğüne dair ipuçları sunarken aynı zamanda oda ile üyeler arasındaki iletişimin niteliğine yönelik bilgileri de barındırmaktadır. Bu noktada üye yönetimi faaliyetlerinde üyelerden gelen istek, talep, öneri ve şikâyetlerin odalar açısından kritik bir girdi olduğu belirtilebilir. Birkaç odanın konuya ilişkin açıklamaları aşağıdaki gibi özetlenebilir.

T9: “Oda üyelerinin **şikâyet, talep ve soruları** ön yargısız ve adil bir şekilde değerlendirilir ve en kısa sürede çözülür. Tüm iletişim kanalları üyelere açıktır.”

T14: “Kendisine yansıyan **şikâyetleri**, yasal zorunluluk ve kanunlara uyacak şekilde, objektif ve tarafsız olarak, **şeffaflık ve gizlilik esaslarına bağlı kalarak ele almayı ve çözme**yi taahhüt eder.”

T44: “Paydaşlarımızın odamızla ilgili **talep, beklenti ve şikâyetlerini önemsiyor, paydaşlarımızdan gelen her türlü bildirimini kaliteli bir hizmet verebilmemiz için titizlikle değerlendiriyoruz.**”

Oda faaliyetlerinin yürütülme biçimini etkileyen ikinci önemli faktör görev ve hizmetlerin yasallığıdır. Odaların faaliyetlerinin çoğu yasal olarak belirlenmiş olduğundan, odalar açıklamalarında yasal süreçlere sıkça değinmektedir. Üye şikâyetlerinin ele alınış biçimi ve çözümü veya diğer tüm faaliyetler odalar tarafından öncelikle yasallık çerçevesinde değerlendirilmekte ve daha sonra eyleme geçilmektedir. İki odanın konuya yönelik açıklamaları örnek olarak aşağıda sunulmuştur.

T1: “.....Ticaret Odası, **mevzuatla kendisine verilmiş görevlere yönelik hizmetlerin üyelere sunumunda; çözüm odaklılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda üye ilişkilerini yönetir.**”

T15: “Kalite Yönetim Sistemi ve Akreditasyon kuralları ile 5174 sayılı Kanun ve Yönetmelikler çerçevesinde, uygulanabilir çözümler sunarak ihtiyaçlarını karşılamaya ve haklarını korumaya özen göstermek üye ilişkileri politikamızdır.”

Üye yönetim faaliyetlerinin yürütülme biçiminde etkili olan diğer üç faktörün üyelerle iletişim biçimi, üye yönetimi ilkeleri ve oda personelinin profili kategorilerinden oluştuğu görülmektedir. Odaların üyelerle olan iletişimlerinde şeffaflık, memnuniyet odaklılık, çözüm odaklılık ve hizmet kalitesi ilkelerine bağlı kalarak, iletişimlerini doğruluk, adalet, dürüstlük, hızlı olma, geribildirime dayalı ve gizlilik esaslarına göre yürüttükleri göze çarpmaktadır. Tüm bu faaliyetleri yürütürken personellerinin üye şikâyetlerini benimseyerek, ahlaklı çalışmasına vurgu yapılmakta ve ihtiyaç dâhilinde personel eğitimleri verilerek personele nitelik kazandırıldığına değinilmektedir. Odaların sözü edilen hususlara dair örnek açıklamaları aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

T20: “.....Ticaret ve Sanayi Odası, **şeffaflık, güvenilirlik, dürüstlük, liderlik, iş ahlakı, müşteri odaklılık, kalite, güç birliği ve dayanışma değerleri doğrultusunda üye ilişkilerini yönetir.**”

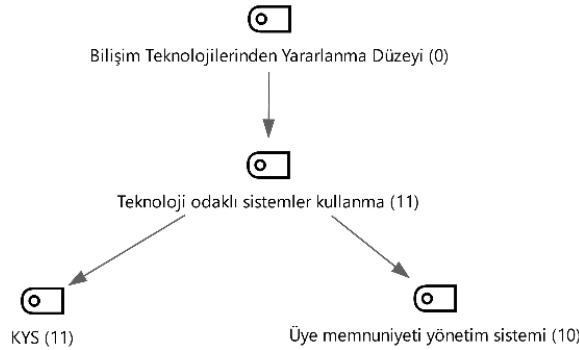
T5: “Odadaki idari kadrodaki yöneticiler ile çalışan personel **iş ahlakına uygun, dürüst ve etik kurallar çerçevesinde çalışır.**”

T29: “**İnsan kaynaklarımızın yetkinliğini sürekli olarak artırarak hızlı ve üyelerimizin ihtiyaçları doğrultusunda hizmet sunmak.**”

T12: “.....Ticaret ve Sanayi Odası üye mülkiyeti olarak gördüğü üyelerine ait tüm bilgilerin korunması, istatistiki bilgilerin doğru olarak elde edilmesi ve bununla birlikte mevzuatla kendisine verilmiş görevlerin yürütülmesi sırasında hizmetlerin sunumunda üyelerine karşı **çözüm odaklı, şeffaf ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda üye ilişkilerini yürütmeyi ana ilke edinmiştir.**”

Faaliyetlerin Yürütülmesinde Bilişim Teknolojilerinden Yararlanma Düzeyi

Günümüz bilişim teknolojilerinden yararlanmak örgütlerin kendilerini farklı kılma noktasında önemli bir detay olarak değerlendirilmektedir. Odaların da faaliyetlerini yürütürken bu konuda bazı hususlara değindikleri görülmektedir. Odaların yaklaşık % 25’inin teknoloji odaklı sistemlere vurgu yaptıkları ifade edilebilir. Bunlardan bazılarının aktif teknolojik sistemler kurmuş durumda, bazılarının ise kurma yolunda oldukları belirtilebilir. Odaların bilişim teknolojilerinden yararlanma düzeyine ilişkin frekans haritası Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Bilişim Teknolojilerinden Yararlanma Düzeyine Yönelik Frekans Haritası

Ön plana çıkan sistemler arasında şikâyet yönetim sistemi, üye memnuniyet yönetimi sistemi ve kalite yönetim sisteminin (KYS) olduğu görülmektedir. Bunların dışında üyeler için elektronik belgeler düzenleme, üyelerin takibi ve kontrolü veya üyelerle iletişim amaçlı kullanılan kanallar gibi farklı birçok bilişim teknolojilerinden de yararlanılmaktadır. Her ne kadar üye ilişkileri politikalarında açıkça belirtilmese de, web sitelerinden odaların sms, sosyal medya ve telefon gibi bilgi iletişim araçlarından faydalandıkları ve bu araçları faaliyetlerini yürütürken sıkça kullandıkları anlaşılmaktadır. Konuya ilişkin odaların açıklama örnekleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

T26: “Teknolojinin etkin kullanımını sağlayarak üyelerin talep ettiği hizmeti bürokrasi engeline takılmadan **elektronik ortamda** hızlı ve etkin bir şekilde.....” “Yasal mevzuat ve uygulamadaki değişikliklerin anlık uyumunu sağlamak için **bilgilendirici tüm kanalları** aktif etmek.”

T5: “Oda üyeye verdiği hizmetlerin kalitesini artırmayı temel ilke haline getirmiştir. **Kalite Yönetim Sistemi** ve Akreditasyon sistemlerini oluşturmuş ve sürekliliğin sağlanmasına yönelik çalışmaları devam etmektedir.”

T23: “Üye şikâyetlerinin her zaman takip edildiğini ve uygun biçimde çözüme kavuşturulduğunu (**Şikâyet Yönetim Sistemi**)”

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada Ticaret ve Sanayi Odalarının faaliyetleri üç araştırma sorusu ile sorgulanmış ve nitel analiz tekniklerinden yararlanarak söz konusu sorulara yanıtlar aranmıştır. İlk araştırma sorusu Ticaret ve Sanayi Odalarının üye ilişkileri yönetimi kapsamında ne tür faaliyetlere ne düzeyde yer verdikleridir. Bulgular bu kapsamda üye yönetimi hizmetleri ve üye gelişimine yönelik hizmetler olmak üzere iki ana faaliyet türünün olduğunu ortaya koymaktadır. Üye yönetimi hizmetleri, üye ilişkilerini geliştirme, üyeler için lobcilik, üye kayıt, takip ve kontrol faaliyetleri ile üyelerin hak ve çıkarlarını koruma ve üyelere değer sağlama gibi diğer faaliyetleri içermektedir. Diğer yandan üye gelişimine yönelik hizmetler ise girişim, teşvik ve destek, proje, danışmanlık ve teknik, katılımı artırıcı etkinlikler ve üye eğitimi gibi faaliyetler ile üyelerle proje oluşturup sonuçlandırmak gibi diğer faaliyetleri içermektedir. Odaların bu faaliyetler dışında üye araştırması, üye bağlılığı veya üye algısı gibi hususlara ve bu hususlara bağlı herhangi faaliyetlere neredeyse hiç yer vermedikleri görülmüştür. Aslında bunun temel sebebinin belki de odaların üye kaybı yaşamama korkusu taşımamalarından kaynaklandığı ifade edilebilir. Çünkü üyeler yasal zorunluluk gereği odalara üye olmakta ve üye aidatlarını ödemektedirler. Odaların üyelere yönelik faaliyetleri de dâhil olmak üzere tüm faaliyetleri yasal olarak belirlendiğinden söz konusu durumun ortaya çıktığı iddia edilebilir. Öte yandan her ne kadar odalar yasalara bağlı olarak hareket etmek durumunda olsa da kendi içlerinde özerklik alanları da mevcuttur. Bu özerklik alanı odalara yürüttükleri faaliyetlerde kaliteyi yükseltme şansını da vermektedir. Bu bağlamda kalite, üye tatminini ve memnuniyetini artırmayı amaçlayan odaların faaliyetleri nispeten farklılaşabilmektedir. Örneğin odalardan bazıları üye eğitimi faaliyetlerine veya üye memnuniyetine sık sık vurgu yaparken, diğer bazıları politikalarında bu hususlara değinememektedir. Odaların üye yönetimi politikaları ve faaliyetleri arasındaki farklılıkların temelinde bu hususun yattığını ileri sürmek mümkündür. Özellikle akredite olma amacı taşıyan veya akredite olmuş odaların üyelere ve üye gelişimine yönelik faaliyetlere vurgusunun daha açık olduğu görülmektedir.

Çalışmanın ikinci araştırma sorusu üye ilişkileri yönetimi kapsamındaki faaliyetlerin nasıl uygulandığıdır. Faaliyetlerin uygulanma biçimini şekillendiren unsurların oda görev ve hizmetlerinin yasallığı ile üyelere gelen istek, talep, öneri ve şikâyetler olduğu iddia edilebilir. Şekillenen faaliyetlerin üye yönetimi ilkeleri de göz önüne alınarak doğru, dürüst, hızlı, adil vb. iletişim biçimleri tercih edilerek yürütüldükleri görülmektedir. Bu durumda doğal olarak oda personelinin etkilemektedir. Odalar, faaliyetlerini amaçlanan yönde uygularken

personelinin ahlaklı çalışmasına, nitelik kazanmasına ve eğitilmesine ayrı önem vermektedir. Faaliyetlerin uygulanma biçimine yönelik odalar tarafından en sık değinilen hususun üyelerin istek, talep, öneri ve şikâyetleri olduğu belirtilebilir. Hatta birkaç üyenin sistematik olarak üyelere yönelik anketler uygulayarak durum değerlendirmesi yaptıkları ve buna bağlı olarak eylem planları oluşturdukları görülmektedir. Bu tarzı tercih eden odaların katılımcı, demokratik ve güncel faaliyetleri benimsedikleri ifade edilebilir.

Çalışmanın son sorusu üye ilişkileri yönetimi kapsamındaki faaliyetlerin yürütülmesinde bilişim ve teknolojiyen yaralanma düzeyi ile ilgilidir. Odaların bu kapsamda basit düzeyde bilişim araçlarından yararlandıkları görülmektedir. Bunlar arasında üyeler ile iletişim amaçlı olarak sms, sosyal medya ve telefon gibi araçların sıkça kullanıldığı ifade edilebilir. Sözü edilen araçlarda cenaze, eğitim, etkinlik ya da farklı konularda duyurular yapılabilmekte ve üyelerle iletişim sağlanabilmektedir. Diğer yandan teknoloji odaklı sistemlere değinen ve çağın gerekliliklerine uygun daha çağdaş araçların kullanılmasına vurgu yapan odalar da bulunmaktadır. Bu teknolojiler arasında ön plana çıkan iki sistemin olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki üye memnuniyet sistemi diğeri ise kalite yönetim sistemidir. Üye memnuniyet sistemi üyelere gelen her türlü istek, talep, öneri ve şikâyetlerin derlendiği ve üye yönetim faaliyetlerine girdi teşkil eden bir sistem olarak göze çarpmaktadır. Bu sistemde üyelere ait bilgiler bulunmakta ve üyeler istenilen zamanda takip edilebilmektedir. Bu sistemlerin dışında web sitesi kurulması yönteminin odalar tarafından sıkça tercih edildiği de görülmektedir. Genel olarak sınırlı sayıda odanın gelişmiş bilişim ve teknoloji araçlarından yararlandığı ya da yaralanma arzusu içinde olduğu, fakat aksine büyük bir kısmının bilişim ve teknoloji araçlarından yalnızca basit düzeyde yararlandıkları ifade edilebilir.

Her ne kadar bu çalışmada tanımlayıcı niyetle odaların üye ilişkileri yönetimi kapsamındaki faaliyetleri sorgulansa da çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. Çalışmada odaların sadece web sitelerinde paylaşmış oldukları açıklamalar (metinler) incelenmiştir. Ancak teorik açıklamalar ve pratik uygulamalar arasında farklılıklar olabilir ve bu durum çalışmanın kısıtlarından biri olarak değerlendirilebilir. Bir diğer kısıt bu çalışmanın Sanayi ve Ticaret Odaları özelinde yürütülmüş olmasıdır. Kar amacı gütmeyen diğer örgütleri kapsamayan bu çalışmanın bulguları, tam anlamıyla genelleştirme imkânı vermemektedir. Son olarak bu çalışma bağlamında yalnızca üye ilişkileri yönetimi faaliyetlerine odaklanılmıştır. Odaların tüm faaliyetlerini içermeyen bu çalışma, odaların diğer faaliyetlerini açıklamadan yoksun olduğu için sınırlı olarak değerlendirilebilir. Gelecek çalışmalarda bu bağlamda tüm oda faaliyetlerini inceleyen tasarımların yapılması araştırmacılar için önerilebilir. Bununla birlikte doküman incelemesinin yanı sıra mülakat soruları oluşturularak örnek olay tarzında çalışmaların tasarlanması, teorik ve pratik arasındaki ayrımı da gözleme şansı vereceğinden faydalı olabilecektir. Yine benzer şekilde bu tarz çalışmaların diğer kar amacı gütmeyen örgütleri de içerecek şekilde genişletilmesi, kar amacı gütmeyen örgütlerin üye ilişkileri yönetim kapsamındaki faaliyetleri daha iyi anlama da yararlı olabilecektir.

Kaynakça

- Akgün, V. Ö. ve Çini, M. A. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde işletmelerin inovasyon kümesinin pazarlama ve yönetim perspektifinden değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 377-395. <https://doi.org/10.52642/susbed.929910>.
- Arulchelvan, S. (2014). New media communication strategies for election campaigns: Experiences of Indian political parties. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4(3), 124-142. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2478>.
- Bailey, K. ve Breslin, D. (2021). The COVID-19 pandemic: what can we learn from past research in organizations and management?. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 3-6. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12237>.
- Bourne, L. (2011). Advising upwards: managing the perceptions and expectations of senior management stakeholders. *Management Decision*, 49(6), 1001-1023. <https://doi.org/10.1108/00251741111143658>.
- Castelo Branco, M. ve Lima Rodrigues, L. (2007). Positioning Stakeholder Theory within the debate on corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1). Retrieved from <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/25388>.
- Davis, P. S., Allen, J. A. ve Dibrell, C. (2012). Fostering strategic awareness at an organization's boundary. *Leadership & Organization Development Journal*, 33(4), 322-341. <https://doi.org/10.1108/01437731211229287>.
- Dervitsiotis, K. N. (2003). Beyond stakeholder satisfaction: Aiming for a new frontier of sustainable stakeholder trust. *Total Quality Management & Business Excellence*, 14(5), 515-528. <https://doi.org/10.1080/1478336032000053555>.
- Duffy, M. E. ve Thorson, E. (2009). *Emerging trends in the new media landscape*. J. C. Parker ve E. Thorson (Ed.), Health communication in the new media landscape (s. 93-116) içinde. New York, Springer.
- Dutta, S. ve Evrard, P. (1999). Information technology and organisation within European small enterprises. *European Management Journal*, 17(3), 239-251. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(99\)00003-1](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(99)00003-1).
- Freeman, E. ve Moutchnik, A. (2013). Stakeholder management and CSR: questions and answers. *uwf UmweltWirtschaftsForum*, 21(1), 5-9. , <https://doi.org/10.1007/s00550-013-0266-3>.
- Grawitch, M. J., Gottschalk, M. ve Munz, D. C. (2006). The path to a healthy workplace: A critical review linking healthy workplace practices, employee well-being, and organizational improvements. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 58(3), 129. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1065-9293.58.3.129>.
- Grönroos, C. (1994). From Scientific Management to Service Management: A Management Perspective for the Age of Service Competition. *International Journal of Service Industry Management*, 5(1), 5-20. <https://doi.org/10.1108/09564239410051885>.
- Gruen, T. W., Summers, J. O. ve Acito, F. (2000). Relationship marketing activities, commitment, and membership behaviors in professional associations. *Journal of Marketing*, 64(3), 34-49. <https://doi.org/10.1509%2Fjmk.64.3.34.18030>.
- Holifield, R. ve Williams, K. C. (2019). Recruiting, integrating, and sustaining stakeholder participation in environmental management: A case study from the Great Lakes Areas of Concern. *Journal of Environmental Management*, 230, 422-433. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.09.081>.

- Humphrey, R. H., Pollack, J. M. ve Hawver, T. (2008). Leading with emotional labor. *Journal of Managerial Psychology*, 23(2), 151-168. <https://doi.org/10.1108/02683940810850790>.
- Johansen, P. (1995). Where's the meaning and the hope? Trends in employee publications. *Journal of Popular Culture*, 29(3), 129-138. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1995.00129.x>.
- Karl, K. A. ve Sutton, C. L. (1998). Job values in today's workforce: A comparison of public and private sector employees. *Public Personnel Management*, 27(4), 515-527. <https://doi.org/10.1177/009102609802700406>.
- Keffer, J. M. ve Hill, R. P. (1997). An ethical approach to lobbying activities of businesses in the United States. *Journal of Business Ethics* 16(12), 1371-1379. <https://doi.org/10.1023/A:1005722806496>.
- Ko, E., Kincade, D. ve Brown, J. R. (2000). Impact of business type upon the adoption of quick response technologies–The apparel industry experience. *International Journal of Operations & Production Management*, 20(9), 1093-1111. <https://doi.org/10.1108/01443570010339172>.
- Kumar, V. ve Reinartz, W. J. (2006). *Customer relationship management: A databased approach*. Hoboken: Wiley.
- Linden, S. (2015). *Job expectations of employees in the millennial generation* (Doktora Tezi). Erişim adresi: <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/1411/>.
- Lozano, R. ve von Haartman, R. (2018). Reinforcing the holistic perspective of sustainability: Analysis of the importance of sustainability drivers in organizations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 508-522. <https://doi.org/10.1002/csr.1475>.
- Macassa, G., McGrath, C., Tomaselli, G. ve Buttigieg, S. C. (2021). Corporate social responsibility and internal stakeholders' health and well-being in Europe: a systematic descriptive review. *Health Promotion International*, 36(3), 866-883. <https://doi.org/10.1093/heapro/daaa071>.
- Nadler, D. A. (1981). Managing organizational change: An integrative perspective. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 17(2), 191-211. <https://doi.org/10.1177/002188638101700205>.
- O'Neil, J. (2009). Linking public relations tactics to long-term success: An investigation of how communications contribute to trust, satisfaction, and commitment in a nonprofit organization. *Journal of Promotion Management*, 14(3-4), 263-274. <https://doi.org/10.1080/10496490802623358>.
- Özgen, H. ve Türk, A. G. M. (1996). Kâr amacı gütmeyen örgütlerde yönetim. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 177-185. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4360/59627>.
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on gaining competitive advantage through customer value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 154-161. <https://doi.org/10.1007/BF02894351>.
- Paswan, A. K. ve Troy, L. C. (2004). Non-profit organization and membership motivation: An exploration in the museum industr. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(2), 1-15, <https://doi.org/10.1080/10696679.2004.11658515>.
- Payne, A. ve Frow, P. (2006). Customer relationship management: from strategy to implementation. *Journal of Marketing Management*, 22(1-2), 135-168. <https://doi.org/10.1362/026725706776022272>.
- Peslak, A. R. (2005). The importance of information technology: An empirical and longitudinal study of the annual reports of the 50 largest companies in the United States. *Journal of Computer Information Systems*, 45(3), 32-42. <https://doi.org/10.1080/08874417.2005.11645841>.

- Phillips, R. (2003). *Stakeholder theory and organizational ethics*. California: Berrett-Koehler Publishers.
- Post, J. E., Preston, L. E. ve Sauter-Sachs, S. (2002). *Redefining the corporation: Stakeholder management and organizational wealth*. California: Stanford University Press.
- Rahmati, V., Darouian, S. ve Ahmadiania, H. (2012). A review on effect of culture, structure, technology and behavior on organizations. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(3), 128-135. Erişim adresi: <http://www.ajbasweb.com/old/ajbas/2012/March/128-135.pdf>.
- Samant, S. M. ve Sangle, S. (2016). A selected literature review on the changing role of stakeholders as value creators. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 13(2), 100-119. <https://doi.org/10.1108/WJSTSD-01-2016-0002>.
- Saskia Bayerl, P., Jacobs, G., Deneff, S., van den Berg, R.J., Kaptein, N., Birdi, K., ... Vonas, G. (2013). The role of macro context for the link between technological and organizational change. *Journal of Organizational Change Management*, 26(5), 793-810. <https://doi.org/10.1108/JOCM-05-2013-0076>.
- Schroth, L. ve Hody, B. J. (2020). The business case for moving to electronic documentation. *Professional Safety*, 65(10), 39-47. Erişim adresi: https://aesseincludes.asp.org/professionalsafety/pastissues/065/10/F3SchrothHody_1020.pdf?_ga=2.268294471.87754933.1605630876-1778678882.1574820238.
- Strauss, J. ve Hill, D. J. (2001). Consumer complaints by e-mail: an exploratory investigation of corporate responses and customer reactions. *Journal of Interactive Marketing*, 15(1), 63-73. [https://doi.org/10.1002/1520-6653\(200124\)15:1%3C63::AID DIR1004%3E3.0.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1520-6653(200124)15:1%3C63::AID DIR1004%3E3.0.CO;2-C).
- Toker, A. ve Kankotan, E. İ. (2008). Member relationship management in nonprofit organizations: The case of an alumni organization. *International Marketing Trends Conference*, 7, Venice, Italy. Erişim adresi: https://www.academia.edu/454271/Member_Relationship_Management_In_Nonprofit_Organizations_The_Case_of_An_Alumni_Organization.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu (2004). *Resmi Gazete* 5174, 5(43), Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/06/20040601.htm>.
- Wang, R. (2021). Organizational commitment in the nonprofit sector and the underlying impact of stakeholders and organizational support. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 33, 538-549. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00336-8>.
- Yılmaz, H., Yalçın, E. ve Demiral, Y. M. (2017). The effects of music on restaurant customers: A descriptive study. *International Gastronomic Tourism Congress*, 3, İzmir. Erişim Adresi: https://www.academia.edu/35958327/3rd_International_Gastronomic_Toursim_Congress.
- Zhou, T., Lu, Y. ve Wang, B. (2009). The relative importance of website design quality and service quality in determining consumers' online repurchase behavior. *Information Systems Management*, 26(4), 327-337. <https://doi.org/10.1080/10580530903245663>.

Extended Abstract

Purpose

In current study, it is aimed to determine what kind of activities the Chambers of Commerce and Industry include within the scope of member relations management and to examine how the related activities are implemented. In addition, determining the level of use of information technologies in this process is the other aim of the study. In this context, answers were sought to the questions of what practices the Chambers of Commerce and Industry include within the scope of member relations management, how they manage the aforementioned activities, and how and to what extent they benefit from information technologies while carrying out these activities.

Design and Methodology

A research was designed for the purpose of the study and qualitative methods were used in the relevant process. In this direction, the texts that were shared publicly under the headings of "member relations management policies and practices" on the websites of the Chambers of Commerce and Industry within the scope of secondary data were examined by document analysis technique. It has been observed that there are 181 Chambers of Commerce and Industry affiliated to the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey in 2022, but only 54 of them share information on member relations management policies and practices on their websites. After examining all the texts, it was observed that 1 text was heavily spelled and therefore far from intelligible. It was seen that 10 texts were exactly the same with each other. In order to increase the quality of the data, only 1 out of 10 texts was included in the research. After removing the erroneous text and the other 9 texts, it was decided that 44 texts were suitable for analysis. Therefore, the sample of the research consists of 44 texts. The aforementioned texts were downloaded from the websites of the Chambers of Commerce and Industry and converted into "pdf" format, and each of them was named with codes as "T1, T2...,T44". The relevant texts were analyzed in the context of the themes created depending on the research questions. In the process carried out through the Maxqda program, themes within the scope of member relations management and categories and sub-categories related to these themes were created for each of the three research questions. While creating the category and sub-categories, first the basic coding and then the sensitive coding processes were carried out meticulously. Then, the texts were analyzed and interpreted in detail in the context of the aforementioned theme, category and sub-categories.

Findings

Findings reveal there are two types of activities within the scope of member relations management as member management services and member improving services. Member management services include developing member relations, lobbying, member registration, monitoring and control activities, and other activities such as protecting rights and interests of members. On the other hand, services for member improving include initiatives, incentives and support for projects, consultancy and technical activities to increase participation and member training, and other activities such as creating and finalizing projects with members. It has been observed chambers almost never give place to issues such as member research, member loyalty or member perception. In fact, the main reason for this may be that chambers do not have fear of losing members. It can be stated factors such as legality of the duties and services of chamber, which shape the way activities are implemented, and the requests, demands, suggestions and complaints from the members come to the fore. Taking into account the member management principles, it is seen that activities carried out by preferring communications styles such as correct, honest, fast or fair. In this case, it naturally affects the chambers' staff. Most frequently mentioned issue by chambers regarding the implementation of activities is the members' requests, demands, suggestions and complaints. Another finding is related to the level of benefit from

information technologies in chambers. In this context, it is seen that the chambers benefit from only simple information tools. Among these tools, sms, social media and telephone are frequently used for communication with members. In mentioned tools, announcements can be made on funerals, trainings, events or different subjects. On the other hand, there are also chambers focus on technology-oriented systems. Two systems that stand out among these technologies are member satisfaction system and quality management system.

Research Limitations

Although the activities of the chambers within the scope of member relations management are questioned in this study with descriptive intent, there are also some limitations of the study. In the study, only the documents (texts) shared by the chambers on their websites were examined. However, there may be differences between theoretical explanations and practical applications, and this can be considered as one of the limitations of the study. Another limitation is that this study was carried out specifically for the Chambers of Industry and Commerce. The findings of this study, which does not include other non-profit organizations, do not allow to generalize fully. Finally, in the context of this study, only member relations management activities are focused. This study, which does not include all the activities of the chambers, can be considered limited as it is devoid of explaining the other activities of the chambers.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

Due to the limited explanation of other activities of chambers in current sturdy, it may be recommended for researchers to make designs that examine all chambers' activities in future studies. However, in addition to document analysis, designing case studies by creating interview questions may be beneficial as it will give the chance to observe the distinction between theory and practice. Similarly, expanding such studies to include other non-profit organizations may also be helpful in better understanding the activities of non-profit organizations within the scope of member relations management.

Originality/Value

The knowledge of the Chambers of Commerce and Industry will not only serve as a helpful guide to the chambers on member relations management, but also contribute to a better understanding of the activities of chamber both by the members and the society. In addition, it is expected that the study will contribute to the literature of member relations management and management information systems, and to all associations, chambers or similar public institutions related to member relations management at a practical level. Especially since the member relations management literature is in a very shallow position (Guren, Summers and Acito, 2000, s. 34), the intention of the study to guide future studies theoretically seems valuable.

Araştırmacı Katkısı: Osman USLU (%100).