

JOBS

İşletme Bilimi Dergisi

2022

Cilt:10 Sayı:1



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

JOBS

İşletme Bilimi Dergisi
The Journal of Business Science

Sakarya Üniversitesi / Sakarya University
İşletme Fakültesi / Sakarya Business School

i

Cilt/Volume : 10
Sayı/Issue : 1
Yıl/Year : 2022

ISSN: 2148-0737

DOI: 10.22139/jobs

İNDEKS BİLGİLERİ/ INDEXING INFORMATION



ii



Kurucu Sahip/Founder

Prof. Dr. Gültekin YILDIZ

İmtiyaz Sahibi / Owner

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ

Editör / Editor

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT

Editör Yardımcıları / Assoc. Editors

Prof. Dr. Mustafa Cahit UNGAN

Arş. Gör. Dr. Özgün ÜNAL

Mizanpaj Editörü / Layout Editor

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AMARAT

Danışma Kurulu/Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent SEZEN	Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Erman COŞKUN	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet BARCA	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Neşet HİKMET	South Carolina Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ	İstanbul Şehir Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Recai COŞKUN	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin KARABINAR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Sıdıka KAYA	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Türker BAŞ	Galatasaray Üniversitesi
Doç. Dr. Surendranath Rakesh JORY	Southampton Üniversitesi

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ
Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Prof. Dr. Mustafa Cahid UNGAN
Arş. Gör. Dr. Özgün ÜNAL

Sekreteryaya / Secreteria

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan DURMUŞ
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AMARAT

iv

Dergimize yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin yazımında etik ilkelere uyulduğu ve yazarların ilgili etik kurulundan gerekli yasal onayları aldığı varsayılmaktadır. Bu konuda sorumluluk tamamen yazarlara aittir. İşletme Bilimi Dergisi'nde yer alan makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

It is assumed that the articles submitted for publication in our journal are written in ethical principles and the authors have obtained the necessary legal approvals from the relevant ethics committee. The responsibility of this matter belongs to the authors. Scientific responsibility for the articles belongs to the authors themselves. Published articles could be cited in other publications provided that full reference is given.

İşletme Bilimi Dergisi; www.dergipark.gov.tr/jobs Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi jobs@sakarya.edu.tr Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan/SAKARYA

Hakemler/ Reviewers

İşletme Bilimi Dergisi

2022

Cilt:10 Sayı:1

Prof. Dr. Abdullah Naralan	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Prof. Dr. Adem Öğüt	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan Akın	Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Bardakçı	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Vecdi Can	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Taş	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Aykut Hamit Turan	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe İrmış	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Şahin	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Topal	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Zafer Erdoğan	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Candan	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Burhanettin Zengin	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Cavit Yeşilyurt	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Cemal İyem	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Cemal Sezer	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Durmuş Acar	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Ekrem Tatoğlu	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Engin Dinç	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan Kaygın	Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan Erdemir	Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Erman Coşkun	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk Anıl Konuk	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih Ertaş	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Ferudun Kaya	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Fikret Çankaya	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Gültekin Yıldız	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Gülten Gümüştekin	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Halit Keskin	Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Haluk Bengü	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Ayyıldız	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Latif	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Tutar	Eskişehir Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Haydar Sur	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Himmet Karadal	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. İsmet Hakkı Eraslan	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. İsmet Şahin	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal Can Kılıç	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Kıymet Çalıyurt	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Kubilay Özyer	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Adak	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Akif Çukurçayır	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Aygün	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Barca	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Saraç	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sarıışık	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Selami Yıldız	Düzce Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Prof. Dr. Mehmet Ünsal Memiş	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mesut Çimen	Acıbadem Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin Halis	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Musa Özata	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Başaran Öztürk	Niğde Üniversitesi
Prof. Dr. Nazan Günay	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet Şensoy	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nejat Bozkurt	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Sarıkaya	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Niyazi Kurnaz	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Nuran Cömert	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Işık	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan Batman	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Torlak	Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Ötügen Senger	Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Özgür Uğurluoğlu	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan Erdem	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Recai Coşkun	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Recep Pekdemir	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi Altunışık	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ruziye Cop	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin Karabınar	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Selman Aziz Erdem	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Semra Boran	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Serap Benligiray	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Serap İncaz	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Özkan	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Sıdika Kaya	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Sima Nart	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Suayyip Çalış	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir Sakarya	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki Özgener	Nevşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Şuayip Özdemir	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer Uğur	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Tuncay Yılmaz	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Türker Baş	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit Gücenme Gençoğlu	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Ümmühan Aslan	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Vasfi Haftacı	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar Kabatas	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız Özerhan	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Çelik	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Abdurrahman Benli	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Akbıyık	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Baltacı	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Sağır	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Yağmur Ersoy	Sakarya Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

İşletme Bilimi Dergisi

2022

Cilt:10 Sayı:1

Doç. Dr. Aşkın Özdağoğlu	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Behçet Yalın Özkara	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Bora Yenihan	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Bora Yıldız	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Buket Bora Semiz	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Adıgüzel Mercangöz	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Aydın Yılmaz	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Derya Ergun Özler	Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Ebru Demirci	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Ece Armağan	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan ÖZTÜRK	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Özkul	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Özsoy	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Emre Yıldırım	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih Geçti	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih Şantaş	Bozok Üniversitesi
Doç. Dr. Ferda Alper Ay	Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Fuat Man	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Gökçe Cerev	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Gülcan Şantaş	Bozok Üniversitesi
Doç. Dr. Gülfen Tuna	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Hacı Mehmet Yıldırım	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Murat Arslan	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Tunahan	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Harun Kırılmaz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Hayrettin Zengin	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Kazım Ozan Özer	Nişantaşı Üniversitesi
Doç. Dr. Kurtuluş Kaymaz	Bursa Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Koray Tuan	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi Mustafa Şen	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Mahmut Hızıroğlu	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Ali Alan	Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Altınöz	Havettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Han Ergüven	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Metin Reyhanoğlu	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Doç. Dr. Muammer Mesci	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Musa Said Döven	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Babadağ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Kemal Demirci	Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Müjdat Özmen	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Nesrin Akca	Kırıkkale Üniversitesi
Doç. Dr. Nevran Karaca	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Nihal Sütütemiz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Orhan Kandemir	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Uslu	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Okan Fettahlioğlu	Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Önder Büberkökü	Van Yüzüncüyıl Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Balaban	Sakarya Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Doç. Dr. Ramazan Aksoy	Bülent Ecevit Üniversitesi
Doç. Dr. Recep Yılmaz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Safiye Sencer	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Samet Güner	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Seçil Taştan	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Sedat Bostan	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Sema Ülkü Akpınar	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Selami Özcan	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Sema Polatçı	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç. Dr. Sema Yiğit	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Senay Yürür	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan Deniz	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan Şengül	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Şerife Subaşı	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr. Şevki Ulama	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Şuayyip Doğu Demirci	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Sinan Esen	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Tansel Hacıhasanoğlu	Bozok Üniversitesi
Doç. Dr. Taşkın Kılıç	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Umut Koç	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Vahit Yiğit	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Umut Sanem Çiftçi	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Doç. Dr. Ümit Alnaçık	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Yasemin Özdemir	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin Şehitoğlu	Yıldız Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus Emre Öztürk	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi A. Mohammed Abubakar	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abit Balın	İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Özgür Karagülle	İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Kar	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Coşkun	Boğaziçi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Yılmaz	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Algın Okursoy	Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alper Kurnaz	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Cesur	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Serhateri	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aydoğan Durmuş	İstinye Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aynur İncekırık	Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Barış Aksoy	Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Behçet Yalın Özkara	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Berna Eren	Acıbadem Üniversitesi,
Dr. Öğr. Üyesi Ceren Giderler Atalay	Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dilek Özceylan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Özlem Bilgin	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emre Oruç	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ersin İrk	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra Dil	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gamze Bozkurt	Sakarya Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Mumcu Küçükçaylı	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Budak	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fırat Altınkaynak	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Filiz Konuk	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fuat Yalman	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Füsun Küçükbay Gökalp	Celal Bayar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Gürler	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim Cebeci	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Taha Dursun	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İrfan Usta	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsa Demirkol	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Şimşir	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mihriban Cindiloğlu	Hitit Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Metin Bayram	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Cankaya	Hitit Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Musa Said Döven	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan Erkan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Yıldırım	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Ayanoglu	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Doğdubay	Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Yıldırım	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nermin Akyel	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurperihan Tosun	Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan Öztürk	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Onur Dirlik	Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özer Uygun	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Pınar Memiş Sağır	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Rojan Gümüş	Dicle Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sedat Durmuşkaya	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Selma Kılıç Kırılmaz	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sema Yiğit	Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih Okutan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semra Boğa	Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Serap Taşkaya	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sümeyra A. Danuşman	Mevlana Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şevki Ulama	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şule Yıldız	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tarık Semiz	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tayfun Yılmaz	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuncay Turaboğlu	Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zülküf Çevik	Sakarya Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Aykut Yılmaz	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Hüseyin İskender	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. İlker Calayoglu	Okan Üniversitesi
Dr. Duygu Ürek	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Seda Aydan	Hacettepe Üniversitesi
Dr. Elif Elçin Günay	Sakarya Üniversitesi
Dr. Mustafa Koç	Sakarya Üniversitesi

İşletme Bilimi Dergisi
2020
Cilt:8 Sayı:1

Hakemler/ Reviewers

Dr. Ahmet Karakiraz

Sakarya Üniversitesi

X

Değerli Bilim İnsanları,

İşletme Bilimi Dergisi

2022

Cilt:10 Sayı:1

İşletme Bilimi Dergisinin 2022 yılının ilk sayısı olan Cilt 10 Sayı 1'i sizlere sunmaktan gurur duyuyoruz. İşletme Bilimi Dergisi yayına hayatına başladığı 2013 senesinden bugüne kadar Modern İşletmeciliğin çeşitli disiplinlerinde onlarca makale ile İşletme Bilimine katkı sunmuş olup, bundan sonraki sayılarında da aynı hedefi benimsediğimizi bildirmek isteriz.

2019 yılının sonunda ortaya çıkan ve tüm dünyamızı etkisi altına alan COVID-19 pandemisi etkili ve verimli mal/hizmet üretimini oldukça güçleştirmiştir. Salgın hastalıklar tahmin edilemez bir yapıya sahiptir. COVID-19 pandemisi de salgın hastalıkların doğasına uygun olarak Aralık 2019'da ortaya çıkmış olup oldukça hızlı bir şekilde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Dünya genelinde ülkeler COVID-19 ile mücadele için çeşitli önlemler almıştır. Bunlar okulların kapatılması, maske kullanım zorunluluğu, sosyal mesafe kuralı, seyahat kısıtlamaları, kapalı alanların (restoran, kafe, alışveriş merkezi vb.) kullanımının yasaklanması, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, zorunlu karantina ve sosyal izolasyon uygulamaları şeklinde örneklendirilebilir. Bu önlemler COVID-19'un yayılmasını kontrol altına alma konusunda önemli etkilere sahiptir. Ancak bu önlemlerin birçok sektörü olumsuz şekilde etkilemesi de kaçınılmaz bir sonuç olmuştur.

Günümüzde gelinen nokta itibariyle Türkiye'de ve dünya genelinde pandemi öncesi günlere dönüş çalışmaları devam etmekte olup, kademeli normalleşme çalışmaları devam etmektedir. Bu bağlamda işletmelerin de faaliyetlerinde eski normale dönmeye devam ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda İşletme Bilimi Dergisi olarak işletmecilik alanında yaşanacak her türlü değişim ve gelişimi dergimizde yayınlanacak makaleler ile siz değerli okurlarımıza aktarmak ve işletmecilik alanına katkı sunmaya devam edeceğimi ifade etmek isteriz.

Dergimizin bu sayısı da işletmeciliğin farklı disiplinlerinde değerli bilim insanlarının kıymetli çalışmalarıyla zengin bir içerik sunmaktadır. Bu sayımızda göndermiş oldukları makaleler ile dergimize katkı sağlayan tüm yazarlarımıza, dergimize gönderilen makalelerin değerlendirilmesi için kıymetli vakitlerini ayıran saygıdeğer hakemlerimize ve makalelerin dergide yayınlanmaya hazır hale gelmesi için yoğun bir gayret gösteren editör kurulumuz ve dergi sekreteryamıza teşekkürlerimi sunarım. Dergimizin okurlarımız ve bilim insanlarına faydalı olması dileklerle sonraki sayılarımızda işletmeciliğin güncel çalışmalarını bilim dünyasının hizmetine sunmak için siz değerli bilim insanları ve araştırmacıların katkılarını bekliyoruz.

Saygılarımızla...

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Editör

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2022 Cilt (Vol.) 10 Sayı (No) 1

Araştırma Makaleleri/Research Articles

- Tüketici Kişilik Yapısının Marka Nefreti Üzerine Etkisi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama**
The Effect of Consumer Personality on Brand Hate: An Application on Football Fans 1-31
Melis ÖZEL ve Yusuf ÖCEL
- Borsa İstanbul'da İşlem Gören Şirketlerde Pay Senedi Fiyatı Ve Borsa Performans Oranları İlişkisi: İşlem Hacmi En Yüksek Şirketlerde Bir Uygulama**
The Relationship Between Stock Prices and Stock Market Performance Ratios in Companies Trading on Borsa Istanbul: An Application in Companies with The Highest Trading Volume 33-56
Bilgehan TEKİN ve Seda Nur BASTAK
- Değişim Yorgunluğunun İş Motivasyonuna Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma**
The Effect of Change Fatigue on Work Motivation: A Research on Healthcare Workers 57-85
Özer ARIK, Yunus Emre ÖZTÜRK ve Müjdat YEŞİLDAL
- Sorum Bildirme Niyeti İle Psikolojik Güvenlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
A Research to Investigate the Relationship Between Whistleblowing Intention and Psychological Safety 87-112
Burak BORULU ve Canan Nur KARABEY
- İnternet Bağımlılığı Ve Depresyon İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama**
The Relationship of Internet Addiction and Depression: An Application on University Students 113-131
Ali YILMAZ, Ahmet KAR, Mustafa KAYA ve Aysun KANDEMİR TÜRE
- Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Ve Muhasebe Meslek Mensuplarına Etkilerinin Covid-19 Pandemi Döneminde İncelenmesi**
Effe Investigation of the Effects of Digitalization On Accounting Professional and Accounting Professionals During the Covid-19 Pandemic Disease 133-162
Başak ŞITAK ve Mahmut YARDIMCIOĞLU

TÜKETİCİ KİŞİLİK YAPISININ MARKA NEFRETİ ÜZERİNE ETKİSİ: FUTBOL TARAFTARLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA¹

Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama

1

Melis ÖZEL

Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Bölümü

ozelmls@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-5959-8698

Doç. Dr. Yusuf ÖCEL

Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü

yusufocel@duzce.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4555-7035

ÖZ

Amaç: Bu çalışma tüketici kişilik yapısının marka nefreti üzerine etkisini ölçmek amacıyla yapılmıştır.

Yöntem: Araştırmanın evrenini Antalya ilinde ikamet eden 18 yaş ve üzeri futbol taraftarları oluşturmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, veriler çevrimiçi anket yöntemiyle elde edilmiştir. Toplamda 405 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen verilere frekans analizi, faktör analizi, regresyon analizi, farklılık analizleri uygulanmıştır.

Bulgular: Yapılan frekans analizi sonucunda en fazla nefret oranı Galatasaray taraftarlarının Fenerbahçe'ye karşı olduğu ortaya çıkmıştır. Nefret nedenlerinin ise genel olarak takım taraftarlarının kışkırtıcı davranışlarından olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda ise asi, bilge, vatandaş, kaşif ve bakıcı kişilik yapılarının marka nefreti üzerinde etkileri olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç: Genel olarak futbol taraftarlarında diğer futbol kulüplerine karşı nefret duygusunun olduğu söylenebilir. Bu durumun en büyük nedeni olarak kışkırtıcı davranışların olduğu anlaşılmıştır. En fazla marka nefret duygusunu içinde barındıran kişilik yapılarının ise asi ve bilge kişilik yapıları olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Marka nefreti, tüketici kişilik yapısı, arketip, futbol taraftarları

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Yusuf ÖCEL'in danışmanlığında Melis ÖZEL tarafından yazılan "Marka Nefreti ile Tüketici Kişilik Yapısı Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 27/09/2021

Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 01/02/2022

Kabul Tarihi/Accepted : 03/02/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Özel M. ve Öcel Y. (2022) Tüketici Kişilik Yapısının Marka Nefreti Üzerine Etkisi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 1-31.

THE EFFECT OF CONSUMER PERSONALITY ON BRAND HATE: AN APPLICATION ON FOOTBALL FANS

ABSTRACT

Aim: This study was conducted to measure the effect of consumer personality structure on brand hate.

Methods: The population of the research consists of football fans aged 18 and over residing in Antalya. Quantitative research method was used in the study and the data were obtained by online survey method. A total of 405 questionnaires were evaluated. The obtained data were analyzed using the SPSS package program. Frequency analysis, factor analysis, correlation analysis, regression analysis and difference analysis were applied to the obtained data.

Finding: As a result of the frequency analysis, it was revealed that Galatasaray fans had the highest rate of hatred against Fenerbahçe. It has been revealed that the reasons for hatred are generally the provocative behavior of the team supporters. As a result of the correlation analysis, it was revealed that the consumer personality structure, which is most related to the dimensions of brand hate, is rebellious and wise. As a result of the regression analysis, it was revealed that rebel, wise, citizen, explorer and caregiver personality structures have effects on brand hate.

Results: In general, it can be said that football fans have a feeling of hatred towards other football clubs. It has been understood that the biggest reason for this situation is provocative behaviors. It has been understood that the personality structures that contain the most brand hate are the rebellious and wise personality structures.

Keywords: Brand hate, consumer personality structure, archetype, football fans

I. GİRİŞ

Günümüzde tüketici davranışları alanında yapılan çalışmaların çoğunluğu tüketici isteklerini anlama üzerinedir. Ancak son zamanlarda yapılan çalışmalar tüketicilerin ne istediklerinin yanı sıra ne istemediklerinin de belirlenmesinin önem taşıdığını göstermektedir (Lee et al., 2009). Tüketiciler, markalarla veya işletme çalışanları ile değer uyumsuzluğu, kötü tecrübe, çevresel faktörler, beklentilerin karşılanmaması gibi etkenlerle birlikte markalara karşı olumsuz duygular beslemeyebilmektedir. Zaman içerisinde bu olumsuz duygular nefrete dönüşebilmektedir. Nefret duygusu, yalnızca bir bireye özgü değil, bir topluluğa, bir gruba yönelik de oluşabilmektedir (Zeki & Romaya, 2008).

Tüketici davranışlarına etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden biri de tüketicilerin kişilik yapılarıdır. Kişilik, bireylerin

davranış şekillerinin, duygularının, tutumlarının ve sahip olduğu yeteneklerinin karakteristik olarak diğer bireylerden ayrılan kendine özgü olan özelliklerinin tamamı olarak ifade edilmektedir (Norman, 1963). Özdevecioğlu'na göre (2002) kişilik, bireylerin doğuştan getirdiği özellikler ile sonradan sosyalleşme süreci ile edindiği özelliklerinin toplamıdır. Bireyler sosyal hayatlarında olduğu kadar satın alma ve satın alma sonrasında yaptıkları değerlendirmelerde de kişiliklerinin etkisi görülmektedir.

Spor araştırmaları yapan Nielson Sports adlı şirketin 2018 yılında yaptığı araştırma verilerine göre Türkiye nüfusunun %75'i futbola ilgi duymaktadır (BBC, 2018). Bu çerçevede taraftarlık, kişinin taraftar grubu ve/veya takım ile kurduğu ilişkinin etkisi ile marka nefreti kavramının araştırılmasında oldukça elverişli bir konudur (Çelik, 2019). Bu sebeple marka nefreti kavramının taraftarlık konusunda incelenmeye uygun bir kavram olduğu düşünülmektedir.

II. LİTERATÜR

2.1. Tüketici Kişilik Yapısı

Kişilik fiziksel ve psikolojik özelliklerin tamamı olarak kabul gördüğünden dolayı pazarlama alanı çalışanlarına göre, tüketicinin satın aldığı ürün ve markalar ile kişilik yapısı arasında yakın bir ilişki söz konusudur (Sönmez, 2019). Literatürde bulunan birçok çalışma kişilik özellikleri ile tüketici davranışları arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir (Yıldırım ve Pirende, 2019; Semiz, 2020). Bu düşünce ile tüketici kişilik yapısını sınıflandıran birçok teori ortaya atılmıştır. Genel olarak kişilik yapısı özellik yaklaşımına ve arketip yaklaşımına göre iki grupta incelenebilmektedir (Baştürk, 2009). Çalışmada arketip yaklaşımı üzerinde durulacaktır.

Arketip teriminin kelime anlamı; kalıp, şablon, ilk tip, kök örnek şeklinde ifade edilmektedir (Baştürk, 2009). Jung, arketiplerin insanlar doğmadan önce ortak bilinçdışında var olduğunu ve insanların kendi hayal güçleri ile arketipsel anlamlar yüklediklerini savunmaktadır (Akt. Tsai, 2006). Ortak bilinçdışı; soydan geçen özelliklerin ve evrimin ruhta bıraktığı izlerdir. İçeriğinde, ilk çağlardan evrensel duruma gelinmesine kadar geçen süreçlerde insanların karakteristik tepkilerinin bütünüdür (Serrican, 2015). Temel arketip yaklaşımı 12 arketipten oluşmaktadır. Bunlar; kral, sihirbaz, bakıcı, vatandaş, aşık, kaşif, asi, masum, bilge, kahraman, yaratıcı, soytarı şeklinde adlandırılmıştır. Her bir arketipin içeriğine aşağıda değinilmiştir.

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

Kral: Temelinde karışıklığı engellemek için kontrolü elde tutmanın gerektiği yer almaktadır (Kurultay, 2017; Şener, 2015). Bu arketipin içinde yüksek düzeyde hakimiyet sağlamak bulunmaktadır (Faber & Mayer, 2009). Bu arketip lider, ebeveyn, patron, politikacı, aristokrat, yönetici, rol model, sorumlu vatandaş ve hakem olarak kimlikleştirilebilmektedir (Kurultay, 2017). Güç ve kontrol etme duygularını sembolize etmektedir. Kral arketipine sahip tüketiciler için prestij, imaj ve statü çok önemlidir (Kurultay, 2017).

Sihirbaz: Bu arketipin temelinde, yapılan işlerin yönteminin çözümlenmesi ve süreçlerin işleyiş şekilleri bulunmaktadır (Kurultay, 2017). Doğallığı, varoluştan gelen gücü, başkalaşimleri ve dönüşümleri içinde barındırmaktadır (Faber & Mayer, 2009). Bu arketipin olumsuz yönü, çıkarıcılığıdır (Mark & Pearson, 2001). Bu arketipte sonuçlara kısa yoldan ulaşma niyeti bulunmaktadır. Örneğin, bir futbol takımında oynayan oyunculardan beklenen olağan dışı oyun stilleri örnek verilebilir.

Bakıcı: Bu arketipin temelinde, cömertlik, şefkat ve sevecenlik yer almaktadır. Genel anlamda özveriyi, fedakarlığı, besleyiciliği ve koruyuculuğu içinde barındırmaktadır (Faber & Mayer, 2009). Bakıcı arketipinin özünde iyilik yapmaktan duyulan mutluluk bulunmaktadır (Baştürk, 2009). Temel özellikleri olarak empati duyma, karşılıklı iletişim kurma, tutarlılık ve güven sıralanabilir (Mark & Pearson, 2001; Şener, 2015).

Vatandaş: Herkesin olduğu şekilde hayatta fark yaratabileceğini ve herkesin olduğu haliyle değerli olduğunu ifade etmektedir (Eren & Dal, 2019; Yılmaz, 2018). Vatandaş arketipinin genel özellikleri arasında, sıradan zevklere sahip olması, sıradan giyimli olması, toplumda bulunan kişilerin kelimelerini kullanarak konuşması yer almaktadır (Ayberk, 2014). Düzenli, sağlığına dikkat eden, kararlı; genelde samimi ve zaman zaman kadercik olmak diğer özellikleri arasındadır (Faber & Mayer, 2009).

Aşık: Temelinde her türlü insani sevgiyi, kutsal sevgiyi, ebeveyn sevgisini, dostluğu özellikle de romantizmi barındıran arketiptir (Mark & Pearson, 2001). Aşık arketipi, arkadaş, partner, yakın arkadaş, hayran, çöpçatan, eş, uzman, arabulucu, takım kurucu olarak tanımlanabilir (Kurultay, 2017). Bu arketipe sahip tüketiciler için özsaygı sevimlerinden kaynaklanan özel olma durumundan kaynaklanmaktadır. Aşık arketipi bulunan tüketiciler yalnızca iyi görünmek değil gerçekten yakışıklı ve güzel olmak için çabalamaktadırlar (Kurultay, 2017).

Kaşif: Temelinde, keşif ve tatmin arzusu bulunmaktadır (Faber & Mayer, 2009). Kaşif arketipinin amacı; daha özgün, daha tatmin edici daha

iyi bir yaşam sürmektir (Yılmaz, 2018). Bu arketip, keşfedici, bireysel, maceracı, seyyah, arayışçı, araştırmacı, yolcu olarak tanımlanabilir (Kurultay, 2017).

Asi: Genel olarak uyumsuz tutumlarda bulunan, var olan kurallara karşı gelen ve sıra dışı tavırlar sergileyen bir arketiptir (Eren & Dal, 2019). Bu arketipe sahip kişiler değişimi sağlamak için şaşırtıcı durumlar yaratma, var olan düzeni alt üst etme gibi davranışlarda bulunur (Şener, 2015). Genellikle intikamcı davranışlarda bulunabilmektedirler (Faber & Mayer, 2009). Asi arketipine sahip insanlar karakteristik olarak, radikal davranışları ve skandalları sevmektedirler (Baştürk, 2009). Bu arketipe sahip tüketiciler dominantlıktan ve dominantlığın getirisi olan kurallardan rahatsız olmaktadır (Kurultay, 2017).

Masum: Bu arketip çocukluğun bir yansımasıdır. Bu nedenle, genelde saf, doğal bir gençlik ve küçük çocuklar akla gelmektedir (Yakın, 2013). Melek kavramı ile özdeşleşmiştir. Asıl isteği, cennete gidebilmek, asıl amacı ise mutlu olabilmektir (Yılmaz, 2018). Gelenekselci yapıya sahiptir (Faber & Mayer, 2009). Bu arketip, ütopyacı, pollyanna, geleneksel, mistik, naif, hayalperest, romantik; olarak kimikleştirilebilmektedir (Eren & Dal, 2019).

Bilge: Temelinde, bilginin insanı özgürleştireceği düşüncesi bulunmaktadır (Eren & Dal, 2019). Bu arketip, filozof, uzman, öğretmen, ustalık, ermiş, bilim insanı olarak tanımlanabilir (Kurultay, 2017). Bu arketipe sahip tüketiciler bilmek için öğrenirler ve bilgiyi objektifliğin kıymetli bir parçası olarak görmektedirler. En kötü haliyle bilge tüketici dogmatik, ukala ve sabit fikirli; en iyi haliyle de orijinal düşünen ve gerçek bilgeliğin sahibi kişidir. Bilge tüketiciye ulaşmadaki en önemli unsurlardan birini güvenilirlik oluşturmaktadır (Kurultay, 2017).

Kahraman: Temelde, her zaman iyiye ulaşma ve önde olabilme çabasıdır (Baştürk, 2009). Genelde ilham kaynağı olabilme amacıyla zor görevleri üstlenirler (Faber & Mayer, 2009). Bu arketipin doğasında spor müsabakaları, savaş alanı, iş hayatı, sokaklar ve hareketin, enerjinin ve cesaretin bulunduğu yerler yer almaktadır. Bu arketip süper kahraman, asker, mücadeleci, kurtarıcı, savaşçı, rakip, takım oyuncusu ve şampiyon sporcu şeklinde kimikleştirilebilmektedir (Kurultay, 2017).

Yaratıcı: Temelde, bu arketip kalıcı değerler üretmenin, sanatçı kişiliğinin karşılığıdır (Faber & Mayer, 2009). Asıl isteği, değerli ve kalıcı eserler yaratmaktır (Yılmaz, 2018). Gerçeklik, otantiklik ve orijinallik bu arketipe sahip insanlar için en önemli kavramlardır. Yaratıcı arketipi

toplumsal kurallar uymayan, geleneklere uymayan, yenilikçi, müzisyen, hayalperest, sanatçı olarak kimlikleştirilebilmektedir (Kurultay, 2017).

Soytarı: Temelde, bu arketipe sahip insanlar tam anlamıyla eğlenerek hayatı yaşamak, anın tadını çıkarmak isterler. Amaçları, zamanlarını çok iyi geçirebilmektir (Yılmaz, 2018). Bu arketip, palyaçoğu, oyunu sevenleri ve üçkağıtçıyı içinde barındırmaktadır. Joker, budala, üçkağıtçı, yaramaz, eğlendirici, komedyen ve şakacı olarak kimlikleştirilebilmektedir (Kurultay, 2017).

2.2. Marka Nefreti

Tüketiciler ürün satın alırken sadece fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla değil, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla da hareket ederler. Bu açılarından, farklı anlamlar ifade eden ürünleri rakiplerden ayırt etmek markanın önemini arttırmaktadır. Tüketiciler markalar yardımı ile hakkında bilgi sağladıkları ürünleri deneyebilmekte ve bu ürünler hakkında olumlu veya olumsuz karar verebilmektedirler. Markadan memnun kalmadıkları zaman o markayı bir daha tüketmemeyi, marka hakkında çevresindekilere olumsuz söylemlerde bulunmayı, markayı şikayet etmeyi tercih edebilmektedirler (Yılmaz, 2005).

Bazı tüketiciler, topluluklara ait yerel markalar ile kendi aralarında bir bağ kurabilmektedir (Lee et al., 2009a). Bu bağ olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Gregoire ve Fisher'a (2008) göre sadık müşterilerin markaya karşı hissettikleri olumlu duygular ansızın kuvvetli bir şekilde markadan hoşlanmama gibi olumsuz bir duyguya dönüşebilmektedir. Literatürde bu durum marka nefreti olarak ifade edilmektedir.

Pazarlama yazınında marka nefreti kavramı, Sternberg'in geliştirdiği aşk ve nefret cetveli baz alınarak, marka nefreti ve markadan hoşlanmama gibi terimlerle adlandırılmaktadır (Akt. Örs & Yiğit., 2020). Marka nefreti, tüketicilerin markalara karşı negatif hislerinden biri olarak belirli bir markadan hoşlanmamaktan çok daha kuvvetli negatif bir duygu halidir (Balıkcıoğlu vd., 2019). Marka nefreti; daha önceden deneyimlenen olumsuzluklara, ahlaki uyuşmazlığa ve tüketici kişilik yapısı ile markanın uyuşmamasına bağlı olarak oluşabilmektedir (Hegner et al., 2017).

Krishnamurthy ve Küçük (2009) çalışmalarında, bazı tetikleyiciler sebebiyle oluşan marka nefreti sonucunda marka karşıtı, eylemci protesto yöntemlerine başvurabildiğini belirtmişlerdir. Örs ve Yiğit (2020) çalışmalarında, tercih ettikleri marka ile nefret etme seviyesine gelmiş tüketicilerde markadan intikam alma durumlarının geliştiğini ifade etmişlerdir. Bunlar sırasıyla marka ile ilgili etrafındaki kişilerle olumsuz

ağızdan ağıza iletişim (nWOM), markayı reddetme ve markanın ürün ve/veya hizmetlerine karşı bilinçli bir şekilde zarar verme eğilimi olarak adlandırılmıştır. Romani ve arkadaşları (2012) çalışmaları sonucunda, olumsuz deneyim yaşayan bireylerin şikayette bulunma, markaya karşı kampanyalara katılma gibi eylemler gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Balıkçioğlu ve Kıyak (2019) yapmış oldukları çalışma ile marka nefretinin sonucunda tüketicilerin, markadan kaçınmaya ve nWOM'a yönelmekte olduklarını belirtmişlerdir. Johnson ve arkadaşları (2011) çalışmalarında, marka karşıtı davranışların şikayet etmekten, üçüncü kişilere olumsuz deneyimlerin aktarımını yapmaya, hırsızlıktan, tehdit ve bilinçli olarak zarar verici eylemlerde bulunmak gibi yasa dışı eylemlere kadar çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Hegner ve arkadaşları (2017), marka nefretinin sonuçlarının nWOM, markadan kaçınma, intikam alma olabileceğini belirtmişlerdir. Zaranenollo ve arkadaşlarının (2016) yapmış oldukları çalışmalarında tüketicilerin olumsuz deneyim yaşadıkları markalara karşı kaçınma, şikayet, protesto, üçüncü kişilerle olumsuz deneyimleri paylaşma gibi eylemlerde bulunabilecekleri ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, marka nefretinin sonucunda ortaya çıkan davranışlar arasında en sık gözlemlenen "nWOM" olmuştur. Bunu takiben, "protesto", "şikayet" ve "kaçınma" gibi davranışlar da marka nefreti sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Olumsuz Ağızdan Ağıza İletişim (nWOM): Marka nefreti çıktılarında en önemlisi olan nWOM tüketicilerin, arkadaş çevresi, aile ve çevredeki diğer kişiler ile bir ürün hakkında yaptıkları olumsuz, ticari olmayan paylaşımlarıdır (Cheung & Lee, 2012). nWOM, olumlu ağızdan ağıza iletişime göre daha etkilidir ve daha güvenilir olduğuna inanılır (Yu et al., 2018). Yapılan bir araştırmada, memnun kalmayan bir müşterinin aldığı hizmetin kusurlu taraflarını çevresindeki 11 kişiye anlattığı ve bu 11 kişinin de bu olayı 5 kişiyle paylaştığı, (memnun kalmayan bir müşterinin toplamda 55 potansiyel müşteriyi olumsuz anlamda etkilediği) belirtilmiştir (Öztürk, 2008).

Kaçınma: Marka nefreti çıktılarında, tüketicilerin bilinçli olarak belli bir markayı tüketmeyi reddetmesi durumunu ifade eden markadan kaçınma davranışdır (Lee et al., 2009a). Markalar ile kurulan güçlü bağların yaşanan hayal kırıklıkları sonucunda, kinci yaklaşımları ve kaçınma davranışını tetiklediği, aynı zamanda bu eylemlerden pişmanlık duyulmayacağı düşünülmektedir (Demirağ & Çavuşoğlu, 2020). Yapılan çalışmalarda, vaatlerin yerine getirilmemesinin tüketicilerde marka kaçınmasına sebep olduğu belirtilmektedir. Marka kaçınmasına yol açan önemli durumlar, marka vaadinin fonksiyonel açıdan yetersiz, sembolik

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

8

açından uyumsuz veya sosyal açıdan sakıncalı olması şeklinde de ifade edilmiştir (Lee et al., 2009b; Chu & Chylinski, 2006). Kaplan ve arkadaşlarının (2011) yaptıkları çalışmada, deneyimsel, kimlik ve ahlaki marka kaçınmasına ek olarak, “pazarlama iletişimi kaynaklı kaçınma” boyutuna değinilmiştir. Pazarlama iletişimi kaynaklı kaçınma, tüketicilerin pazarlama sürecinde yer alan araçları veya sürecin tamamını itici olarak algılamasından kaynaklanan bir kaçınma türüdür. Tüketiciler, kendi kimlikleriyle uyuşmayan, yaşamlarına negatif anlam yükleyen veya geçmişte olumsuz deneyimler yaşadıkları markalardan kaçınabilmektedirler (Banister & Hogg, 2004; Hogg et al., 2000; Kleine et al., 1993; Patrick et al., 2002).

Şikâyet: Tüketici şikâyeti, bir kişi tarafından, bir ürün ile ilgili olumsuz bir şeyin, o ürünü üreten veya pazarlayan firmaya veya bazı üçüncü taraf kuruluşlara iletilmesini içeren bir eylem olarak tanımlanmaktadır (Jacoby & Jaccard, 1981). Tüketiciler genellikle şikâyet için harcadıkları çaba şikâyet etmeleri sonucunda elde edecekleri kazanıma değmeyecek ise bu davranışta bulunmamaktadır (Huppertz, 2007). Zussman (1983), şikâyet sürecini dört evreye ayırmıştır. Araştırmaya göre, tüketiciler öncelikle yaşadıkları memnuniyetsizlik durumunu değerlendirmektedir. Daha sonra, şikâyet edilecek ürünün değerine ve şikâyetten elde edilecek kazanca bakılarak harekete geçme kararı alınmaktadır. Üçüncü adım çözüm aşamasıdır. Tüketiciler şikâyetlerinin başarı ile çözüme ulaşip ulaşmadığını değerlendirmektedir. Son olarak da tüketiciler şikâyetlerinin çözümünden memnuniyet duyup duymadıklarına karar vermektedir. Örs ve arkadaşlarının (2020) çalışması sonucunda, araştırmacılar, marka nefreti yaşayan tüketicilerin duygularını sosyal medya aracılığı ile açıkça belirttiklerini, bu şekildeki nefret ifadelerini belirli şikâyet forumlarında ve web sitelerinde paylaşmaktan çekinmediklerini söylemektedirler.

Protesto: Protesto, marka karşıtı toplulukların genellikle markalar ile yaşadıkları olumsuz deneyimler sonucunda, bu deneyim ve duygularını diğer tüketiciler ile paylaştıkları ve üstelik ortak bir eylem planı oluşturdukları davranıştır (Hollenbeck & Zinkhan, 2010). Bu davranış, basit bir memnuniyetsizlikten farklıdır; çünkü harekete geçme niyeti taşımaktadır (Bechwati & Morrin 2007). Zaman zaman toplumlarda menşe ülke markalarının protesto edilmesi, ülkelere ait markaların kullanılmaması için afişler bastırılıp dağıtılması gibi eylemler örnek verilebilir.

III. YÖNTEM

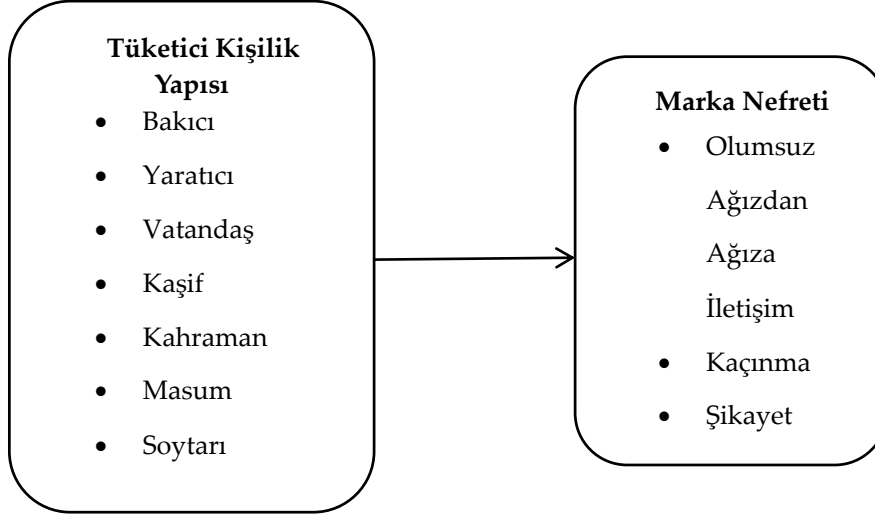
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Bu araştırmanın temel amacı; tüketici kişilik yapısının marka nefreti üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Yapılan literatür taraması ve uygulanan çalışma sonrası araştırma modeli elde edilen sonuçlara göre şekil 1’de gösterilmiştir.

Müşterilerin memnuniyeti kadar memnuniyetsizlikleri de dikkat edilmesi gereken konulardan biridir. Tüketici davranışlarına bakıldığında kişilik yapılarının karar vermelerinde ve olayları algılama şekillerinde etkili olduğu görülmektedir. Mooradian & Olver (1997) tüketicilerin memnuniyet veya memnuniyetsizliğe meyilli olmalarının ve hatta memnuniyetsizlik sonucu davranış şekillerinin (nWOM, şikayet gibi) kişilik yapıları ile alakalı olduğunu savunmuşlardır. Özellikle, satın alma sonrasında memnuniyetsizliğe yönelik süreçlerin tüketicilerin kişilik yapıları ile direkt bağlantılı olduğunu ifade etmişlerdir.

Mooradian & Olver (1997) aynı zamanda kişilik özelliklerinin belirli davranışları doğrudan tahmin edebilmeye yardımcı olacağından ve bunun pazarlamacılar tarafından avantajlı olacağından da bahsetmişlerdir. Öcel’in (2020) yaptığı çalışmada, yaşam tarzının marka nefreti üzerine etkisi araştırılmıştır. Araştırma futbol taraftarları üzerine uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında, yaşam tarzı boyutlarının nWOM ve markayı şikâyet etme değişkenleri üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Çelik’in (2019) yaptığı “futbol taraftarlığı ve nefret kavramlarının marka nefreti kapsamında ele alınması” isimli çalışmada da taraftar gruplarının diğer kulüp taraftarlarına olumsuz duygular beslemesinde marka nefreti kavramının önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, araştırmanın şekil ve hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**



Şekil 1:
Araştırma Modeli

Temel Hipotez: H₁: "Tüketici kişilik yapısı marka nefretini etkilemektedir."

Alt Hipotezler: H_{1a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l-1,2,3}: "Tüketici kişilik yapısı alt boyutlarından a)bakıcı, b) yaratıcı c)vatandaş d)kaşif e)kahraman f)masum g)soytarı h)aşık i)sihirbaz j)asi k)kral ve l)bilge marka nefreti alt boyutlarından 1)olumsuz ağızdan ağıza iletişim 2)şikayet 3)kaçınma ve 4)protestoyu etkilemektedir."

3.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın evrenini, Antalya ilinde ikamet eden 18 yaş ve üzeri futbol takımı taraftarları oluşturmaktadır. Cevaplayıcılara futbol taraftarı olma kriteri göz önünde bulundurularak anket ulaştırılmıştır. Örneklemenin belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Araştırma Covid-19 şartları altında gerçekleştirildiğinden ve toplumun çoğunluğunun futbol takımları ile ilgili düşünceye sahip oldukları varsayımından dolayı kolayda örnekleme yöntemi uygun görülmüştür. Bu kapsamda araştırma, 18 yaş ve üzeri Antalya ilinde ikamet eden 451 futbol taraftarı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Hatalı ve eksik doldurulan anketler elendikten sonra 405 anket elde edilmiştir. Analize 405 anket tabi tutulmuştur. Araştırmada veri toplama tekniği olarak online anket kullanılmıştır. Veriler 12.04.2020 ile 25.04.2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmada yapılan anket formu için etik kurul kararı 14.05.2020 tarihinde Düzce üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan alınmıştır (Belge No: 2020/89). Dağıtılan anketlerden hatalı doldurulanlar çıkartıldığında, toplanan anket sayısı 405 olmuştur. Anket formundaki 9 ifade katılımcıları tanımaya yönelik

demografik sorularla (yaş, cinsiyet ve medeni durum vs.) ilgili, 74 ifade tüketici kişilik yapısı ile ilgili ve 20 ifade de marka nefreti ile ilgilidir. Anketteki ifadelerin değerlendirilmesinde 5'li likert ölçeği kullanılmıştır ve katılımcılara her ifade için 1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum ve 5- Kesinlikle Katılıyorum ifadelerinden birini işaretlemeleri istenmiştir. Araştırmada kullanılan marka nefreti ölçeğinde olumsuz ağızdan ağıza iletişim boyutunun soruları Gregoire ve arkadaşlarının (2009) ve Salvatori'nin (2007) çalışmasından alınmıştır. Şikayet ile ilgili boyut Gregoire ve arkadaşlarının (2009) çalışmasından alınmıştır. Kaçınma boyutu ise Marianne van Delzen'in (2014) çalışmasından alınmıştır. Kişilik yapısı ölçeği Baştürk'ten (2009) alınmıştır.

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

11

IV. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Bu bölümde, çalışmaya katılanların demografik özellikleri ile ilgili frekans analizi bulguları yer almaktadır. Tablo 1'de yer alan veriler incelendiğinde, katılımcılar arasında erkeklerin (%57,5) kadınlardan (42,5) fazla olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına ait bulgular incelendiğinde lisans mezunlarının %62,2 oranında olduğu, başka bir ifade ile eğitim durumlarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1.
Demografik Bulgular

Demog. Öz.	Gruplar	n	%	Demog. Öz.	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Erkek	233	%57,5	Yaş Aralığı	18-25	87	%21,5
	Kadın	172	%42,5		26-35	129	%31,9
Eğitim Durumu	İlköğretim	8	%2,0		36-45	105	%25,9
	Lise	86	%21,2		46 yaş ve üzeri	84	%20,7
	Lisans	252	%62,2		2500 TL ve altı	14	%3,5
	Lisans Üstü	59	%14,6		2501 T-3500 TL	20	%4,9
Meslek Durum	Kamu Sek. Ç.	98	%24,2	Gelir	3501TL-4500 TL	56	%13,8
	Özel Sektör Ç.	155	%38,3		4501 TL-5500 TL	108	%26,7
	Öğrenci	67	%16,5		5501 TL ve üzeri	207	%51,1
	Çalışmıyor	15	%3,7	Taraftarı Oldukları Futbol Takımı	Beşiktaş	92	%22,7
	Emekli	47	%11,6		Galatasaray	130	%32,1
	Diğer	23	%5,7		Fenerbahçe	157	%38,8
Medeni Durum	Evli	222	%54,8	Trabzonspor	11	%2,7	
	Bekar	183	%45,2	Diğer	15	%3,7	

Katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında, %31,9'unu 26-35 yaş aralığı, genç yaş grubunun oluşturduğu görülmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında genç yaş grubunun bu çalışmaya daha fazla katılım sağladığı

söylenbilir. Araştırmaya katılanların %38,3'ünün özel sektör çalışanı olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, %54,8'inin evli, %45,2'sinin bekar olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların ortalama gelirlerine ait veriler incelendiğinde %51,1'inin 5501 TL ve üzerinde ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların ortalama gelirlerine ait veriler incelendiğinde %51,1'inin 5501 TL ve üzerinde ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Tablo 1'de yer alan veriler katılımcıların %22,7'sinin Beşiktaş, %32,1'inin Galatasaray, %38,8'inin Fenerbahçe, %2,7'sinin Trabzonspor ve %3,7'sinin diğer takımlara ait taraftarlardan oluştuğunu göstermektedir.

Katılımcıların taraftarı oldukları futbol takımlarına göre nefret duydukları takımları öğrenmek adına yapılan analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. En Çok Nefret Edilen İlk 3 Takım Sonuçları

Tutulan Takım	En çok nefret edilen 1. Takım	En çok nefret edilen 2. Takım	En çok nefret edilen 3. Takım
Beşiktaş	Galatasaray - %48,9	Fenerbahçe - %41,5	Trabzonspor - %19,1
Galatasaray	Fenerbahçe - %71,5	Trabzonspor - %25,2 Diğer (Başakşehir) - %25,2	Diğer (Konyaspor) - %23,7
Fenerbahçe	Galatasaray - %49,6	Trabzonspor - %35,6	Diğer (Başakşehir) - %18,2
Trabzonspor	Fenerbahçe - %45,4	Galatasaray - %25	Diğer (Konyaspor) - %25
Diğer	Beşiktaş - %46,6	Galatasaray - %28,5	Fenerbahçe - %30,7

Diğer: Başakşehir, Sivasspor, Alanyaspor, Göztepe, Gaziantep FK, Denizlispor, Gençlerbirliği, Antalyaspor, Konyaspor, Yeni Malatya, Rizespor, Kasımpaşa, Ankaragücü, Kayserispor

Tablo 2 incelendiğinde en yüksek nefret oranına sahip takımın sırasıyla Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve diğer takım taraftarlarının olduğu söylenebilir. Nefret duygusu en az olan takım taraftarlarının dört büyükler içerisinde Trabzonspor olduğu görülmektedir. Geçmişten gelen rekabet dikkate alındığında Galatasaray ve Fenerbahçe arasında nefret duygusunun en fazla yaşandığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların taraftarı oldukları futbol takımlarına göre nefret duyma nedenleri takımları öğrenmek adına yapılan analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde taraftarların en önemli nefret nedeninin "taraftarların kışkırtıcı davranışlarının" olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda özellikle taraftarların bir araya geldikleri fiziksel ve sanal ortamlarda ki paylaşımlarının bu nefret duygusuna neden olduğu söylenebilir. En önemli nefret nedenlerinden ikincisi ise "değer

uyuşmazlığının" olduğu anlaşılmaktadır. Her takımın kendine has ortak bilinç, ritüel gibi kültürel değerler oluşturması ve bu değerlerin taraftarlarca benimsenmesi nefret duygusunu tetiklediği söylenebilir. farklı bir nefret nedeni ise "şehir kulüpleri" arasında yaşanan rekabetten ileri geldiği söylenebilir. Bu doğrultuda özellikle Anadolu takımları arasında yaşanan rekabetinde nefret duygusuna yol açtığı söylenebilir.

Tüketici Kişilik Yapısının Marka Nefreti Üzerine Etkisi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama

13

Tablo 3.
Katılımcıların Tuttukları Takımlara Göre Nefret Nedenleri

Tutulan Takım	Nefret Nedeni 1	Nefret Nedeni 2	Nefret Nedeni 3
Beşiktaş	Taraftarların kışkırtıcı davranışlarından - %55,4	Değerlerimle uyuşmadığından - %51,1	Geçmişte kötü tecrübelerim olduğundan - %18,5
Galatasaray	Taraftarların kışkırtıcı davranışlarından - %60,5	Değerlerimle uyuşmadığından - %34,1	Şehir kulüplerinin rekabetlerinden dolayı %14,7
Fenerbahçe	Taraftarların kışkırtıcı davranışlarından - %51	Değerlerimle uyuşmadığından - %35	Şehir kulüplerinin rekabetlerinden dolayı - %20,4
Trabzonspor	Taraftarların kışkırtıcı davranışlarından - %72,7	Değerlerimle uyuşmadığından - %36,4	Geçmişte kötü tecrübelerim olduğundan - %18,2
Diğer	Taraftarların kışkırtıcı davranışlarından - %53,3	Değerlerimle uyuşmadığından - %46,7	Şehir kulüplerinin rekabetlerinden dolayı - %33,3

Diğer: Başakşehir, Sivasspor, Alanyaspor, Göztepe, Gaziantep FK, Denizlispor, Gençlerbirliği, Antalyaspor, Konyaspor, Yeni Malatya, Rizespor, Kasımpaşa, Ankaragücü, Kayserispor

4.2. Faktör Analizi

Bu bölümde, tüketici kişilik yapısı ve marka nefreti değişkenleri ile ilgili yapılan açıklayıcı faktör analizi bulguları yer almaktadır. Tablo 4'te tüketici kişilik yapısı boyutlarını belirlemek amacıyla yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo 4'e bakıldığında, tüketici kişilik yapısı verileri için yapılan faktör analizi KMO (0,857) örneklem yeterlilik testi değerinin 0,70'den fazla olduğu ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır, Cronbach's alpha değeri ise 0,881'dir (Kalaycı, 2010). Tablo 4'te tüketici kişilik yapısı faktör analizi sonucunda faktör yüklerinin 0,50 ile 0,75 arasında olduğu görülmektedir. Kişilik yapısı ile ilgili ölçekte yer alan 74 ifadeden birden fazla faktörde yüksek faktör yükü veren, düşük eşdeğerlilik gösteren veya faktör yükü olmayan ifadeler (2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 19, 20, 22, 24, 26, 27, 34, 37, 39, 40, 47, 48, 50, 53, 57, 60, 61, 66, 67, 68, 69, 70) çıkarılmıştır (çevremdekileri tavırlarımla kendime çekerim, bazen çelişkili davranışlar sergilerim, kendimi ön plana çıkartmayı severim,

cesurum, yaptığım işler iniş çıkışlıdır, bazı konularda sabit fikirliyim, pratik olmayı severim, takım ruhunu desteklerim, çevremdekilerin beklentilerini ancak minimum düzeyde karşılarım, kişisel tercihlerime önem veririm, sürekli yeni alanlarda boy gösteririm, bazen işin kolayına kaçırım, çevremdeki insanlar bana güvenir, tarzım anlaşılırdır, arkadaşlarıma onları düşünerek hareket ederim, nostalji duygusu yaşatırım, sağlığıma dikkat ederim, işleri kolaylaştırmayı severim, sözüne itimat edilen biriyim, saygın biriyim, sahip olduğum şeyler beni güçlü hissettirir, söylediklerim ile yaptıklarım tutarlıdır, yeteneklerime güvenip bazen yavaş davranırım, topluma örnek olacak faydalı işler yaparım, bulunduğum ortamda liderlik yaparım, yapılan her işte estetiğe önem veririm, yaptığım işler dikkat çekicidir, yeni kültür ve değerlere açığım, çok fazla hayal kurarım).

Tablo 4.
Tüketici Kişilik Yapısı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler			
		Ort.	Faktör Yükl.	Açıklanan Varyans Öz Değer
Soytarı	Enerji doluyum	3,80	,753	20,051 9,023
	Eğlenceliyim	3,85	,716	
	Mutluluk yayarım	3,65	,716	
	Sevimliyim	3,74	,702	
	Hayat doluyumdur	3,85	,692	
	İyimserlik yayarım	3,92	,678	
	Komik biriyim	3,60	,650	
	An'ı yaşamaya önem veririm	3,86	,424	
	İnsanları rahatlatıcı (sakinleştirici) biriyim	3,95	,412	
Kahraman	Disiplinliyim	3,74	,730	8,301 3,735
	Amacıma ulaşmada azimliyim	3,96	,713	
	Hırslıyım	3,48	,691	
	Başarılı olmaya odaklanırım	4,03	,664	
	Hızlı hareket ederim	3,79	,642	
	Yapacağım işleri önceden planlarım	3,87	,565	
Asi	Kurallara uymam	2,11	,731	6,033 2,715
	Yaptığım çıkışlar ile herkesi şoke ederim	2,55	,707	
	Davranışlarımda hiç bir sınır tanımam	2,48	,698	
	Skandal yaratmayı severim	1,79	,659	
	Kalıplara uymam	2,98	,644	
	Bazen çelişkili davranışlar sergilerim	2,89	,506	

Tablo 4. Devamı

Faktörler	Değişkenler				
		Ort.	Faktör Yük.	Açıklanan Varyans	Öz Değer
Sihirbaz	Daha önceden fark edilmeyen konulara insanların dikkatini çekerim	3,63	,686		
	Çevremdekilere her konuda değişiklik yapmalarında yardımcı olurum	3,64	,656		
	Hayal ettiğim her eylemi gerçekleştirebileceğim duygusu taşıyorum	3,40	,594	4,17	1,87
	Faaliyetlerimi akıcı bir şekilde gerçekleştirebileceğim duygusu vardır	3,58	,518		
	Küçük dokunuşlarla büyük şeyler olmasını beklerim	3,22	,517		
	Sahip olduğum yetenekler çevremdeki insanları şaşırtır	3,23	,505		
Bilge	Yüksek düzeyde bilgiye sahibim	3,07	,759		
	Yol gösterici bilgiler sağlarım	3,68	,650	3,91	1,76
	Çevremdeki insanları birçok konuda bilgilendiririm	3,85	,540		
Aşık	Duygusalım	4,06	,784		
	Duygusal konuları sevmem / kaçırım	3,50	,724	3,72	1,67
	Heyecanlıyım	3,87	,540		
	İlişkilerimde samimiyim	4,46	,504		
Vatandaş	Gerçekçi vaatler veririm	3,93	,755		
	Söylediklerim ile yaptıklarım tutarlıdır.	4,11	,616	3,13	1,41
Kaşif	Hayatı keşfetmeyi severim	3,92	,582		
	Özgür bir bireyim	3,92	,525	2,95	1,33
	Sürekli yeteneklerimi geliştiririm	3,50	,500		
Masum	Bazen yapmacık davranırım	3,83	,807	2,71	1,22
	Doğalıyım	4,33	,558		
Bakıcı	Rahatlığım için bazı durumlarda fedakarlıkta bulunurum	3,78	,717	2,63	1,18
	Alıştığım düzenin dışına çıkmam	3,17	,465		
Kral	Hayatımda her şey yolunda gider	2,92	,702	2,29	1,03
	Sahip olduğum imkanları maksimum derecede kontrol ederim	3,70	,567		
Değerlendirme Kriterleri: Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,857					
Approx. Chi-Square: 6688,426 Barlett's Test of Sphericity: 0,000					
Extraction Method: Principal Components Rotation Method: Varimax					
Açıklanan Varyans Toplamı: 59,937 Cronbach alpha: 0,881					

Ölçekten gerekli ifadeler çıkarıldıktan sonra 45 ifade kalmıştır. Ölçeğin son halinde kalan 45 madde olmak üzere 11 boyutta toplanmıştır. Bu sonuca neden olarak elde edilen veriler içerisinde yaratıcı kişilik yapısı özellikleri ile uyuşan yeterli katılımcı olmadığı söylenebilir. Soyтары

boyutuna ait “bazen çelişkili davranışlar sergilerim” ifadesi asi boyutuna geçmiştir. Aşık boyutuna ait “sevimliyim”, “hayat doluyumdur” ifadeleri; bakıcı boyutuna ait “insanları rahatlatıcı biriyim” ifadesi; masum boyutuna ait “mutluluk yayarım”, “iyimserlik yayarım” ifadeleri; kahraman boyutuna ait “enerji doluyum ifadesi soytarı boyutuna geçmiştir. Literatüre bakıldığında Eren ve Dal (2019) çalışmalarında 6 boyut ortaya çıkmış, Faber ve Mayer (2009) çalışmalarında ise 5 boyut ortaya çıkmıştır. Bu sonuçların ortaya çıkmasının nedeni yapılan her çalışmanın farklı evrenler üzerinde olmasından kaynaklanabilir.

İlk faktörün yükleri 0,753 – 0,412 arasında değişmektedir. Bu boyut, “enerji doluyum”, “eğlenceliyim” gibi ifadelerden oluştuğu için “soytarı” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör (0,730 – 0,565) “kahraman”, üçüncü faktör (0,731 – 0,506) “asi”, dördüncü faktör (0,686 – 0,505) “sihirbaz”, beşinci faktör (0,759 – 0,540) “bilge”, altıncı faktör (0,784 – 0,504) “aşık”, yedinci faktör (0,755 – 0,616) “vatandaş”, sekizinci faktör (0,582 – 0,500) “kaşif”, dokuzuncu faktör (0,807 – 0,558) “masum”, onuncu faktör (0,717 – 0,465) “bakıcı”, son olarak onbirinci faktör (0,702 – 0,567) “kral” olarak isimlendirilmiştir. Toplam açıklanan varyansın %59,937 olduğu bu sonuçla ifadelerin tüketici kişilik yapısını açıklamada yeterli olduğu söylenebilir. Öz değeri en yüksek faktörün sırasıyla; Soytarı Kahraman ve Asi olduğu görülmektedir.

Tablo 5’e bakıldığında, marka nefreti verileri için yapılan faktör analizi KMO (0,898) örneklem yeterlilik testi değerinin 0,70’den fazla olduğu ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Cronbach’s alpha değeri de 0,898’dir. Elde edilen boyutlarda faktörün yüklerinin 0,50 ile 0,85 arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 5.
Marka Nefreti Faktör Analizi

Faktör	Değişkenler	Ort.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	
				Öz Değer	
Olumsuz Ağızdan Ağza İletişim	Henüz takım tutmayanlara nefret ettiğim takımı kötülerim.	2,34	,841	38,98	7,79
	Nefret ettiğim takımın maçlarını arkadaşlarıma kötülerim.	2,20	,815		
	Nefret ettiğim takımın maçları hakkında olumsuz şekilde konuşurum.	2,33	,806		
	Nefret ettiğim takım ile ilgili duygularımı çevremdekilere anlatırım.	2,63	,805		
	Nefret ettiğim takımı tutmamaları konusunda çok fazla insanı etkilemeye çalışırım.	2,12	,765		
	Nefret ettiğim takımla ilgili kötü deneyimlerimi paylaşıyorum.	2,52	,685		
	Çevremdekilere nefret ettiğim takım ile ilgili herhangi bir şeyi satın almamalarını söylerim.	2,04	,681		
	Nefret ettiğim takımı küçük düşürmek için eylemlerde bulunurum.	1,88	,634		
	Nefret ettiğim takımı çağrıştıran renkleri içerisinde barındıran ürünleri satın almam.	2,64	,523		
Olumsuz Ağızdan Ağza İletişim	Henüz takım tutmayanlara nefret ettiğim takımı kötülerim.	2,34	,841	38,98	7,79
	Nefret ettiğim takımın maçlarını arkadaşlarıma kötülerim.	2,20	,815		
	Nefret ettiğim takımın maçları hakkında olumsuz şekilde konuşurum.	2,33	,806		
	Nefret ettiğim takım ile ilgili duygularımı çevremdekilere anlatırım.	2,63	,805		
	Nefret ettiğim takımı tutmamaları konusunda çok fazla insanı etkilemeye çalışırım.	2,12	,765		
	Nefret ettiğim takımla ilgili kötü deneyimlerimi paylaşıyorum.	2,52	,685		
	Çevremdekilere nefret ettiğim takım ile ilgili herhangi bir şeyi satın almamalarını söylerim.	2,04	,681		
	Nefret ettiğim takımı küçük düşürmek için eylemlerde bulunurum.	1,88	,634		
	Nefret ettiğim takımı çağrıştıran renkleri içerisinde barındıran ürünleri satın almam.	2,64	,523		

Tablo 5. Devamı

Faktör	Değişkenler	Değişkenler		
		Ort.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Şikayet	Nefret ettiğim takım ile ilgili yanlış uygulamalar gördüğümde resmi kurumlara şikayette bulunurum.	2,18	,905	13,31
	Nefret ettiğim takım ile ilgili yanlış uygulamalar gördüğümde taraftar derneklerine şikayette bulunurum.	2,09	,900	
	Nefret ettiğim takım ile ilgili yanlış uygulamalar gördüğümde nefret ettiğim takıma şikayette bulunurum	2,05	,853	
	Nefret ettiğim takım aleyhinde gerektiğinde yasal işlemlere başvurmadan kaçınmam.	1,76	,693	
	Nefret ettiğim takımın yaptıklarını kınamak için harekete geçerim.	2,07	,601	
Kaçınma	Nefret ettiğim takımın maçlarını izlemek için hiç zaman harcamam.	3,54	,849	10,24
	Nefret ettiğim takımın maçlarını izlemekten kaçınırım.	2,95	,786	
	Nefret ettiğim takım ile alakalı haberlere ilgi duymam.	3,18	,767	
	Nefret ettiğim takım ile ilgili alışveriş yapmam.	4,07	,689	
Protesto	Nefret ettiğim takımla ilgili bir ortamda çağrıştırmaya bir şeyler varsa o ortamı terk ederim.	1,93	,726	5,06
	Nefret ettiğim takımın taraftarlarını başka takımı tutmaları için etkilemeye çalışırım.	2,23	,538	
Değerlendirme Kriterleri: Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,898				
Approx. Chi-Square: 5059,810 Barlett's Test of Sphericity: 0,000				
Extraction Method: Principal Components Rotation Method: Varimax				
Açıklanan Varyans Toplamı: 67,609 Cronbach alpha: 0,898				

Ölçekte bulunan ifadeler incelendiğinde, birinci faktörde (0,523-0841) tüketicilerin diğer tüketicileri olumsuz deneyimlerini aktararak etkilemeye çalışmaları ile ilgili ifadelerden oluştuğu için bu faktör "olumsuz ağızdan ağıza iletişim" olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör (0,601-0,905), "şikayet", üçüncü faktör (0,689-0,849), "kaçınma", dördüncü faktör (0,538-0,726), "protesto" olarak isimlendirilmiştir. Toplam açıklanan varyansın %67.609 olduğu, bu sonuçla, ifadelerin marka nefretini açıklamada yeterli olduğu söylenebilir. Öz değeri en yüksek faktörler sırasıyla; OAAİ, Şikayet, Kaçınma ve Protestodur. Faktör analizi sonucunda bütün ifadeler değerlendirmeye alınmıştır.

4.3. Regresyon Analizi

Bu bölümde, tüketici kişilik yapısının (bağımsız değişken) marka nefreti üzerindeki (bağımlı değişken) etkisini görebilmek adına yapılan

çoklu regresyon analizi yer almaktadır. Yapılan regresyon analizleri sonuçları tablo 6, 7, 8 ve 9'da gösterilmektedir. Tablo 6 incelendiğinde, tüketici kişilik yapısı boyutları ile olumsuz ağızdan ağıza iletişim arasında düşük düzeyde pozitif ve negatif ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Tüketici Kişilik Yapısının Marka Nefreti Üzerine Etkisi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama

19

Tablo 6.
Tüketici Kişilik Yapısı ve OAAİ Doğrusal Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili R	Tol.	VIF
Sabit	1,905	,523		3,646	,000			
Soytarı	-,009	,092	-,007	-,102	,919	-,011	,544	1,839
Kahraman	-,076	,079	-,057	-,954	,341	-,067	,656	1,524
Asi	,272	,067	,213	4,078	,000	,226	,853	1,172
Sihirbaz	-,042	,092	-,028	-,463	,644	,033	,650	1,539
Bilge	,185	,085	,130	2,170	,031	,069	,644	1,554
Aşık	-,137	,074	-,099	-1,863	,063	-,111	,815	1,227
Vatandaş	-,096	,076	-,072	-1,260	,208	-,093	,710	1,408
Kaşif	,030	,080	,024	,377	,706	-,002	,589	1,697
Masum	,054	,071	,039	,760	,448	-,020	,875	1,143
Bakıcı	,121	,059	,103	2,044	,042	,065	,910	1,099
Kral	-,084	,070	-,063	-1,198	,232	-,070	,837	1,195
Bağımlı Değişken: OAAİ		R: ,297	R ² : ,088	F(2, 442): 3,449	p: ,000	Durbin-Watson: 1,901		

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise asi, bilge ve bakıcı kişilik yapılarının olumsuz ağızdan ağıza iletişim üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; H_{1a-1} , H_{1j-1} ve H_{1l-1} hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde, kişilik yapısı boyutları ile şikayet arasında düşük düzeyde pozitif ve negatif ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Tablo 7.
Kişilik Yapısı ve Şikayet Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili R	Tol.	VIF
Sabit	1,577	,514		3,067	,002			
Soytarı	-,115	,090	-,083	-1,278	,202	-,011	,544	1,839
Kahraman	,074	,078	,056	,948	,344	,026	,656	1,524
Asi	,192	,066	,152	2,932	,004	,196	,853	1,172
Sihirbaz	,153	,090	,101	1,694	,091	,132	,650	1,539
Bilge	,216	,084	,154	2,583	,010	,117	,644	1,554
Aşık	-,129	,072	-,094	-1,776	,076	-,106	,815	1,227
Vatandaş	-,200	,075	-,152	-2,671	,008	-,113	,710	1,408
Kaşif	,007	,078	,005	,085	,932	,018	,589	1,697
Masum	,025	,070	,019	,361	,718	-,037	,875	1,143
Bakıcı	,070	,058	,060	1,202	,230	,051	,910	1,099
Kral	-,074	,069	-,057	-1,079	,281	-,045	,837	1,195
Bağımlı Değişken: Şikayet		R: ,309	R ² : ,096	F(2, 442): 3,781	p: ,000	Durbin-Watson: 1,866		

Tüketici Kişilik Yapısının Marka Nefreti Üzerine Etkisi: Futbol Taraftarları Üzerine Bir Uygulama

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise asi, bilge ve vatandaşın şikayet üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; H_{1c-2} , H_{1j-2} ve H_{1l-2} hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde, kişilik yapısı boyutu ile kaçınma arasında düşük düzeyde negatif ve pozitif ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Tablo 8.
Kişilik Yapısı ve Kaçınma Doğrusal Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili R	Tol.	VIF
Sabit	4,079	,267		15,272	,000			
Kaşif	-,168	,069	-,120	-2,429	,016	-,120	1,000	1,000
Soytarı	-,175	,101	-,113	-1,736	,083	-,067	,593	1,685
Kahraman	-,079	,090	-,054	-,876	,381	-,046	,667	1,500
Asi	-,030	,076	-,021	-,390	,697	-,028	,858	1,166
Sihirbaz	,108	,104	,064	1,040	,299	,009	,667	1,498
Bilge	-,019	,097	-,012	-,197	,844	-,023	,653	1,531
Aşık	,109	,084	,072	1,292	,197	,037	,816	1,226
Vatandaş	,040	,086	,027	,463	,644	,014	,723	1,383
Masum	,037	,081	,025	,461	,645	,014	,879	1,138
Bakıcı	,012	,067	,009	,174	,862	,009	,931	1,074
Kral	,029	,079	,020	,370	,711	,008	,848	1,179
Bağımlı Değişken: Kaçınma R: ,123 R ² : ,015 F _(2, 442) : 0,603 p: ,811 Durbin-Watson: 1,886								

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise kaşifin kaçınma üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; H_{1d-3} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9.
Kişilik Yapısı ve Protesto Doğrusal Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili R	Tol.	VIF
Sabit	1,264	,551		2,292	,022			
Soytarı	-,146	,097	-,100	-1,505	,133	-,036	,544	1,839
Kahraman	-,008	,084	-,006	-,092	,927	-,019	,656	1,524
Asi	,268	,070	,201	3,813	,000	,204	,853	1,172
Sihirbaz	,070	,097	,044	,725	,469	,076	,650	1,539
Bilge	,198	,090	,134	2,202	,028	,091	,644	1,554
Aşık	-,032	,078	-,022	-,411	,682	-,058	,815	1,227
Vatandaş	-,032	,080	-,023	-,399	,690	-,032	,710	1,408
Kaşif	-,027	,084	-,021	-,326	,745	-,002	,589	1,697
Masum	,062	,075	,043	,827	,409	-,008	,875	1,143
Bakıcı	,022	,062	,018	,354	,723	,007	,910	1,099
Kral	-,052	,074	-,038	-,708	,479	-,040	,837	1,195
Bağımlı Değişken: Protesto R: ,252 R ² : ,064 F _(2, 442) : 2,423 p: ,006 Durbin-Watson: 1,739								

Tablo 9 incelendiğinde, kişilik yapısı boyutları ile protesto arasında düşük düzeyde pozitif ve negatif ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise asi ve bilgenin protesto üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; H_{1j-4} ve H_{11-4} hipotezleri kabul edilmiştir.

V. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma ile kişilik yapısı ve nefret duygusu arasındaki ilişki irdelenmiştir. Futbol taraftarları üzerine uygulanan bu çalışmada frekans analizi sonuçları literatür çalışmaları ile benzerlikler göstermektedir. Daha önce yapılan araştırmalar incelendiğinde; futbol taraftarları nezdinde Galatasaray'ın, en fazla taraftar oranına sahip takım olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca; Galatasaray'ı sırasıyla Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor taraftarları takip etmektedir (Yılmaz, 2020; Öcel, 2020). Bu çalışma sonucunda ise; katılımcıların %38,8'i Fenerbahçe taraftarı, %32,1'i Galatasaray taraftarı, %22,7'si Beşiktaş taraftarı, %2,7'si Trabzonspor taraftarı, %3,7'si diğer takımların taraftarı olduğu ortaya çıkmıştır.

Futbol taraftarı grupları ile yapılan bu çalışmada yer alan bir diğer sonuç, Beşiktaş taraftarlarının en nefret duyduğu takım %48,9 oranla Galatasaray, Galatasaray taraftarlarının en nefret duyduğu takım %71,5 oranla Fenerbahçe olmuştur. Fenerbahçe taraftarlarının en nefret duyduğu takım %49,6 oranla Galatasaray, Trabzonspor taraftarlarının en nefret duyduğu takım ise %45,4 oranla Fenerbahçe olmuştur. Diğer takımların taraftarlarının en nefret duyduğu takım %46,6 oranla Beşiktaş olduğu ortaya çıkmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre araştırmada kullanılan Arketip Kişilik Yapısı ölçeği orijinalinde 12 boyut olmasına karşın bu araştırmada 11 boyut çıkmıştır. Bu sonuca neden olarak elde edilen veriler içerisinde yaratıcı kişilik yapısı özellikleri ile uyuşan yeterli katılımcı olmadığı söylenebilir. Bu boyutlar içerisinde kişilik yapısını en iyi düzeyde temsil eden boyut, "soytarı arketipi"dir. Bunu sırayla; "kahraman", "asi", "sihirbaz", "bilge", "aşık", "vatandaş", "kaşif", "masum", "bakıcı" ve "kral" boyutları takip etmektedir. Literatüre bakıldığında, Eren ve Dal'ın (2019) çalışmalarında 6 boyut ortaya çıkmış, Faber ve Mayer'in (2009) çalışmalarında ise 5 boyut ortaya çıkmıştır. Farklı çalışmalarda aynı ölçeğe ait farklı sayıda boyutun ortaya çıkması, her çalışmanın farklı evrenler üzerinde gerçekleştirilmesinden kaynaklandığı ifade edilebilir.

Marka nefreti ile ilgili açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında marka nefreti ile ilgili dört farklı boyut ortaya çıkmıştır. Marka nefreti ile ilgili kullanılan ölçeklerin orijinal halinde de aynı boyutlar ortaya çıkmıştır (Gregoire et al., 2009; Salvatori, 2007; Van Delzen, 2014). Bu boyutlar

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

içerisinde marka nefretini en iyi düzeyde temsil eden boyut, “olumsuz ağızdan ağıza iletişim” boyutudur. Bunu sırayla “şikâyet” , “kaçınma” ve “protesto” boyutları takip etmektedir. Literatüre bakıldığında Zarantonello at al. (2016), Gregoire at al. (2009), çalışmalarında da 4 boyut ortaya çıkmıştır.

Kişilik yapısı boyutlarının marka nefreti boyutları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre; olumsuz ağızdan ağıza iletişimi etkileyen arketip asi, bilge ve bakıcı arketipleridir. Katılımcılar arasında kişilik özellikleri bakımından kurallara uymayan asi arketipinin çevresine daha çok olumsuz düşüncelerini aktardığı yani bu kişilik özelliğinin marka nefretini etkilediği görülmektedir. Bilgiye önem veren bilge arketipi özelliğe sahip bireylerin nefret ettikleri takıma yönelik olumsuz ağızdan ağıza iletişim davranışında buldukları gözlemlenmektedir. Özverili, fedakar ve koruyucu olan bilge arketipi nefret ettikleri takıma yönelik olumsuz ağızdan ağıza iletişim davranışında bulunmaktadır. Liu ve McClure’nin (2001) yaptıkları çalışmada da buna benzer sonuçlar yer almaktadır.

Şikâyet boyutuna bakıldığında ise, asi, bilge ve vatandaş arketiplerinin etkisi görülmektedir. Buna göre şikâyet boyutu üzerinde katılımcılar arasından hem kurallara uymayan asi arketipi hem de akıl ve bilgiye önem veren bilge arketipi özelliğe sahip bireylerin nefret ettikleri takıma yönelik şikâyet davranışında buldukları gözlemlenmektedir. Liu ve McClure (2001) çalışmalarında da farklı kişilik yapılarına sahip bireylerin marka nefreti davranışı olarak şikâyette bulunabilecekleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra sıradan yaşam sürmeyi tercih eden vatandaş arketipinin şikâyet davranışında bulunmadıkları görülmektedir.

Bir diğer boyut olan kaçınma boyutu açısından incelendiğinde ise kaşif arketipinin etkisi bulunmaktadır. Bu sonuca göre hayatı keşfetmeyi seven ve yeniliklere açık bireylerin nefret ettiği takımla ilgili hiçbir şeye ilgi duymadığı, o takımla ilgili her hangi bir durum olduğunda kaçınma tutumu takındığı görülmektedir.

Protesto boyutu açısından incelendiğinde ise asi ve bilge arketiplerinin etkisi görülmektedir. Bu durumda sınır tanımayan asi kişilik özelliğine sahip bireylerin ve bilgiye önem veren bilge arketipi özelliğine sahip bireylerin nefret ettikleri takıma yönelik aykırı hareketlerde bulunmaktan çekinmedikleri ve o takımın kötü özelliklerini açıkça dile getirme davranışında buldukları sonucuna varılmaktadır.

Yapılan bu çalışma sonuçlarından hareketle marka nefreti eğilimi yüksek olan tüketici kişilik yapılarının en fazla asi kişilik yapısında olduğu söylenebilir. Takımlara yönelik önerilere bakılacak olursa taraftarlardan yönetime kadar rakip taraftarı kışkırtıcı davranış veya söylemlerden uzak durması gerektiği söylenebilir. Marka nefretini tetikleyen en önemli durumun kışkırtıcı davranışlar olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle asi ve bilge kişilik arketipine benzer yapıya sahip bireylerin olumsuz ağızdan ağıza iletişim, şikâyet ve protesto düzeylerinin artacağı söylenebilir. Nefret eğilimi daha düşük düzeyde olan vatandaş, aşık ve kaşif kişilik yapıları üzerinde çalışmalar yapılarak taraftarların nefret sonucu olumsuz davranışları önlenir. Bu çalışmadan hareketle gelecekte aşağıdaki çalışmaların yapılması önerilmektedir;

- Bu çalışma genel olarak dört büyüklerin (Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor) taraftarları dikkate alınarak yapılmıştır. Anadolu takımları arasında yoğun rekabetin olduğu takımlarda dikkate alınarak çalışmalar yapılabilir.
- Farklı evren ve sektörler dikkate alınarak çalışmalar yapılabilir.
- Marka nefret nedenlerinin altında yatan alt nedenlerde araştırılabilir. Örneğin bu çalışmada kışkırtıcı davranışlardan dolayı taraftarların nefret duygularının arttığı sonucu ortaya çıkmıştı. Kışkırtıcı davranışların neler olduğu araştırılabilir.
- Hangi ortamlarda marka nefretinin daha da arttığı araştırılabilir. Örneğin aile içerisinde mi? Stadyumda mı? Arkadaş ortamında mı? vb.

Bu çalışma zaman, maliyet, çaba ve çalışmanın kapsamı bakımından bir takım sınırlılıklar içerisinde barındırmaktadır. Çalışma evren açısından Antalya ili futbol taraftarları ile ve zaman açısından 2020 ve 2021 yılı ile sınırlıdır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar Katkıları

Fikir / Kavram: Yusuf ÖCEL, Melis ÖZEL

Araştırma Tasarımı: Yusuf ÖCEL

Makale Yazımı: Melis ÖZEL

Veri Toplama: Melis ÖZEL

Analiz: Yusuf ÖCEL, Melis ÖZEL

Eleştirel Okuma: Yusuf ÖCEL

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

23

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ayberk, A. E. (2014). *Marka Kişiliği Çerçevesinde Arketip Yaklaşımı Yoluyla Reklamlarda Hikaye Anlatımı* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Balıkçioğlu, B., & Kıyak, F. M. (2019). Marka Nefretinin Nedenleri ve Sonuçları Üzerine Görgül Bir Çalışma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9(1), 225 - 243.
- Banister, E. N., & Hogg, M. K. (2004). Negative Symbolic Consumption and Consumers' Drive For Self-Esteem: The Case of The Fashion Industry. *European Journal of Marketing*, 38(7), 850-868.
- Baştürk, F. (2009). *Marka Kişilik Kuramında Arketip Yaklaşımı* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is Stronger Than Good. *Review of general psychology*, 5(4), 323-370.
- Bechwati, N. N., & Morrin, M. (2007). Understanding Voter Vengeance. *Journal of Consumer Psychology*, 17(4), 277-291.
- Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What Drives Consumers To Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. *Decision support systems*, 53(1), 218-225.
- Chu, A., & Chylinski, M. (2006). A Model of Consumer Cynicism–Antecedents and Consequences. *Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy*, 1-9.
- Çelik, S. S. (2019). Futbol Taraftarlığı ve Nefret Kavramlarının Marka Nefreti Kapsamında Ele Alınması: Ankaragücü Taraftarlarının Beşiktaş Nefreti. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 321-355.
- Demirağ, B., & Çavuşoğlu, S. (2020). Marka Kaçınması, Marka Nefreti ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Spor Giyim Tercih Eden Tüketicilere Yönelik Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 577-602.
- Eren, C., & Dal, N. E. (2019). Markaların Kişilik Arketiplerinin Algılanması: Otomobil Markaları Üzerine Bir Araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (43), 39-66.
- Faber, M. A., & Mayer, J. D. (2009). Resonance To Archetypes in Media: There's Some Accounting For Taste. *Journal of research in personality*, 43(3), 307-322.

- Futbola İlgide Türkiye Dünya Üçüncüsü (2018). *BBC Spor*. Bbc.com. <https://www.bbc.com/turkce/spor-44445127>
- Grégoire, Y., & Fisher, R. J. (2008). Customer Betrayal and Retaliation: When Your Best Customers Become Your Worst Enemies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 247-261.
- Grégoire, Y., Tripp, T. M., & Legoux, R. (2009). When Customer Love Turns Into Lasting Hate: The Effects of Relationship Strength And Time on Customer Revenge and Avoidance. *Journal of marketing*, 73(6), 18-32.
- Hegner, S. M., Fetscherin, M., & Van Delzen, M. (2017). Determinants and Outcomes of Brand Hate. *Journal of Product & Brand Management*, 26(1), 13-25.
- Hogg, M. K., Cox, A. J., & Keeling, K. (2000). The Impact of Self-Monitoring on Image Congruence and Product/Brand Evaluation. *European journal of marketing*, 34(5/6), 641-667.
- Hollenbeck, C. R., & Zinkhan, G. M. (2010). Anti-Brand Communities, Negotiation of Brand Meaning, and The Learning Process: The Case of Wal-Mart. *Consumption, Markets and Culture*, 13(3), 325-345.
- Huppertz, J. W. (2007). Firms' Complaint Handling Policies and Consumer Complaint Voicing. *Journal of consumer marketing*, 24(7), 428-437.
- Jacoby, J., & Jaccard, J. J. (1981). The Sources, Meaning, and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis. *Journal of retailing*, 57(3), 4-24.
- Johnson, A. R., Matear, M., & Thomson, M. (2011). A Coal in The Heart: Self-Relevance As A Post-Exit Predictor of Consumer Anti-Brand Actions. *Journal of Consumer Research*, 38(1), 108-125.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (5. baskı). Ankara, Turkey: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaplan, M. D., Atik, D., & Gürkaynak, N. (2011). Sanal Topluluklarda Marka Kaçınması Davranışı. *İktisat İşletme ve Finans*, 26(300), 93-120.
- Kleine III, R. E., Kleine, S. S., & Kernan, J. B. (1993). Mundane Consumption and The Self: A Social-Identity Perspective. *Journal of consumer psychology*, 2(3), 209-235.
- Krishnamurthy, S., & Kucuk, S. U. (2009). Anti-Branding on The Internet. *Journal of Business Research*, 62(11), 1119-1126.
- Kurultay, A. B. (2017). Arketipler: Markaların Yeni Anlam Yaratıcıları. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 352-370.
- Lee, M. S., Motion, J., & Conroy, D. (2009a). Anti-Consumption and Brand Avoidance. *Journal of Business Research*, 62(2), 169-180.

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

26

- Lee, M. S., Conroy, D., & Motion, J. (2009b). Brand Avoidance: A Negative Promises Perspective. *ACR North American Advances*, 36, 421-429.
- Liu, R. R., & McClure, P. (2001). Recognizing Cross-Cultural Differences in Consumer Complaint Behavior and Intentions: An Empirical Examination. *Journal of consumer marketing*, 18(1), 54-74.
- Delzen, M. V. (2014). *Identifying The Motives and Behaviors of Brand Hate* (Master's thesis). University of Twente, Netherlands.
- Mark, M., & Pearson, C. S. (2001). *The Hero and The Outlaw: Building Extraordinary Brands Through The Power of Archetypes*. ABD: McGraw Hill Professional.
- Mooradian, T. A., & Olver, J. M. (1997). "I Can't Get No Satisfaction:" The Impact of Personality and Emotion on Postpurchase Processes. *Psychology & Marketing*, 14(4), 379-393.
- Norman, W. T. (1963). Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(6), 574.
- Öcel, Y. (2020). The Effect of Lifestyle on Brand Hate: An Application on Football Fans. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 10(1), 91-108.
- Örs, M., & Yiğit, M. K. (2020). Marka Nefreti ve Olası Sonuçları Üzerinde İşletme Telafi Süreçlerinin Düzenleyici Etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(26), 4101-4133.
- Özdevecioğlu, M. (2002). Kamu Ve Özel Sektör Yöneticileri Arasındaki Davranışsal Çalışma Koşulları ve Kişilik Farklılıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (19), 115-134.
- Öztürk, S. A., (2008). *Hizmet Pazarlaması* (8. Baskı). Eskişehir: Ekin Basım Yayım.
- Patrick, V. M., MacInnis, D. J., & Folkes, V. S. (2002). Approaching What We Hope For and Avoiding What We Fear: The Role of Possible Selves in Consumer Behavior. *ACR North American Advances*, 29, 270-276.
- Salvatori, E. (2007). *Brand hate: the dark side of consumer attitudes towards a brand*. (Unpublished master's thesis), Bocconi University, Milan.
- Semiz, B. B. (2020). Tüketicilerin Ürün İlgilenimlerinin Kişilik Özellikleri Bağlamında İncelenmesi. *Turkish Journal of Marketing*, 5(1), 77-99.
- Serrican, E. (2015). Carl Gustav Jung'un Analitik Psikoloji Kuramındaki Arketip Kavramının Edebiyata Yansıması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1460-1472.
- Sönmez, U. (2019). *Online Alışverişe Yönelik Satın Alma Tarzlarının Kişilik Tipleri Açısından İncelenmesi: Sakarya ili örneği* (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi.

- Şener, G. (2015). *Tv Reklamlarındaki Arketipsel Karakterler Üzerine Bir Model Testi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tsai, S. P. (2006). Investigating Archetype-Icon Transformation in Brand Marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(6), 648-663.
- Yıldırım, E., & Pirende, G. (2019). Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özelliği Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1), 309-327.
- Yılmaz, F. B. (2018). Carl Gustav Jung'un Arketipleri Bağlamında "Persil, Magnum ve Eti Canga" Reklam Filmlerinin Çözümlemeleri. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1(1), 98-114.
- Yılmaz, B. (2020). Kulüp Taraftarlarının Lisanslı Ürün Satın Alma Alışkanlıklarının İncelenmesi, *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 101-112.
- Yılmaz, V. (2005). Tüketici Memnuniyeti ve İhtiyaçlarının Marka Sadakatine Etkisi: Sigara Markasına Uygulanması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 257-271.
- Yu, M., Liu, F., Lee, J., & Soutar, G. (2018). The Influence of Negative Publicity on Brand Equity: Attribution, Image, Attitude and Purchase Intention. *Journal of Product & Brand Management* 27(4), 440-451.
- Zarantonello, L., Romani, S., Grappi, S., & Bagozzi, R. P. (2016). Brand Hate. *Journal of Product & Brand Management*, 25(1), 11-25.
- Zeki, S., & Romaya, J. P. (2008). Neural Correlates of Hate. *PloS one*, 3(10), e3556.
- Zussman, D. (1983). Consumer Complaint Behavior and Third Party Mediation. *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques*, 223-235.

THE EFFECT OF CONSUMER PERSONALITY ON BRAND HATE: AN APPLICATION ON FOOTBALL FANS

EXTENDED ABSTRACT

This study was conducted to measure the effect of consumer personality structure on brand hate. Today, most of the studies in the field of consumer behavior are on understanding consumer desires. However, recent studies show that it is important to determine what consumers do not want as well as what they want (Lee et al., 2009). Consumers may not have negative feelings towards brands due to factors such as value incompatibility with brands or business employees, bad experience, environmental factors, and not meeting expectations. Over time, these negative feelings can turn into hatred. The feeling of hatred can not only be specific to an individual, but also to a community or a group (Zeki & Romaya, 2008). The influence of their personalities is seen in the evaluations they make after purchasing and purchasing, as well as in their social lives. Many studies in the literature show that there is a significant relationship between personality traits and consumer behaviors (Yıldırım & Pirende, 2019; Semiz, 2020). In general, personality structure can be examined in two groups according to the trait approach and the archetype approach (Baştürk, 2009). In this study, the archetypal approach is emphasized. These; King, magician, caretaker, citizen, lover, explorer, rebel, innocent, wise, hero, creator, jester.

When purchasing products, consumers act not only to meet their physical needs, but also to satisfy their social and psychological needs. With the help of brands, consumers can try the products they provide information about and make positive or negative decisions about these products. When they are not satisfied with the brand, they may prefer not to consume that brand again, to make negative statements about the brand to those around them, and to complain about the brand (Yılmaz, 2005). Some consumers are able to establish a bond with local brands belonging to communities (Lee et al., 2009a). This link can be positive or negative. According to Gregoire & Fisher (2008), the positive feelings of loyal customers towards the brand can suddenly turn into a negative emotion such as dislike for the brand. In the literature, this situation is expressed as brand hate. Brand hate; It may occur due to previously experienced negativities, moral incompatibility, and incompatibility of the consumer personality structure and the brand (Hegner et al., 2017). Krishnamurthy & Küçük (2009) stated in their study that they can resort to anti-brand and

activist protest methods as a result of brand hate caused by some triggers. In their study, Örs & Yiğit (2020) stated that consumers who have reached the level of hating with the brand they prefer, have developed a situation of taking revenge on the brand. These are named as negative word of mouth communication (nWOM) with the people around the brand, rejecting the brand and deliberately damaging the brand's products and/or services. As a result of their studies, Romani et al. (2012) stated that individuals who had negative experiences took actions such as making complaints and participating in campaigns against the brand. Balıkçioğlu and Kıyak (2019) stated in their study that as a result of brand hate, consumers tend to avoid the brand and turn to nWOM. In their study, Johnson et al. (2011) concluded that anti-brand behaviors range from complaining to transferring negative experiences to third parties, from stealing to illegal actions such as threats and deliberately damaging actions. Hegner et al. (2017) stated that the consequences of brand hate may be nWOM, brand avoidance, and revenge. In the study of Zarantenollo et al. (2016), it has been revealed that consumers can take actions such as avoiding, complaining, protesting, sharing negative experiences with third parties against brands with which they have negative experiences. When the studies are examined, "nWOM" has been the most frequently observed behavior as a result of brand hate. Following this, behaviors such as "protest", "complaint" and "avoidance" also emerge as a result of brand hate.

The population of the research consists of football fans aged 18 and over residing in Antalya. Supporting is a very convenient subject in investigating the concept of brand hate with the effect of the relationship that a person has with the fan group and/or the team (Çelik, 2019). For this reason, it is thought that the concept of brand hate is a suitable concept to be examined in terms of advocacy. Quantitative research method was used in the study and the data were obtained by online survey method. A total of 405 questionnaires were evaluated. The obtained data were analyzed using the SPSS package program. Frequency analysis, factor analysis, correlation analysis, regression analysis and difference analysis were applied to the obtained data.

When the data obtained are analyzed, it is seen that men (57.5%) are more than women (42.5%) among the participants. When the findings of the education levels of the participants were examined, it was revealed that the rate of undergraduate graduates was 62.2%, in other words, their educational status was high. Looking at the age ranges of the participants, it is seen that 31.9% of the participants are in the 26-35 age range, the young age group. Considering these results, it can be said that the younger age

group participated more in this study. It is seen that 38.3% of the participants in the research are private sector employees. When the marital status of the participants is examined, it is seen that 54.8% are married and 45.2% are single. When the data on the average income of the participants are examined, it is seen that 51.1% of them have an average of 5501 TL and above. The data show that 38.8% are Fenerbahçe, 32.1% are Galatasaray, 22.7% of the participants are Beşiktaş, 2.7% are Trabzonspor and 3.7% are fans of other teams. It can be said that the team with the highest hate rate is the supporters of Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş and other teams, respectively. It is seen that the fans of the team with the least sense of hatred are Trabzonspor among the big four. Considering the rivalry from the past, it is understood that the feeling of hatred is experienced the most between Galatasaray and Fenerbahçe. It is understood that the most important reason for the hatred of the fans is the "provocative behavior of the fans". In this case, it can be said that especially the sharing of the fans in the physical and virtual environments where they come together causes this feeling of hatred. It is understood that the second of the most important causes of hatred is "value mismatch". It can be said that each team creates its own cultural values such as common consciousness and ritual, and the adoption of these values by the fans triggers the feeling of hatred. Another reason for hatred can be said to stem from the rivalry between "city clubs". In this direction, it can be said that it causes a feeling of hatred especially in the rivalry between Anatolian teams.

As a result of consumer personality structure factor analysis, 11 dimensions emerged. Looking at the literature, 6 dimensions emerged in the studies of Eren and Dal (2019), while 5 dimensions emerged in the studies of Faber and Mayer (2009). The reason for the emergence of these results may be due to the fact that each study is on different universes. According to the result of the factor analysis for brand hate data, four factors emerged. These; It was named as "negative word of mouth", "complaint", "avoidance", and "protest".

Multiple regression analysis was conducted to see the effect of consumer personality structure (independent variable) on brand hate (dependent variable). When the t-test results regarding the significance of the regression coefficients were analyzed, it was revealed that rebellious, wise and caring personality structures have a significant effect on negative word of mouth communication. When the t-test results regarding the significance of the regression coefficients were analyzed, it was revealed that the rebel, the wise, and the citizen have a significant effect on the complaint. When the t-test results regarding the significance of the regression coefficients were analyzed, it was revealed that the explorer has

a significant effect on avoidance. When the t-test results regarding the significance of the regression coefficients were analyzed, it was revealed that rebel and wise have a significant effect on protest.

**Tüketici Kişilik
Yapısının Marka
Nefreti Üzerine
Etkisi: Futbol
Taraftarları
Üzerine Bir
Uygulama**

BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN ŞİRKETLERDE PAY SENEDİ FİYATI VE BORSA PERFORMANS ORANLARI İLİŞKİSİ: İŞLEM HACMİ EN YÜKSEK ŞİRKETLERDE BİR UYGULAMA¹

Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama
33

Bilgehan TEKİN

Çankırı Karatekin Üniversitesi
btekin@karatekin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4926-3317

Seda Nur BASTAK

Selçuk Üniversitesi
seda_060.95@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-0868-1029

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada Borsa İstanbul pay senedi piyasasında yatırım yapan yatırımcıların dikkat ettikleri belirli oranların hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaçla yatırımcıların en fazla işlem gerçekleştirdikleri otuz adet şirketin pay senetleri örneklem olarak alınmıştır. Bu kapsamda çalışmada, analiz döneminde ortalama işlem hacmi en yüksek 30 şirket seçilmiştir. Çalışma 2010: 1Ç-2019: 4Ç arası dönemi kapsamaktadır. Çalışmaya dahil edilen değişkenler hisse senedinin borsa fiyatı, Fiyat/Kazanç oranı, işlem hacmi, PD/DD, beta, halka açıklık yüzdesidir. Bu çalışmada, literatürde örneklerine çok sık rastladığımız finansal analiz ve oran analizi kapsamında ele alınan oranlardan çok, şirketlerin halka açık hisse senetlerinin borsa fiyatlarının yine borsada gerçekleşen işlemler sonucu ortaya çıkan göstergelerden hangi düzeyde etkilendikleri anlaşılmasına çalışılmıştır.

Yöntem: Çalışmada panel regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Panel regresyon analizine geçmeden önce ön testler gerçekleştirilmiş ve modele en uygun halinin verilmesine çalışılmıştır. Bu amaçla çoklu doğrusallık sorunu testleri yatay kesit bağımlılığı testi, ikinci nesil birim kök testleri, değişen varyans testi, panel regresyon modeli seçimi yapılmıştır. Son aşamada oluşturulan model tahminlenmiştir.

Bulgular: Şirketlerin hisse senetlerinin borsa fiyatları üzerinde Fiyat/Kazanç, İşlem Hacmi, Piyasa Değeri/Defter Değeri ve Beta değişkenlerinin anlamlı bir şekilde

¹ Bu çalışma, çalışmanın yazarları tarafından "International Conference on Eurasian Economies 24-25 August 2021 – Istanbul, TURKEY and ONLINE" başlıklı konferansta sunulmuş bildirinin gözden geçirilmiş ve yeniden düzenlenmiş halidir.

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 21/09/2021
Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 23/03/2022
Kabul Tarihi/Accepted : 03/04/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Tekin, B. ve Bastak, S.N. (2022) Borsa İstanbul'da İşlem Gören Şirketlerde Pay Senedi Fiyatı Ve Borsa Performans Oranları İlişkisi: İşlem Hacmi En Yüksek Şirketlerde Bir Uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 33-56.

etkili oldukları görülmüştür. Bu değişkenlerden BETA negatif etkilerken diğer değişkenler pozitif etkilemektedir. Hisse fiyatı üzerinde en yüksek düzeyde etkiye sahip değişken ise negatif yönde BETA katsayısı, pozitif yönde ise işlem hacmidir.

Sonuç: Çalışmanın sonucunda, şirketlerin hisse senetlerinin borsa fiyatları üzerinde finansal oranların etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hisse senedi, finansal oranlar, panel veri analizi

THE RELATIONSHIP BETWEEN STOCK PRICES AND STOCK MARKET PERFORMANCE RATIOS IN COMPANIES TRADING ON BORSA ISTANBUL: AN APPLICATION IN COMPANIES WITH THE HIGHEST TRADING VOLUME

ABSTRACT

Aim: In this study, the effect of certain ratios that investors pay attention to on stock prices in Borsa Istanbul is examined. For this purpose, 30 of the stocks with which the investors traded the most were taken as a sample. In the study, 30 companies with the highest average trading volume in the analysis period were selected according to their transactions in Borsa Istanbul. The study covers the period between 2010: 1Q-2019: 4Q. Variables included in the study are stock market price, P/E ratio, trading volume, market to book ratio, beta, free float percentage. In this study, it has been tried to understand at what level the stock market prices of companies' publicly traded stocks are affected by the indicators that emerge as a result of the transactions realized in the stock exchange, rather than the ratios discussed within the scope of financial analysis and ratio analysis, examples of which are very common in the literature.

Method: Panel regression analysis was performed in the study. Before proceeding to the panel regression analysis, preliminary tests were carried out and the model was tried to be given its most suitable form. For this purpose, multicollinearity tests, cross section dependency test, second generation unit root tests, varying variance test, panel regression model selection were made. The model created in the last stage was estimated.

Findings: It was seen that the Price/Earnings, Transaction Volume, Market Value/Book Value and Beta variables were significantly effective on the stock market prices of the companies' stocks. Among these variables, BETA affects negatively, while other variables affect positively. The variable with the highest effect on the share price is the negative BETA coefficient and the positive direction is the trading volume.

Results: As a result of the study, it has been determined that the financial ratios have an effect on the stock market prices of the companies' stocks.

Keywords: Stock, financial ratios, panel data analysis

I. GİRİŞ

Finansal oranlar, işletmelerin performansını ve finansal durumunu değerlendirmede kullanılan önemli araçlardan biridir (Chen & Shimerda, 1981). Yıllar boyunca ampirik ve teorik anlamda yapılan çalışmalarda finansal oranların firmaların başarısızlık değerlendirmelerinde (Beaver, 1966; Altman, 1968; Ohlson, 1980), tahvil skorlarının doğru olarak belirlenmesinde (Pinches & Mingo, 1973), kredi notlarının belirlenmesinde (Horrigan, 1968), hisse senedi getirilerinin tahmininde (Fama & Schwert, 1977; Fama & French, 1988; Campbell & Shiller, 1988; Kothari & Shanken, 1997; Lewellen, 2004) yararlı sonuçlar ortaya koyduğu gözlenmiştir.

Firmaların gerçek finansal durumlarını tespit etmek amacıyla finansal oranlar sıklıkla kullanılmaktadır. Geleneksel finansal analizde firmaların aynı zamanda sektör ortalamalarını hedef olarak kullandıkları (Fouike, 1968) ve firmaların finansal oranlarını bu hedeflere göre ayarladıkları vurgulanmaktadır (Lev, 1969; Barnes, 1987). Temel finans doktrini altında hisse senedi fiyatlarının tahmininde finansal oranlar oldukça kullanışlı araçlardır. Yatırımcıların hisse senetlerinden en büyük beklentisi kar elde etmek olduğundan hisse senedi fiyatı üzerinde etkili olan finansal oranların ve olası etkilerin yönünün ve düzeylerinin belirlenmesi yatırımlardan beklenen kazançların gerçekleştirilebilmesi için oldukça önemlidir.

Hisse senedi getirilerinin tahmin edilebilir olması arzu edilen bir durumdur. Bu bağlamda hisse senedi getirilerinin tahmini başta firmaların mali tabloları olmak üzere, firmaların basın bültenleri ve diğer bilgi kaynaklarının yardımı ile yapılmaktadır. Hisse senetlerinin fiyat tahminlerini hissedarlar, yatırımcılar, finansal analizciler ve kredi kuruluşları gibi farklı kesimler yapabilmektedir (Aydemir vd., 2012).

Sermaye piyasalarında en çok işlem gören menkul kıymet hisse senedir ve yatırımcıların bu kararındaki en büyük etken hisse senedi getirisidir. Yatırımcıların hisse senetlerine yapmış oldukları yatırımdan elde etmeyi bekledikleri getiri, temettü ve hisse senedinin olumlu fiyat değişimleri sonucunda ortaya çıkacak olan sermaye getirisinin toplamından oluşmaktadır (Rodoplu, 2001).

Yatırımcıların yatırım kararını etkileyen en büyük etken hisse senedi getirisi olduğu için hisse senedi getirisini etkileyen faktörlerin analiz edilmesi yatırımcılar açısından büyük bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda hisse senedi getirileri birçok makro ve mikro etkenden etkilenmektedir. Ayrıca yatırım kararında dikkate alınan en önemli değişkenlerden biri ise hisse senedinin fiyatıdır. Finansal piyasaların

**Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama**

36

günden güne gelişim göstermesi, sermaye hareketliliğinin artması ve finansal serbestleşme hisse senedi fiyatlarının duyarlılığını artırmıştır. Bu nedenle yatırımdan beklenen getirinin elde edilebilmesi açısından hisse senedi fiyatlarını etkileyen faktörlerin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekmektedir (Albeni & Demir, 2005).

Hisse senetlerinin fiyatlarının belirlenmesi ve hisse senetlerinin getirilerinin tahmin edilmesi amacıyla temel analiz, teknik analiz, rassal yürüyüş ve etkin piyasalar yaklaşımı kullanılmaktadır. Hisse senedi getirileri ve finansal oranlar ilişkisi söz konusu olduğunda "Temel Analiz" dikkate alınmalıdır. Çünkü temel analiz şirket bazında yapılarak şirketin finansal performansının ölçülmesi ve finansal oranların yer aldığı birçok göstergenin hisse getirileri üzerindeki etkisini inceleyen bir yöntemdir.

Temel analiz sayesinde hesaplanan finansal oranlar, şirketin likidite, faaliyet, karlılık ve büyüme durumunun yanında mali yapısı ve sermaye yapısı hakkında da önemli bilgiler sunmaktadır. Finansal oranların kullanımı ile şirketlerin mali yapısı, karlılık durumu, varlıkların etkin kullanımı, likidite ve borsa performansına ilişkin bilgileri yatırımcıların şirketin gerçek durumunu görmesine yardımcı olacaktır. Bu bağlamda finansal oranların şirketlerin hisse senedi fiyatlarını tahmin etmeye yönelik kullanılabilirleri görüşü ortaya çıkmaktadır (Büyükşalvarcı, 2010).

Kısacası, yatırımcılar açısından hisse senedi fiyatlarının finansal oranlar bazında hareket etmesi, yatırım kararını derinden etkileyen bir faktördür. Bunun sebebi ise yatırımcılar, tasarruflarını en iyi şekilde değerlendirmek ve yüksek getiri elde etmek isterler. Hisse senedi fiyatlarının finansal oranlara göre hareket etmesi, yatırımcıların firmaların sahip olduğu değerleri analiz ederek karar vermeleri ve yatırım yapmalarını gerektirmektedir. Bu bağlamda finansal oranların, yatırımcılara firmaya ait hisse senedinin alınıp alınmayacağı konusunda bilgiler vermektedir denilebilir (Nargeleçekenler, 2011).

Hisse senedi getirisi tahmininde finansal varlıkları fiyatlandırma modeli (CAPM; Jensen, 1967), Fama ve French (1993) üç, Carhart (1997) dört ve Fama-French (2015) beş faktör modelleri bağlamında temel analiz, teknik analiz, rassal yürüyüş ve etkin piyasalar yaklaşımları kullanılmaktadır. Bu çalışmada temel analiz yaklaşımı çerçevesinde, firmaların borsa performanslarını yansıtan ve borsa performansları çerçevesinde hesaplanan finansal oranlar kullanılarak hisse senedi fiyatlarını etkileyen ve hisse senetlerinin fiyatlarının tahmininde kullanılabilir finansal oranların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmanın önceki çalışmalardan temel farkı sadece borsa performansı ile

ilgili oranlara ve göstergelere odaklanılmış olunmasıdır. Bu bağlamda çalışmada analiz dönemi içerisinde işlem hacmi en yüksek hisse senedi fiyatları bağımlı değişken olarak alınarak Fiyat/Kazanç oranı, işlem hacmi, PD/DD, beta, halka açıklık yüzdesinin bağımsız değişken olarak kabul edildiği bir panel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Bu sayede işlem hacmi yüksek şirketler bağlamında daha güçlü ve tutarlı sonuçlar elde edilmesi beklenmektedir.

II. LİTERATÜR TARAMASI

Hisse senedi getirilerinin belirlenmesinde rol oynayan finansal oranları tespit etmek amacıyla ulusal ve uluslararası alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır. Söz konusu çalışmaların büyük bir çoğunluğu bir yıllık dönem içerisinde hisse senedi getirileri ile finansal oranların ilişkisinin tespit edilmesine yöneliktir. Orta ve uzun vadeye göre yapılan çalışmalar ise nispeten daha azdır. Ayrıca daha önce yapılan çalışmalarda çoğunlukla likidite, faaliyet, karlılık oranları ve borsa performansı oranlarından ise PD/DD ve F/K oranları birlikte kullanılmıştır.

Nicholson (1960), hisse senedi fiyatı ile hisse senedi kazancı (F/K) oranı düşük olan firmaların fiyat-kazanç oranları yüksek olan firmalardan sürekli olarak daha yüksek getiri sağlayacaklarını belirtmiştir. Fama ve French (1992), F/K oranının tek açıklayıcı değişken olduğu durumlarda hisse senedi getirilerinde etkisinin önemli olduğunu, ancak piyasa değeri-defter değeri oranı da dikkate alındığında öneminin ortadan kalktığı sonucuna varmıştır.

Omran ve Ragab (2004) yapmış oldukları çalışmada 1996-2000 yılları arasında faaliyet gösteren 46 adet Mısır firması üzerinde finansal oranlar ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi modellemişlerdir. Çalışma sonucuna göre, iki değişken arasında doğrusal olmayan ilişkiler tespit edilmiştir.

Kalaycı ve Karataş (2005) hisse getirisi ve finansal oran ilişkisini 1996-1997 dönemi bazında inceledikleri çalışmalarında imalat sanayi sektörü şirketlerinde kâr, borsa performansı ve verimlilik oranlarının hisse senedi getirileri üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Aktaş (2008) tarafından yapılmış olan çalışmada, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) nda hisse senedi getirileri ile ilişkili olan finansal oranları tespit edilmiş ve bu ilişki orta vadeli olarak araştırılmıştır. Çalışmada 1995-1999 ve 2003-2006 olmak üzere iki ayırım dönem kullanılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, hisse senedi getirisiyle asit test,

faaliyetlerden sağlanan nakit/öz sermaye, brüt kar/satış ve net kar/satış oranlarının ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Alexakis ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan çalışmada 1993-2006 yılları arasında Atina Menkul Kıymetler Borsası'nda hisse senedi getirilerinin finansal oranlar ile tahmin edilebilirliğini incelemek amacıyla panel veri analizi kullanmışlardır. Çalışma sonucunda hisse senedi getirilerinin tahmin edilmesinde finansal oranların önemli bilgiler verdiği tespit edilmiştir. Ayrıca finansal oranlara göre seçilen portföylerin ortalamasının üzerinde getiri sağladığı saptanmıştır.

Aydemir ve arkadaşları (2012) yapmış oldukları çalışmada hisse senedi fiyatlarının belirlemede etkili olan finansal oranları tespit etmek amacıyla İMKB'de işlem gören ve imalat sektöründe faaliyet gösteren 73 şirketin 1990-2009 yılları arasındaki veri seti ile panel veri analizi yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda, kar oranlarının, likidite ile kaldıraç oranlarının getiri üstünde pozitif etki oluşturduğu, faaliyet oranının ise getiriye etkilemediği bulunmuştur.

Zeytinoğlu, Akarım ve Çelik (2012), Türkiye'deki sigorta şirketlerinin hisse senedi getirilerine piyasa bazlı oranların etkisini panel veri regresyon analizi uygulayarak test etmişlerdir. Hisse başına kazanç, fiyat/kazanç oranı ve piyasa/defter oranını piyasaya dayalı oranların bir temsilcisi olarak kullandıkları çalışmalarının sonuçlarına göre, piyasa bazlı oranın hem cari hisse senedi getirilerindeki değişimler hem de bir dönem sonraki hisse senedi getirileri üzerinde açıklayıcı güce sahip olduğu görülmüştür. Ancak, hisse başına kazanç, F/K ve PD/DD, cari hisse senedi getirilerindeki değişimin %6'sını açıklarken, hisse başına kazanç, F/K ve PD/DD, bir dönem sonraki hisse senedi getirilerinin %63'ünü açıklamaktadır.

Khan ve arkadaşları (2012) tarafından yapılan çalışmada hisse senedi getirilerini tahmin etmek amacıyla PD/DD, temettü verimi ve kazanç verimi oranları kullanılarak finansal oranlar ile hisse senedi arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma Karachi Borsasında işlem gören 100 adet şirketin 2005-2011 yılları arası verileri kullanılarak en küçük kareler ve panel veri yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre temettü verimi ve kazanç verimi ile hisse senedi getirileri arasında önemli ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilirken PD/DD ile hisse senedi getirileri arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir.

Wijaya (2015) tarafından yapılmış olan çalışmada, Endonezya imalat şirketlerinde finansal oranların hisse senedi getirilerine etkisini analiz etmek amacıyla, 2008-2013 yılları arasında 20 büyük Endonezya imalat

şirketinin verilerini kullanmıştır. Yapmış olduğu regresyon analizi sonucunda, varlıkların getirisinin, temettü getirisinin PD/DD oranının ve F/K oranının hisse senedi getirileri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüş ve borç/öz kaynak oranının ise bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Yaman, Korkmaz ve Açıkgöz (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Borsa İstanbul'da gıda işletmelerinde pay getirisi ile finansal oran ilişkisi incelenmiştir. 2008 küresel finansal krizin dikkate alındığı çalışmada getirileri anlamlı şekilde etkileyen oranların cari oran, fiyat/kazanç oranı ve pay başına kazanç oranı olduğunu tespit etmişlerdir.

Din (2017), 2001-2014 döneminde PSX 100 Endeks şirketlerinin finansal oranlarını kullanarak hisse senedi getirisinin öngörülebilirliğini araştırmıştır. Elde ettiği sonuçlara göre, varlık devir hızı oranı, hisse başına kazanç, enflasyon, faiz oranı ve GSYİH gibi bazı değişkenlerin hisse senedi getirileri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kaldıraç oranı, satış getirisi, firma büyüklüğü, piyasa getirisi ve Tobin's-Q unsurlarının ise hisse senedi getirileri üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Musallam (2018), 2009-2015 döneminde Katar borsası örneklemini için yaptığı çalışmada finansal oranlar ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Elde ettiği bulgulara göre pay başı kazanç, kazanç getirisi ve temettü getirisi oranları, getiriler ile pozitif ve önemli bir ilişki içerisinde olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Ağırman ve Yılmaz (2018) tarafından yapılan çalışmada, Borsa İstanbul'da 2004:2- 2014:4 dönemleri için finansal oranların hisse senedi getirilerini tahmin etmede kullanılabilirliğini araştırmışlardır. Çalışmada PD/DD, F/K oranı, hisse başına temettü ve firma büyüklüğü kullanılarak panel veri analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, finansal oranlar ile hisse senedi getirilerinin tahmin edilebileceği tespit edilmiştir. Ayrıca finansal oranların hisse senedi getirisini tahmin etmedeki gücü sırasıyla; firma büyüklüğü, hisse başına temettü, F/K ve PD/DD şeklindedir.

Sahananporn ve Sukcharoensin (2020) tarafından yapılan çalışmada Tayland Menkul Kıymetler Borsası'nda (SET) listelenen şirketlerin finansal oranları ve hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla SET tarafından yayınlanan 14 adet finansal oran kullanılarak 344 örneklem oluşturulmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre, hisse senedi getirilerinin geçmişteki fiyat değişikliklerine bağlı olduğunu ve teknik analizin kullanımının, temel analizin kullanımına kıyasla hisse senedi fiyatlarını tahmin etmede daha üstün olabileceği tespit edilmiştir.

Cengiz (2020), BIST'teki tüm işletmeleri dahil ederek sermaye varlıkları fiyatlama modeli kullanarak yapmış olduğu çalışmada, Sınıflandırma ağacı yöntemi kullanılarak finansal oranlarda ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonucunda ROE, beş yıllık hisse başına kazanç, özkaynak oranı ve kısa vadeli yükümlülükler/net satışlar kullanılarak beklenen hisse senedi getirilerinden farklı getirilerin elde edilebileceği tespit edilmiştir.

Natarajan ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmada Bombay Menkul Kıymetler Borsası'nda (BSE) listelenen firmalar için hisse senedi getirileri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla 2015-2019 yılları arasındaki veriler kullanılarak korelasyon analizi gerçekleştirilmişlerdir. Çalışmanın sonucunda, hisse senedi getirileri ile finansal performans arasında pozitif bir ilişki tespit edilirken hisse senedi getirileri ile temettü ödeme oranı arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Oflas ve Asl (2021) tarafından yapılan çalışmada UFRS'lerin kabul ve uygulanma etkisinin hisse senedinin piyasa fiyatında yarattığı değişikliklerin istatistiksel gücünü açıklamak amacıyla 2000-2018 yılları arasında aktif olan BIST 50'deki şirketlerin verilerini kullanmışlardır. Çalışmada hisse senedinin defter değeri ve hisse başına kazanç bağımsız değişken ve hisse senedi bağımlı değişken olarak alınarak en küçük kareler regresyon yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu çalışma sonucuna göre, çalışmadaki değişkenler arasındaki ilişki ve regresyonun 2005'ten 2018'e kadar (0.4713) rakamından (0.8740) rakamına doğru arttığını tespit etmişlerdir.

Süslü ve Gök (2021) tarafından yapılan çalışmada BİST Turizm Endeksi hisse senedi fiyatları ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkileri incelemek için 6 adet makroekonomik faktör kullanılmıştır (altın fiyatları, para arzı, döviz kuru, enflasyon oranı, faiz oranı ve petrol fiyatları). Söz konusu çalışmada, 2006M1-2018M12 arası döneme ait aylık veriler kullanılmış olup Etki-Tepki Analizi, Varyans Ayrıştırma Analizi ve Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre altın fiyatları BİST Turizm Endeksi hisse senedi fiyatlarının Granger nedeni iken BİST Turizm Endeksi hisse senedi fiyatlarının da petrol fiyatlarının Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Karadeniz ve Koşan (2021), yüksek ve düşük F/K oranının söz konusu olduğu turizm firmalarında finansal performansın farklılaşım farklılaşmadığını araştırmışlardır. 2012-2018 dönemini baz aldıkları çalışmalarının sonuçlarına göre yüksek F/K ve düşük F/K oranına sahip şirketler arasında stok devir hızı, aktif karlılığı, öz sermaye karlılığı, net kar

marjı, kar büyümesi ve hisse senedi getirilerinin farklılaştığını bulmuşlardır.

Literatürdeki çalışmalardan hareketle, finansal oranların olumlu anlamda kullanım alanları iki başlık altında toplanabilir. Bunlardan birincisi muhasebeciler ve analistler tarafından gelecekteki finansal değişkenleri tahmin etmek amacıyla kullanılması (örneğin, tahmini satışları kar marjı (kar/satış oranı) ile çarparak tahmini gelecekteki karın hesaplanması gibi) diğeri ise kurumsal başarısızlık, kredi notu, risk değerlendirmesi ve girdilerin finansal oranlar olduğu ekonomik hipotezlerin test edilmesi gibi temel olarak tahmin amaçlı istatistiksel modellemelerdir (Barnes, 1987). Mutlak değerlerin aksine oranların kullanılmasının nedeni matematiksel ve temelde boyuta göre ayarlayarak karşılaştırmayı kolaylaştırmak içindir (Barnes, 1987).

III. VERİ VE METODOLOJİ

Bu çalışmada, Borsa İstanbul'da işlem gören işlem hacmi en yüksek 30 şirket seçilmiştir. Finans, gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve spor kulüplerinin bilanço yapıları ve finansal göstergeleri diğer şirketlerden farklılaştığı için analizlerde bütünlük ve tutarlılık olması adına kapsam dışında bırakılmışlardır. Çalışma küresel finansal kriz sonrası dönem ile pandemic öncesi dönemi kapsayacak şekilde planlanmış ve 2010: 1Ç-2019: 4Ç arası dönem baz alınmıştır. Çalışmada 2010 – 2019 yılları arasında sürekli olarak Borsa İstanbul'da işlem gören 30 şirketin çeyrek dönemlik piyasa fiyatlarından, borsa performansı göstergelerinden ve işlem hacimlerinden yararlanılmıştır. Çalışmada analize dahil edilen firmalar Tablo 1'de listelenmektedir.

Tablo 1.
Çalışmada Yer Alan Şirketler

Kod	Ad
ASELS	Aselsan
KRDMD	Kardemir
TCELL	Turkcell
PETKM	Petkim
EREGL	Ereğli Demir Çelik
TUPRS	Tüpraş
SAHOL	Sabancı Holding
KCHOL	Koç Holding
KOZAA	Koza Madencilik
BIMAS	Bim Mağazalar
VESTL	Vestel
IPEKE	İpek Doğal Enerji

Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama

Tablo 1. Devamı

Kod	Ad
TTKOM	Türk Telekom
PGSUS	Pegasus
KOZAL	Koza Altın
TOASO	Tofaş Oto. Fab.
SASA	Sasa Polyester
ARCLK	Arçelik
AFYON	Afyon Çimento
DOHOL	Doğan Holding
SISE	Şişe Cam
TKFEN	Tekfen Holding
NETAS	Netaş Telekom.
GLYHO	Global Yat. Holding
TAVHL	TAV Havalimanları
ZOREN	Zorlu Enerji
IHLAS	İhlas Holding
MGROS	Migros Ticaret
ULKER	Ülker Bisküvi
ENKAI	Enka İnşaat

Çalışmaya dahil edilen değişkenler ise Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.
Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama
FIYAT	Borsa Fiyatı
FK	Hisse Senedi Fiyatı/Hisse Başına Kazanç
HACIM	İşlem Hacmini
PDDD	Piyasa Değeri/Defter Değeri
BETA	Piyasa Getirisi ve hisse senedi getirisi kovaryansı / Piyasa getirisinin varyansı
ACIKLIK	Halka açık hisselerin nominal değerleri toplamının, tüm hisselerin toplam nominal değerine oranını göstermektedir

Çalışmada panel regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Panel regresyon analizine geçmeden önce ön testler gerçekleştirilmiş ve modele en uygun halinin verilmesine çalışılmıştır. Bu amaçla multicollinearity testleri yatay kesit bağımlılığı testi, ikinci nesil birim kök testleri, değişen varyans testi, panel regresyon modeli seçimi yapılmıştır. Son aşamada oluşturulan model tahminlenmiştir.

Çalışmada daha sonra modelde yatay kesit bağımlılığı olup olmadığına bakılmıştır.

**Tablo 6.
Yatay Kesit Bağımlılığı**

Test	İstatistik	Sd	Olas.
Breusch-Pagan LM	2542.308	435	0.0000
Pesaran scaled LM	71.44442		0.0000
Pesaran CD	14.78092		0.0000

Panel verilerde yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesi durumunda, ikinci nesil birim kök testlerinin kullanılması yapılan tahminlerin tutarlılığını, etkinliğini ve gücünü arttırmaktadır. Çalışmada yatay kesit bağımlılığı tespit edildiğinden birim kök testlerinde ikinci nesil birim kök testlerinden biri olan CADF testi kullanılmıştır. Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF testi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7.
Birim Kök Testleri**

Birim Kök Değişkenle <i>r</i>	Düzye Değerleri			Birinci Farklar		
	<i>t-bar</i>	<i>Z-bar</i>	<i>p</i> değeri	<i>t-bar</i>	<i>Z-bar</i>	<i>p</i> değeri
AÇIKLIK	0.010	10.373	1.000	-3.426	-9.651	0.000
HACİM	-1.995	-1.313	0.095	-4.490	-15.850	0.000
F/K	-2.312	-3.156	0,001			
FİYAT	-2.025	-1.488	0.068	-3.291	-8.864	0,000
PD/DD	-1.465	1.778	0.962	-3.684	-11.152	0.000
BETA	-1.696	0.430	0.666	-3.308	-8.963	0.000

Kritik Değerler: %10:-2.080 %5:-2.160 %1:-2.300

Gerçekleştirilen CADF birim kök testinde, maksimum gecikme uzunluğu 4'tür. Optimal gecikme uzunluğu ise Schwarz Bilgi Kriteri (SIC)'ne göre belirlenmiştir. F/K değişkeni hariç diğer değişkenler için serilerin düzey değerlerinde birim kök içerdiğini ifade eden sıfır hipotezinin %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde reddedilemediği görülmektedir. Birinci farkları alınmış serilerin ise durağan oldukları yani değişkenlerin $I(1)$ düzeyinde durağan oldukları görülmüştür. Tüm serilerdeki birim kök sorunları, serilerin birinci farkları alınarak düzeltilmiştir. Panel veri analizlerinde değişkenlerin düzeyde ve birinci farkta durağan olmasının yeterli olduğunu ifade edilmektedir (Topaloğlu, 2018; Kutbay, 2019).

Çalışmada eş varyanslılık (Heteroskedasticity) için gerçekleştirilen White testi değişkenlerdeki varyansların eşit olup olmadığı incelenir (Güven vd., 2018). Hesaplanan olasılıklar 0.05 kritik değeri ile karşılaştırılır. Hesaplanan varyans olasılık değerleri 0.05 değerinin üzerinde ise eş varyanslılık yoktur. Altında olması durumunda ise VAR modelinin kurulamayacağı anlaşılır. Heteroskedasticity Testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir. Olasılık değeri 0.05 değerinden düşük olduğundan eşvaryanslılık sorunu söz konusudur.

Tablo 8.
Heteroskedasticity Testi

Ki-Kare	sd	Probability
2550.056	30	0.0000

Çalışmada panel veri modeli tahmin yöntemine karar verebilmek için Hausman ve F testleri yapılmıştır. Serilerde birim kökün varlığı araştırılmadan önce yapılan ve Tablo 9’da sonuçları verilen testler sonucunda modelin sabit etkiler modeline uygun olduğu bulunmuştur.

Tablo 9.
Model Seçimi

Test	Statistic	d.f.	Prob.
F Testi	56.094866	(29,1165)	0.0000
Hausman Testi	13.828815	5	0.0167

Tablo 10.
Sabit Etkiler Modeli Panel EGLS Model Sonucu

Bağımlı Değişken: FIYAT				
Yöntem: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Örnekleme: 2010Q3 2019Q4				
Yatay Kesit SUR (PCSE) standart hatalar & covariance (d.f. corrected)				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	p
FK	0.000405	0.000100	4.036507	0.0001
HACIM	0.432127	0.018998	22.74559	0.0000
PDDD	0.017550	0.002178	8.056907	0.0000
BETA	-1.481872	0.084802	-17.47455	0.0000
ACIKLIK	-0.003819	0.002963	-1.288875	0.1977
C	0.404268	0.013623	29.67638	0.0000
AR(1)	-0.034108	0.030575	-1.115572	0.2648

$R^2: 0.495533; DW: 2.010042; F:30.98422; p:0,000$

Tablo 10’da, ekonometrik model için tahmin sonuçları yer almaktadır. Otokorelasyon testinde Durbin-Watson istatistiğinden yararlanılabilmektedir (Çeştepe & Tatar, 2018). Otokorelasyon testinde kullanılan hipotezler aşağıdaki gibidir:

$H_0: p = 0$ (otokorelasyon yoktur)

$H_1: p < 1$ (otokorelasyon vardır)

Bu çalışmada kurulan ilk modelde DW değeri yaklaşık $0,49$ olarak gerçekleşmiştir. Modelde, DW test istatistiği ilk modelde kararsızlık bölgesinde olduğundan ve ayrıca yatay kesit bağımlılığı ve değişen varyans tespit edildiğinden standart hataları düzelten dirençli bir tahmin edici olan Cross-Section SUR ağırlıkları ve Cross-Section SUR (PCSE) standart hatalar ve kovaryans algoritmaları kullanılmış ve ek olarak daha güçlü tahminler elde etmek için $AR(1)$ süreci işletilmiştir. Tablo 9'a göre *Panel EGLS Cross-Section SUR* yöntemi sonuçları anlamlı bulunmuştur. R^2 değeri yaklaşık olarak $0,50$ 'dir. Diğer bir deyişle, modeldeki finansal göstergeler, hisse senedi değerinin %50'sini açıklamaktadır. Ayrıca F istatistiği değeri $30,98$ ve p değeri $0,01$ anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için R^2 değerinin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Değişkenlerin katsayılarına ve olasılıklarına bakıldığında Borsa İstanbul'da işlem gören ortalama işlem hacmi en yüksek 30 şirketin dikkate alındığı çalışmada şirketlerin hisse senetlerinin fiyatları üzerinde Fiyat/Kazanç, İşlem Hacmi, Piyasa Değeri/Defter Değeri, Beta değişkenlerinin anlamlı bir şekilde etkili oldukları görülmüştür. Bu değişkenlerden hisse senedi fiyatları üzerinde BETA negatif etkiye sahipken diğer değişkenler pozitif etkiye sahiptir. Katsayılara bakıldığında, hisse fiyatı üzerinde en yüksek düzeyde etkiye sahip değişken ise negatif yönde BETA, pozitif yönde ise işlem hacmidir. Halka açıklık oranının ise herhangi bir etkisi tespit edilememiştir.

IV. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yatırımcılar, gerçekleştirdikleri yatırımlardan getiri elde etmeye çalışırken aynı zamanda şirketlerin gelecekteki hisse senedi getirilerini de tahmin etmeye çalışmaktadırlar. Yatırımcılar için yatırımın getirisi, en uygun yatırımın seçiminde en önemli faktörlerden biridir. Yatırım alternatifleri değerlendirilirken finansal bilgilerin analiz edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla kullanılan en yaygın yöntemlerden biri finansal oranların hesaplanmasıdır. Finansal oranlar temel anlamda işletmelerin iç süreçlerine yönelik oldukça doyurucu seviyede bilgi sağlayan finansal raporların bir özetidir.

Finansal oranlar arasında, yatırımcıların yatırım kararlarını verirken özellikle dikkat ettikleri bir dizi borsa performansı oranı da bulunmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları literatürde yer alan benzer çalışmaların

sonuçlarıyla uyumludur. Basu (1977; 1983) düşük F/K oranına sahip portföylerin, yüksek F/K oranına sahip menkul kıymetlere oranla daha yüksek getiri elde ettiklerini tespit etmiştir. Stafford, Fiore ve Zuber (1989), düşük F/K oranına sahip hisse senetlerine yatırım yapılarak yüksek getiriler elde edilebileceğini vurgulamışlardır. Fama ve French (1992, 1993) hisse senetlerinin beklenen getirilerinin PD/DD oranından pozitif yönde etkilendiğini tespit etmişlerdir. Fama ve French (1992, 1993) düşük PD/DD'ne sahip firmaların hisse senetlerinin daha yüksek getiri sağlama eğiliminde olduğunu göstermişlerdir. Arbel et al. (1983), Carvell ve Strebel (1987), Jahera ve Lloyd (1989), Beard ve Sias (1997), Li ve Fleisher (2004), Akhter et al. (2015) ve Sak ve Daglar (2020) gibi araştırmacılar farklı ülke hisse senedi piyasaları üzerine yaptıkları çalışmalarda PD/DD ile ölçülen ihmal edilmiş şirket anomalisinin belirli düzeylerde geçerli olduğunu tespit etmişlerdir.

Yukarıda ifade edilen finansal göstergelerin yanı sıra literatürde işlem hacmi ile *BETA* değerinin de hisse senedi fiyatları üzerinde etkili olduğunu öne süren çalışmalar yer almaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışmada işlem hacmi ve Beta değişkenlerinin literatüre paralel olarak hisse senedi fiyatları ile anlamlı bir şekilde ilişkili oldukları görülmüştür. *BETA*, hisse senedi fiyatları üzerinde negatif etkiye sahipken işlem hacmi pozitif etkilidir. Literatürde yer alan ve bu yönde yapılmış çalışmalardan bazılarında bakılması gerekirse örneğin Başçı vd. (1996) fiyat ve işlem hacmi arasında eşbütünlüşme ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Gökçe, (2002) hisse fiyat değişimleri ile işlem hacmi arasındaki nedensel ilişkinin yönünün fiyattan işlem hacmine doğru olduğunu belirlemiştir. Mahajan ve Singh (2008) işlem hacmi ile getiri arasında pozitif yönlü bir ilişki saptamışlardır. Uyar ve Kangallı (2012) rasyonel yatırımcıların, yüksek işlem hacmine sahip hisse senetlerinden oluşan portföyleri tercih ettiği takdirde, düşük işlem hacmine sahip hisse senetlerinden oluşan portföylere göre daha yüksek getiri elde edebileceklerini belirtmişlerdir. Yılmaz ve Kaygın (2018), BİST 30 endeksinde işlem hacminden hisse fiyatına doğru, DAX 30 endeksinde ise fiyattan işlem hacmine doğru tek yönlü bir nedensellik bulmuşlardır.

Black, Jensen ve Scholes (1972) ve Miller ve Scholes (1972), düşük betaya sahip hisse senetlerinin sermaye varlık fiyatlandırma modelinin (CAPM) öngördüğünden daha iyi performans gösterdiğini yüksek betalı hisse senetlerinin ise daha kötü performans sergilediklerini bulmuşlardır. Lakonishok & Shapiro (1986) beta değerinin getirilerdeki varyasyonu açıklayamayacağını bildirmişlerdir. Oral ve Yılmaz (2017) Borsa İstanbul Sınai Endeksi ile politik riskin arasında kısa ve uzun dönemli ilişkinin

olduğunu tespit etmişlerdir. Astuty (2017) sistematik risk değerinin hisse senedi fiyatını önemli ve olumsuz etkilediği sonucuna varmıştır. Dayı (2020), hisse senetlerinin getirisinin sistematik riskten etkilendiği tespit etmiştir.

Bu çalışmanın sonuçları borsa performansı oranlarının hisse senedi fiyatları üzerinde önemli derecede etkili olduğunu ortaya koymuştur. Yatırımcıların bu çalışma ile birlikte konu ile ilgili olarak daha önce yapılmış çalışmaların sonuçlarını birlikte değerlendirip kararlarına ve stratejilerine yön verebilecekleri belirtilebilir. Gelecek çalışmalarda daha farklı finansal rasyolar (örneğin temettü verimi) ve daha farklı analiz ve tahmin modelleri ile bu çalışmanın bulguları geliştirilebilir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar Katkıları

Fikir / Kavram: Bilgehan TEKİN

Araştırma Tasarımı: Bilgehan TEKİN

Makale Yazımı: Bilgehan TEKİN

Veri Toplama: Bilgehan TEKİN, Sedanur BASTAK

Analiz: Bilgehan TEKİN, Sedanur BASTAK

Eleştirel Okuma: Bilgehan TEKİN, Sedanur BASTAK

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ağırman, E. & Yılmaz, O. (2018). Value of Financial Ratios in Predicting Stock Returns: A Study on Borsa İstanbul (BIST). *Journal of Business, Economics and Finance (JBEF)*, 7(2), 191-199.
- Akhter, A., Butt, S., Chaudhary, S., & Kiyani, J. (2015). Neglected Firm Effect and Stylized Equity Returns: Evidence from Pakistan. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 50, 100-106.
- Aktaş, M. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Hisse Senedi Getirileri ile İlişkili Olan Finansal Oranların Araştırılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 137-150.

- Albeni, M. & Demir, Y. (2005). Makro Ekonomik Göstergelerin Mali Sektör Hisse Senedi Fiyatları Üzerine Etkisi (İMKB Uygulamalı). *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 14, 1-18.
- Alexakis, C., Patra, T. & Poshakwale, S. (2010). Predictability of Stock Returns Using Financial Statement Information: Evidence on Semi-Strong Efficiency of Emerging Greek Stock Market. *Applied Financial Economics*, 20(16), 1321-1326.
- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and The Prediction of Corporate Bankruptcy. *The journal of finance*, 23(4), 589-609.
- Arbel, A., Carvell, S., & Strebler, P., (1983) Giraffes, Institutions and Neglected Firms. *Financial Analysts Journal*, 39(3), 57-63.
- Asl, M. R. T. & Oflas, A. (2021). UFRS Uygulanma Sürecinde Hisse Senedi Piyasa Değeri ile Hisse Başına Kazanç Ve Hisse Senedi Defter Değeri Arasındaki İlişki (BİST 50'ye Dayalı Bir Uygulama). *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 64, 71-84.
- Astuty, P. (2017). The Influence of Fundamental Factors And Systematic Risk to Stock Prices on Companies Listed in The Indonesian Stock Exchange. *European Research Studies*, 20(4A), 230-240.
- Aydemir, O., Ögel, S. & Demirtaş, G. (2012). Hisse Senedi Fiyatlarının Belirlenmesinde Finansal Oranların Rolü. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 19(2), 277-288.
- Barnes, P. (1987). The Analysis and Use of Financial Ratios. *Journal of Business Finance and Accounting*. 14(4), 449-461.
- Basu, S. (1983). The Relationship Between Earnings' Yield Market Value and Return for NYSE Common Stocks: Further Evidence. *Journal of Financial Economics* 12, 129- 150.
- Başçı, E., Özyıldırım, S., & Aydoğan, K. (1996). A Note on Price-Volume Dynamics in an Emerging Stock Market. *Journal of Banking & Finance*, 20(2), 389-400.
- Beard, C. G., & Sias, R. W. (1997). Is There a Neglected Firm Effect? *Financial Analysts Journal*, 19-23.
- Beaver, W. H. (1966). Financial Ratios As Predictors of Failure. *Journal of Accounting Research*, 71-111.
- Black, F., Jensen, M. C., & Scholes, M. (1972). The Capital Asset Pricing Model: Some Empirical Tests.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *DeneySEL Desenler: Öntest-Sontest Kontrol Grubu, Desen ve Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükşalvarcı, A. (2010). Finansal Oranlar ile Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Analizi: İMKB İmalat Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 48, 130-141.

**Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama**

50

- Campbell, J., & Shiller, R., (1988). The Dividend-Price Ratio And Expectations of Future Dividends And Discount Factors. *Review of Financial Studies*, 1, 195–228.
- Carhart, M. M. (1997). On Persistence in Mutual Fund Performance. *The Journal of Finance* 52(1), 57-82.
- Carvell, S. A., & Strebels, P.J. (1987). Is There a Neglected Firm Effect? [Elektronik versiyon]. Erişim tarihi [11.12.2015], from Cornell University, School of Hospitality Administration site: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/231>
- Cengiz, H. (2020). Borsa İstanbul Hisse Senedi Getirileri ve Finansal Oranlar Arasındaki İlişki Sınıflandırma Ağacı Yöntemi ile Analiz. *İş ve gelişmekte olan piyasalar International Journal (IJBEM)*, 12(2), 204-216.
- Çeştepe, H., & Tatar, H. E. (2018). Yolsuzluk ve Gelir Eşitsizliği: Gelişmekte Olan Ülkeler için Panel Veri Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 111-123.
- Dayı, F. (2020). Sistemik Riskin Hisse Senedi Getirisine Etkisi: Borsa İstanbul Örneği. *Optimum: Journal of Economics & Management Sciences/Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1).
- Din, W. U. (2017). Stock Return Predictability with Financial Ratios: Evidence from PSX 100 Index Companies. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*, 6(3), 269-280.
- Fama, E. F., & French, K. R. (1993). Common Risk Factors İn The Returns On Stocks And Bonds. *Journal of Financial Economics*, 33(1), 3-56.
- Fama, E., & French, K.R. (1992). The Cross-Section of Expected Stock Returns. *Journal of Finance*, 47(2), 427-465.
- Fama, E., & French, K., (1988). Dividend Yields And Expected Stock Returns. *Journal of Financial Economics*, 22, 3–25.
- Fama, E., & Schwert, G.W. (1977). Asset Returns And İnflation. *Journal of Financial Economics* 5, 115–146.
- Fouike, R. (1968). *Practical Financial Statement Analysis* {6th Ed,, McGraw-Hill, New York, 19.
- Gökçe, A. (2002). İMKB'de Fiyat-Hacim İlişkisi: Granger Nedensellik Testi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(3), 1-6.
- Güven, D., Şimşek, T., & Güven, A. (2018). Sağlık Yönetimi Kapsamında Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: MENA Ülkeleri Üzerine Bir Panel Regresyon Analizi. *Sosyoekonomi*, 26(37), 33-55.
- Horrigan, J. O. (1966). The Determination of Long-Term Credit Standing With Financial Ratios. *Journal of Accounting Research*, 44-62.

- Jahera, J. S., & Lloyd, W.P. (1989). Exchange Listing and Size: Effects on Excess Returns. *Journal of Business Finance & Accounting*, 16(5), 675-680.
- Jensen, M. C. (1968). The Performance of Mutual Funds in The Period 1945–1964. *The Journal Of Finance* 23(2), 389-416.
- Kalaycı, Ş. & Karataş, A. (2005). Hisse Senedi Getirileri ve Finansal Oranlar İlişkisi: İMKB’de Bir Temel Analiz Araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (27), 146-158.
- Karadeniz, E. & Koşan, L. (2021). Finansal Performans ve Fiyat/Kazanç Oranı: Borsa İstanbul Turizm Şirketlerinde Bir Araştırma. *Sosyoekonomi*, 29(47), 249-266.
- Khan, M. B., Gul, S., Rehman, S. U., Razzaq, N., & Kamran, A. (2012). Financial Ratios and Stock Return Predictability (Evidence from Pakistan). *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(10), 1-6.
- Kothari, S.P. & Shanken, J. (1997). Book-to-Market, Dividend Yield, and Expected Market Returns: A Timeseries Analysis. *Journal of Financial Economics*, 44, 169–203.
- Kutbay, H. (2019). Vergi gelirlerini etkileyen faktörler: Seçilmiş ülkeler için panel veri analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(3), 602-617.
- Lev, B. (1969). Industry Averages as Targets for Financial Ratios. *Journal of Accounting Research*, 290-299.
- Lewellen, J. (2004). Predicting Returns with Financial Ratios. *Journal of Financial Economics*, 74(2), 209-235.
- Li, L., & Fleisher, B. M. (2004). Heterogeneous Expectations and Stock Prices in Segmented Markets: Application to Chinese Firms. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 44(4), 521-538.
- Mahajan, S. & Singh, B. (2008). An Empirical Analysis of Stock Price-Volume Relationship in Indian Stock Market. *Vision*, 12(3), 1-13.
- Miller, M. H., & Scholes, M. (1972). Rates of Return In Relation to Risk: A Reexamination of Some Recent Findings. *Studies in the Theory of Capital Markets*, 23, 47-48.
- Musallam, S. R. (2018). Exploring The Relationship Between Financial Ratios and Market Stock Returns. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 11(21), 101-116.
- Nargeleşkenler, M. (2011). Hisse Senedi Fiyatları ve Fiyat / Kazanç Oranı İlişkisi: Panel Verilerle Sektörel Bir Analiz. *Business and Economics Research Journal*, 2, 165-184.

**Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama**

52

- Natarajan, R., Sivakavitha, S. & Vasani, S. A. (2020). Relationship Between Stock Return And Firms' Financial Performance in BSE Listed Companies. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(3), 4553-4559.
- Nicholson, S. F. (1960). Price-Earnings Ratios. *Financial Analysts Journal*, 16(4), 43-45.
- Ohlson, J. (1980). Financial Ratio and the Probabilistic Prediction of Bankruptcy. *J. Accounting Research*, 18(1), 109-131.
- Omran, M., & Ragab, A. (2004). Linear Versus Non-Linear Relationships Between Financial Ratios and Stock Returns: Empirical Evidence From Egyptian Firms. *Review of Accounting and finance*. 84-102.
- Oral, İ. O., & Yılmaz, C. (2017). Finansal ve Politik Risk Endeksinin BİST Sınai Endeksi Üzerine Etkisi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 33(33), 192-202.
- Pinches, G. E., & Mingo, K. A. (1973). A multivariate analysis of industrial bond ratings. *The journal of Finance*, 28(1), 1-18.
- Rodoplu, G. (2001). *Para ve Sermaye Piyasaları*. Isparta: Tuğra Ofset.
- Sahananporn, J. & Sukcharoensin, S. (2020). The relationship Between Financial Ratios And Stock Prices: A Panel VAR Approach. *WMS Journal of Management*, 9(4), 15-28.
- Sak, A. F., & Dalgat, H. İhmal Edilmiş Firma Etkisi Anomalisinin Borsa İstanbul'da Test Edilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(Özel Sayı-Special Issue), 926-936.
- Stafford, J. R., Lyle, F. C. & Richard Z. (1989). The Investment Performance of Common Stocks in Relation to Their Price-Earnings Ratios: An Update of the Basu Study. *The Financial Review*, 24(3), 499-505.
- Süslü, C. & Gök, M. A. (2021). Borsa İstanbul Turizm Endeksi Hisse Senedi Fiyatları ile Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 45-68.
- Topaloğlu, E. E. (2018). Bankalarda finansal kırılganlığı etkileyen faktörlerin panel veri analizi ile belirlenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(1), 15-38.
- Uyar, U., & Kangalli, S. G. (2012). Markowitz Modeline Dayali Optimal Portföy Seçiminde İşlem Hacmi Kısıtı. *Ege Academic Review*, 12(2), 183-192.
- Wijaya, J. A. (2015). The Effect of Financial Ratios Toward Stock Returns Among Indonesian Manufacturing Companies. *IBuss Management*, 3(2), 261-271.
- Yaman, S., Korkmaz, T., & Açıkgöz, E. (2017). Pay Getirilerine Etki Eden Finansal Oranların Panel Veri Analiz Yöntemi ile Tespiti: BİST Gıda Firmaları Üzerine Bir Uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 187-204.

Yılmaz, T., & Yerdelen Kaygın, C. (2018). Türk ve Alman Borsalarında Fiyat-Hacim İlişkisini İncelemeye Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Electronic Turkish Studies*, 13(22), 607-618.

Zeytinoğlu, E., Akarim, Y. D., & Çelik, S. (2012). The Impact of Market-Based Ratios on Stock Returns: The Evidence From Insurance Sector in Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 84, 41-48.

**Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama**

THE RELATIONSHIP OF STOCK PRICES AND STOCK MARKET PERFORMANCE RATIOS IN COMPANIES TRADING ON BORSA ISTANBUL: AN APPLICATION IN COMPANIES WITH THE HIGHEST TRADING VOLUME

EXTENDED ABSTRACT

Financial ratios are one of the important tools used to evaluate the performance and financial status of businesses (Chen & Shimerda, 1981). In empirical and theoretical studies over the years, financial ratios are used in the evaluation of companies' failure (Beaver, 1966; Altman, 1968; Ohlson, 1980), in the correct determination of bond scores (Pinches & Mingo, 1973), in the determination of credit ratings (Horrigan, 1968), in the estimation of stock returns (Fama & Schwert, 1977; Fama & French, 1988; Campbell & Shiller, 1988; Kothari & Shanken, 1997; Lewellen, 2004). It has been observed from the studies carried out in this context that financial ratios provide very useful results.

Since the biggest factor affecting the investment decision of the investors is the stock return, it is of great importance for the investors to analyze the factors affecting the stock return. In this context, stock returns are affected by many macro and micro factors. In addition, one of the most important variables taken into account in the investment decision is the price of the stock. The development of financial markets day by day, the increase in capital mobility and financial liberalization have increased the sensitivity of stock prices. For this reason, in order to obtain the expected return from the investment, the factors affecting the stock prices should be determined correctly (Albeni & Demir, 2005).

Based on the studies in the literature, positive usage areas of financial ratios can be grouped under two headings. The first is used by accountants and analysts to predict future financial variables (for example, to calculate estimated future profit by multiplying estimated sales by the profit margin (profit/sales ratio)) and the other is for corporate failure, credit rating, risk assessment, and economic variables where the inputs are financial ratios. They are basically statistical models for predictive purposes, such as testing hypotheses (Barnes, 1987). The reason for using ratios, as opposed to absolute values, is mathematical and mainly to facilitate comparison by adjusting for size (Barnes, 1987).

In estimating stock returns; Fundamental analysis, technical analysis, random walk and efficient markets approaches are used in the context of

financial asset pricing model (CAPM; Jensen, 1967), Fama and French (1993) three, Carhart (1997) four and Fama-French (2015) five factor models. In this study, within the framework of the fundamental analysis approach, it is aimed to determine the financial ratios that affect the stock prices and can be used in the estimation of the prices of the stocks by using the financial ratios that reflect the stock market performance of the companies and are calculated within the framework of the stock market performances. The main difference of this study from previous studies is that it focuses only on ratios and indicators related to stock market performance. In this context, a panel data analysis was carried out in the study, in which the highest trading volume was taken as the dependent variable and the price/earnings ratio, trading volume, PD/DD, beta, free float percentage were accepted as independent variables. In this way, stronger and more consistent results are expected in the context of companies with high transaction volume.

Panel regression analysis was performed in the study. Before proceeding to the panel regression analysis, preliminary tests were carried out and the model was tried to be given its most suitable form. For this purpose, multicollinearity tests, cross section dependency test, second generation unit root tests, varying variance test, panel regression model selection were made. The model created in the last step was estimated.

In the study, Hausman and F tests were performed to decide on the panel data model estimation method. As a result of the tests performed before the existence of unit root in the series and the results of which are given in Table 9, it was found that the model was suitable for the fixed effects model.

Considering the coefficients and probabilities of the variables, it was seen that the Price/Earning, Transaction Volume, Market Value/Book Value, Beta variables were significantly effective on the prices of the stocks of the companies in the study, in which the 30 companies with the highest average trading volume traded in Borsa Istanbul were taken into account. Among these variables, BETA has a negative effect on stock prices, while other variables have a positive effect. Looking at the coefficients, the variable that has the highest effect on the share price is BETA in the negative direction and the trading volume in the positive direction. No effect on free float ratio was detected.

In this study, it was seen that the trading volume and Beta variables were significantly related to stock prices in parallel with the literature. While BETA has a negative effect on stock prices, trading volume has a positive

**Borsa İstanbul'da
İşlem Gören
Şirketlerde Pay
Senedi Fiyatı ve
Borsa Performans
Oranları İlişkisi:
İşlem Hacmi En
Yüksek
Şirketlerde Bir
Uygulama**

56

effect. If we need to look at some of the studies in the literature and conducted in this direction, for example, Başçı et al. (1996) found that there is a cointegration relationship between price and transaction volume. Gökçe (2002) determined that the direction of the causal relationship between share price changes and trading volume is from price to trading volume. Mahajan and Singh (2008) found a positive relationship between transaction volume and return. Uyar and Kangallı (2012) stated that if rational investors prefer portfolios consisting of stocks with high trading volume, they can obtain higher returns than portfolios consisting of stocks with low trading volume. Yılmaz and Kaygın (2018) found a unidirectional causality from trading volume to share price in the BIST 30 index, and from price to trading volume in the DAX 30 index.

Black, Jensen, and Scholes (1972) and Miller and Scholes (1972) found that stocks with low beta outperformed that predicted by the capital asset pricing model (CAPM), while stocks with high beta performed worse. Lakonishok & Shapiro (1986) reported that the beta value cannot explain the variation in returns. Oral and Yılmaz (2017) determined that there is a short- and long-term relationship between the Borsa Istanbul Industrial Index and political risk. Astuty (2017) concluded that the systematic risk value affects the stock price significantly and negatively. Dayı (2020) determined that the return of stocks is affected by systematic risk.

The results of this study revealed that stock market performance ratios have a significant effect on stock prices. It can be stated that with this study, investors can evaluate the results of previous studies on the subject together and guide their decisions and strategies. In future studies, the findings of this study can be improved with different financial ratios (eg dividend yield) and different analysis and forecasting models.

DEĞİŞİM YORGUNLUĞUNUN İŞ MOTİVASYONUNA ETKİSİ: SAĞLIK ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma

57

Öğr. Gör Özer ARIK

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu
ozerarik10@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6783-3117

Prof. Dr. Yunus Emre ÖZTÜRK

Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
yunuseozturk@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6178-6129

Arş. Gör. Müjdat YEŞİLDAL

Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
mujdatyesildal@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1286-903X

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada sağlık çalışanlarının yaşadığı değişim yorgunluğunun iş motivasyonuna etkisini araştırmak amaçlanmıştır.

Yöntem: Nicel yöntem ile tasarlanan araştırmanın örneklemini 430 sağlık çalışanından oluşmaktadır. Araştırmanın verileri "Değişim Yorgunluğu Ölçeği" ve "Motivasyon Ölçeği" kullanılarak anket yöntemi ile toplanmıştır. Veriler normal dağılım gösterdiği için bağımsız gruplarda t testi, basit doğrusal regresyon analizi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Bulgular: Katılımcıların %51,2'si kadın; ortalama yaş 38,78±8,33 olarak tespit edilirken; %38,6'sı 35 yaş altındadır. Ortalama geliri 6119,40±5802,24 TL tespit edilirken; ortalama çalışma süresi ise 12,53±7,73 olarak bulunmuştur. Katılımcıların %58,8'si sağlık hizmetlerinde, %62,8'si gündüz mesaisinde görev yapmaktadır.

Sonuç: Sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyi; yaş, cinsiyet ve çalışma şekline bağlı olarak değişmektedir. İş motivasyonu düzeyi ise yaş, meslek, çalışma şekli ve çalışma süresine göre değişkenlik göstermektedir. Sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu arttıkça motivasyonları azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Değişim Yorgunluğu, Motivasyon, Sağlık Çalışanları

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 18/01/2022

Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 14/02/2022

Kabul Tarihi/Accepted : 22/02/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Arık Ö., Öztürk Y.E. Ve Yeşildal M. (2022) Değişim Yorgunluğunun İş Motivasyonuna Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 57-85.

THE EFFECT OF CHANGE FATIGUE ON WORK MOTIVATION: A RESEARCH ON HEALTHCARE WORKERS

ABSTRACT

Aim: This study aimed to investigate the effect of change fatigue experienced by health workers on work motivation.

Method: The research sample designed with the quantitative method consists of 430 healthcare workers. The study data were collected by questionnaire method using the "Exchange Fatigue Scale" and "Motivation Scale." Since the data showed normal distribution, t-test, simple linear regression analysis, and one-way analysis of variance were used in independent groups.

Findings: 51.2% of the participants were women; the mean age was 38.78 ± 8.33 ; 38.6% were under 35. While the average income was determined as 6119.40 ± 5802.24 TL, the mean working time was found to be 12.53 ± 7.73 . 58.8% of the participants work in health services, and 62.8% in daytime work.

Results: Change fatigue level of health workers; varies depending on age, gender, and working style. The story of work motivation goes according to age, profession, working style, and working time. As change fatigue of healthcare workers increases, their motivation decreases.

Keywords: Change Fatigue, Work Motivation, Healthcare Professionals

I. GİRİŞ

Günümüzde, rekabet gücü giderek zorlaşan işletmeler için değişim, örgütsel yaşamın kaçınılmaz bir gerçeğidir. Bu doğrultuda birçok kuruluş, statükoya meydan okuyarak yeni fırsatlar aramakta ve dönüşümsel değişim süreci başlatmaktadır (Appelbaum et al., 2015; Brown et al., 2017). Diğer endüstrilere göre değişimin daha yoğun yaşandığı sağlık sektörü de süreçlerini, yöntemlerini ve teknolojilerini geliştirmek için sürekli baskıya, çok sayıda iç ve dış uyaranlara maruz kalmaktadır (Lawrence & Frater, 2017).

Sağlık sektöründe değişim ihtiyacı, yeniliklere uyum sağlayabilme ve beklentileri karşılayabilme potansiyeli ile kaliteli sağlık hizmeti sunumu için elzemdir (İleri & Arık, 2018). Ancak sağlık hizmetleri, farklı disiplinler arasındaki iş birliğine dayalı birçok faktörden etkilenen karmaşık ve dinamik bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu nedenle sağlık sektöründeki değişim, özellikle klinik uygulamalardaki değişiklikleri, sağlık profesyonellerinin öncelikleri ve hasta davranışındaki farklılıkları içerdiğinde, genellikle çok daha zordur (Amarantou et al., 2018).

Başarılı bir kurumsal değişim için öncelikle bireylerin değişmesi gerekmektedir. Ancak çalışanlar için değişim, o değişimden etkilendikleri ölçüde önemlidir (İleri & Arık, 2018). Bir organizasyonda çok sayıda değişim girişiminin başlatılması, çalışanlar ve nihayetinde onları istihdam eden kuruluşlar için zararlı etkilere neden olabilir (Bernerth et al., 2011). Devam eden değişim algısı aşırı görünüyorsa, bu değişim hızı, işgücü ve sağlık kuruluşları için istenmeyen sonuçlara yol açabilir (Camilleri et al., 2019).

Hastaneler, daha rekabetçi ve düşük maliyetli olmak için sürekli değişim içindedir ve bu tür hedeflere ulaşmak için atılan adımlar, çalışanlar üzerinde ciddi bir etki yaratabilmektedir (Brown et al., 2018). Özellikle sağlık teknolojilerinde yaşanan baş döndüren gelişmeler, tedavi yöntem ve süreçlerindeki yenilikler, farklı malzemelerin kullanıma sunulması, sağlık sisteminin zorunlu kıldığı dönüşümler ve çalışma ortamında sürekli değişen kurallar sağlık çalışanlarını değişime karşı yorgun kılabilir (Ekingen & Yıldız, 2021). Değişim yükünün getirdiği bu yorgunluk, zamanla stres ve tükenmişlik belirtileri üreterek, ekip bağlılığını, personelin davranışlarını, refahını ve hasta bakımının kalitesini etkileyebilmektedir (Camilleri et al., 2019; Ekingen & Yıldız, 2021). Yapılan araştırmalar, bu durumun işyerindeki hızlı ve sürekli değişimle ilişkili ezici stres, bitkinlik ve tükenmişlik duygusu olan değişim yorgunluğuna yol açabileceğini öne sürmüştür (Bernerth et al., 2011; McMillan & Perron 2013; Brown et al., 2018).

Bu kaçınılmaz ve bunaltıcı değişim süreçlerinde motivasyonu yüksek ve sağlıklı çalışanlara sahip olmak kısa ve uzun vadede kurumlar açısından bir avantajdır (Björklund et al., 2013). Sağlık çalışanı motivasyonu, sağlık hizmetlerinin sunumunu potansiyel olarak etkileyebilen önemli faktörlerden biridir. İşgücü arasında düşük moral, hizmet sunumunun kalitesini düşürebilir ve çalışanları meslekten uzaklaştırabilirken, motive olmuş personelin varlığı sağlık sistemi performansının temel bir belirleyicisidir (Mutale et al., 2013; Bhatnagar et al., 2013; Hotchkiss et al., 2015). Buna karşılık iş yerindeki sık organizasyonel değişiklikler, yönetimin sürekli uyum sağlama talepleri, bir değişikliğin ardından bir toparlanma dönemine izin verilmeden başlayan bir başka değişim süreci personel arasında bıkkınlık ve doygunluk etkisine bağlı olarak değişim yorgunluğu ve direnç yaratabilmektedir (Torppa & Smith, 2011; Ead, 2015).

Bu bağlamda, değişim sürecinde katlanılan tüm bu olumsuz etkilerin en az kayıpla atlatılması ve yeni koşullara en kısa sürede adaptasyon sağlanarak dönüşümün kolayca benimsenmesi amacıyla, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğunun iş motivasyonuna etkisinin bilinmesi, değişim öncesi yapılacak yönetimsel planlamalarda yol gösterici olacaktır. Çalışanlarda değişim yorgunluğu düzeylerinin belirlenmesine

yönelik Türkçe literatürde sınırlı sayıda (Limon, 2019; Limon & Sezgin Nartgün, 2020; Limon et al., 2021; Şahin, 2021) araştırma bulunmakla beraber, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğu üzerine yapılan bir araştırmaya ise rastlanmamıştır. Bu çalışma, sağlık hizmetlerinin sunumunda ve planlanmasında değişim yorgunluğu ve iş motivasyonu kavramlarının ilişkisel düzeyde daha detaylı bir şekilde incelenmesine, ileriye dönük olarak sağlık çalışanlarındaki değişim yorgunluğunun bilimsel ve politik düzeyde tartışılmasına da imkân verecektir. Ayrıca, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğu düzeylerinin nasıl etkilendiğine yönelik bu araştırma sonuçlarının, sağlık yönetimi alanında yapılacak benzer araştırmaları da teşvik etmesi umulmaktadır.

1.2. Değişim Yorgunluğu

Literatürde değişim yorgunluğu sürecini tanımlamada farklı terimler kullanılmıştır. Bu kavram alan yazında; “reform yorgunluğu (reform fatigue)” (Lingard et al., 2000), “girişim yorgunluğu (initiative fatigue)” (Montenegro & Jankowski, 2015), “yenilik yorgunluğu (innovation fatigue)” (Lindsay et al., 2009; Dilkes et al., 2014), “değişimden yorulmak (being tired of change)”, “gelecek şoku (future shock)” ve “uyumsuz başarısızlık (adaptive failure)” (Dilkes et al., 2014) gibi eş değer anlama gelen farklı karşılıklar bulmuştur.

Değişim yorgunluğu, çok fazla değişimin meydana geldiği algısına karşı bir tepkidir ve değişimin bireyler üzerinde sahip olabileceği zararlı etkilerin kavramsallaştırılmasıdır. Değişim yorgunluğu, genel olarak organizasyondaki değişikliklerin hiç bitmeyeceği, organizasyonda kayda değer bir geliştirme veya iyileştirme yapılmadığı ve bu sebeple değişime katılmaya değmeyeceği şeklinde bir algı olarak tanımlanmaktadır (Winter, 2013). Dilkes et al. (2014)'na göre, birçok değişim nedeniyle yaşanmış olumsuz iş deneyimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan isteksizlik ve bitkinlik hissidir. Bernerth et al. (2011) ise değişim yorgunluğunun çalışanlar tarafından çok fazla sayıda değişimin gerçekleştiğine dair bir algı olarak deneyimlendiğini ifade etmektedir. Elving et al. (2011)'na göre değişim yorgunluğu, organizasyonun bütününe ilgilendiren bir olgu olmaktan ziyade, bireysel bir tepki olarak değerlendirilmelidir.

Sık değişim talepleri karşısında, sürekli çaba sarf etmek zorunda kalan çalışanların taşıyabileceği değişim yükü aşırı hale geldiğinde, belirsizlik ve işi bırakma gibi olumsuz tepkiler söz konusu olabilmektedir. Değişim için tüm enerjisini tüketen çalışanlar, art arda dayatılan reformları uygulama konusunda zamanla daha ilgisiz ve isteksiz hale gelebilirler (Bernerth et al., 2011; Dilkes et al., 2014; Johnson, 2016). Değişim

yorgunluğunun öncülerinden biri olan aşırılık, önceki değişikliği tamamlamadan ve özümsemeden, yeni değişikliklerin getirilmesinden kaynaklanmaktadır. Tekrarlanan bu süreç, oryantasyon bozukluğu ve aşırı uyarılmaya bağlı işlevsizlikle neticelenmektedir (Elving et al., 2011).

Değişim yorgunluğu, sürekli örgütsel değişimin bir sonucudur (Brown et al., 2018). Sürekli değişim, bir kişinin talep karşılama kapasitesinin ötesine geçtiğinde, işte ve evde ciddi yorgunluk problemi başlamaktadır. Çalışanların yorgunluğu, hastalık süresinin artmasına, işte verimsizliğe, üretkenlik kaybına, bitkinliğe, örgütsel bağlılığın zayıflamasına ve işten ayrılma oranlarının artmasına neden olmaktadır (Bernerth et al., 2011). Hızlı ve sürekli organizasyonel değişim, hasta bakımının nasıl ve ne zaman sağlanacağını yeniden yapılandığı ve sağlık çalışanlarının işlerini yürütme yöntemlerini değiştirdiği için sağlık hizmeti sunucularını çeşitli şekillerde zorlamaktadır (McMillan & Perron, 2020). Bu durumun sağlık kurumlarında yarattığı kaos ve motivasyonsuzluk, değişimle amaçlanan düzeye ulaşma yolcuğunu başarısızlıkla sonlandırabilir.

Sonuç olarak, çağdaş organizasyonların dinamik bir çevrede varlığını devam ettirebilmeleri için değişim zorunlu olsa da çalışanlarda oluşacak aşırı değişim algısı bazı sorunları da beraberinde getirmektedir (Limon, 2020). Sağlık sektöründe değişim, sağlık hizmetlerinin doğası gereği sert ve acımasızdır. Tıp alanında bilimsel ve teknolojik olarak yaşanan muazzam ilerlemeye bağlı olarak yeniden şekillenen sağlık hizmetlerindeki hızlı, yoğun ve karmaşık değişimlerin öncelikli muhatabı sektörün ana unsuru olan sağlık çalışanlarıdır. Sağlık çalışanları bir yandan bu radikal değişimleri yaşarken, diğer yandan da hasta bakımını aksatmadan hizmet sunumuna devam etmek zorundadır. İşte, tüm bu sancılı değişimlerin yorgunluğunu taşımak zorunda olan sağlık çalışanlarının örgütsel amaçlarına odaklanmasını sağlayacak en önemli itici güçleri yüksek motivasyondur.

1.3. İş Motivasyonu

Motivasyon, istek ve irade ile karakterize edilen davranışın altında yatan nedenleri ifade etmektedir. Motivasyon, insan davranışlarını ve performansını etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Bireyin motivasyon düzeyi, kurumsal performansın tüm yönlerini etkileyebilir (Yusoff et al., 2013). İş motivasyonu, "bireyin örgütsel hedeflere yönelik çaba sarf etme ve bu çabayı sürdürme konusundaki istekliliği" olarak tanımlanabilir. Sağlık çalışanı motivasyonu ise bireysel ve örgütsel hedefler arasında bir uyum olduğunda ve çalışanlar görevlerini yerine getirebileceklerini algıladıklarında ortaya çıkar (Franco et al., 2002).

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

62

Her sağlık sisteminin başarısı, büyük ölçüde sağlık çalışanlarının ne ölçüde motive olduklarına bağlıdır (Ankomah et al., 2016). Sağlık çalışanlarının motivasyonu, sağlık profesyonelleri ile çalışma ortamları arasındaki etkileşimi yansıtır ve sağlık hizmetlerinin sunumunu potansiyel olarak etkileyebilmektedir (Weldegebriel et al., 2016). Sağlık hizmeti sunumu emek yoğunudur ve hizmet kalitesi, verimlilik ve hakkaniyete doğrudan çalışanların görevlerini yerine getirme isteklilikleri aracılık etmektedir (Franco et al., 2002). Kendini işine adanmış ve motive olmuş sağlık çalışanları, hasta memnuniyetini artıran verimli ve etkili hizmet sunumunun, sağlık sistemi performansının ve sağlık çalışanlarının işte kalmasının anahtarıdır (Okello & Gilson, 2015; Tripathy et al., 2016).

Motivasyon, sağlık profesyonellerinin mesleki yetkinliklerini korumaları, iş gücüne devam etmeleri ve işyerlerine olumlu katkı sağlamaları için önemli bir itici güçtür (Thu et al., 2015). Bu nedenle bir organizasyonun sektörde rekabet edebilmesi ve başarılı olabilmesi, mevcut insan kaynaklarını optimum yarar ile yönetmesine bağlıdır. Çalışanların performanslarını artırmanın ilk koşulu ise onları örgütsel amaçlara kanalize etmek amacıyla en iyi biçimde motive etmektir (Orhaner & Mutlu, 2018). Sağlık çalışanlarının motivasyonu ise yaş, deneyim yılı, eğitim düzeyi, konumu, işe bağlılık, ücret, prim, denetim, terfi, finansal ödüller, kariyer gelişimi, sürekli eğitim, hastane altyapısı, kaynak mevcudiyeti, hastane yönetimi, tanınma/takdir edilme, iş arkadaşları, yönetimin desteği, haksız muamele ve iletişim gibi birçok kişisel ve örgütsel faktörden etkilenebilmektedir (Willis-Shattuck et al., 2008; Daneshkohan et al., 2014; Baljoon et al., 2018). Ayrıca motivasyon, değişimin başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Çalışanların motivasyonu kırılmış ve hayal kırıklığına uğramışlarsa, değişim çoğu zaman başarısızla sonuçlanmaktadır. Bu nedenle, çalışanlar örgütsel değişimin kendilerine uygun şekilde tasarlanmadığını algıarlarsa, motivasyonlarının etkilenmesi ve değişim sürecinin amacına ters düşebilmeleri muhtemeldir (Tefera & Mutambara, 2016).

Keskin (2004) tarafından yapılan bir araştırmada, çalışanların işletmelerdeki değişim süreçlerine pozitif katkılarının motivasyon düzeyleri ile paralellik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Gezer (2019)'in araştırmasında, çalışanların motivasyon düzeylerinin bilgi paylaşımını etkilediği ve yenilikçi davranış üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Akbaş Tuna ve Türkmendağ (2020) yaptığı araştırmada ise Covid-19 pandemisinde uzaktan çalışma hayatının getirdiği değişimlerin motivasyon üzerinde artan iş yükü, işten çıkarılmalar ve iş ortamının bozulması gibi olumsuz etkilerinin yanında, evde çalışmanın getirdiği sağlıklı çalışma ortamı, rahat, özerk ve

esnek çalışma imkânı ile işteki verimliliğin ve yaratıcılığın artması, zaman ve para tasarrufu gibi olumlu etkilerinden bahsedilmiştir. Yapıcıoğlu (2019) tarafından yapılan araştırmada, sosyodemografik etkenler ve çalışma ortamının sağlık çalışanlarına sağladığı imkanlar doğrultusunda motivasyon düzeylerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Organizasyonlarda çok fazla değişiklik algısı iş stresine katkıda bulunarak değişime direnç, iş memnuniyetsizliği ve devamsızlığı artırırken, iş performansında ve motivasyonda azalmaya neden olabilmektedir (Dool, 2009).

Genel anlamda, değişimin motivasyon üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmalardan farklı olarak, değişim kavramının ötesinde aşırı değişim girişimlerinin neden olduğu ve genellikle fark edilmeyen pasif davranışlar olarak tanımlanan (Bernerth et al., 2011; McMillan & Perron, 2013) değişim yorgunluğu ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin sağlık çalışanları boyutuyla araştırılmasının alan yazındaki literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

II. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, tipi, veri toplama araçları, evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve analizi, araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları ile araştırmanın etik ve izin boyutlarına ilişkin genel bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sürekli değişken bir çevrede faaliyet gösteren sağlık işletmelerinin varlıklarını devam ettirerek sektörde rekabet edebilmeleri, açık bir sistem anlayışıyla değişimlere hızlı bir şekilde tepki verebilmelerine ve çevresel koşullara uyum sağlayabilme yeteneklerine bağlıdır. Böyle bir ortamda sık ve yoğun değişimleri yaşamak zorunda kalan sağlık çalışanlarının iş yapma istekliliği, biri bitmeden başlayan başka bir değişim sürecinin yorgunluğundan etkilenebilmektedir. İş motivasyonu olarak adlandırılan bu durum, sağlık çalışanlarının performanslarını ve çalışma potansiyellerini etkileyerek sağlık bakım kalitesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, değişim yorgunluğunun iş motivasyonu ile bağlantısının sağlık çalışanları üzerinde incelenmesi ile çalışanların değişim yorgunluğu düzeylerine bakılarak sağlık hizmetlerinde değişim sıklığı ve zamanı öngörülebilecek, değişim yorgunluğu ve motivasyonun çalışma şekli ve meslek grupları gibi demografik değişkenlere göre farklılaşmasına ilişkin anlamlı bilgiler elde edilebilecektir. Bu bilgiler, sağlık işletmelerinde değişim öncesi yapılacak yönetsel planlamalarda yol gösterici olması bakımından çok önemlidir. Dolayısıyla bu araştırmanın amacı, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğunun iş motivasyonuna etkisini incelemektir.

2.2. Araştırmanın Tipi

Bu araştırmada, nicel araştırma deseni kullanılarak tanımlayıcı nitelikte bulgular ortaya konulmuştur. Araştırma, mevcut durumun tespit edilmesine yönelik tanımlayıcı ve ilişkisel bir tarama modeli olarak kurgulanmıştır.

2.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, veri toplamak için üç bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşan kişisel bilgi formu, ikinci bölümde değişim yorgunluğu ölçeği ve üçüncü bölümünde ise motivasyon ölçeği yer almaktadır.

Değişim Yorgunluğu Ölçeği, Bernerth et al. (2011) tarafından geliştirilen, Ekingen & Yıldız (2021) tarafından Türkçe'ye geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan, altı maddeden ve tek boyuttan oluşan 7'li Likert tipinde bir ölçme aracıdır. Değişim Yorgunluğu Ölçeği, çalışanların işyerindeki değişim sıklığına karşı etkileşim alguları ile sosyal, bilişsel ve duygusal sonuçlarını değerlendirmektedir. Bu araştırmada, değişim yorgunluğu ölçeğine ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,883 olarak tespit edilmiştir. Motivasyon Ölçeği, Orhaner & Mutlu (2018) tarafından geliştirilen, on sekiz maddeden ve iki boyuttan oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Bu araştırmada, motivasyon ölçeğine ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,936 olarak tespit edilmiştir.

2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Veriler, araştırmacılar tarafından Ekim-Kasım 2021 tarihlerinde çevrimiçi veri toplama yöntemlerinden Google Formlar aracılığıyla toplanmıştır. Bir anketin doldurulması için 5-10 dakika süre yeterli olmaktadır. Toplanan veriler düzenleme işlemine tabi tutulduktan sonra IBM SPSS Statistics 26.0 (Statistical Packages for the Social Sciences) paket programı kullanılarak istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Veriler öncelikle normallik dağılımı için Kolmogorov-Smirnov testine tabi tutulmuş ve %95 güvenle normal dağılımlı bulunmuştur ($p>0,05$). Veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testlerden bağımsız gruplarda t testi, basit doğrusal regresyon analizi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA); gruplar arası farklılığın tespiti için de Post-Hoc testlerinden Tukey HSD kullanılmıştır. Bulguların değerlendirilmesinde kategorik değişkenler için sayı (n) ve yüzde (%); sayısal değişkenler için de ortalama (mean) ve standart sapma (ss) kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık düzeyi olarak $p<0,05$ değeri baz alınmıştır. Bulunan değerlerin $p<0,05$ olması halinde istatistiksel olarak

anlamli bir farklıliğın olduğu, $p>0,05$ olması halinde ise anlamli bir farklıliğın olmadığı belirlenmiştir (Kalaycı, 2010).

2.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, hastanede görev yapan 18 yaş üzeri sağlık çalışanlarından oluşmaktadır. Bu nedenle, araştırma evreni olarak hastaneden edinilen bilgiye göre mevcut sağlık çalışanı sayısı (4080 kişi) temel alınmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup, örneklem büyüklüğünü tespit etmek amacıyla Altunışık et al. (2012) tarafından oluşturulan tablodan yararlanılmıştır. Buna göre 4500 kişilik evrene karşılık 354 kişiden oluşan örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu belirlenmiştir. Anket çalışmasında tüm evrene ulaşılmaya çalışılmış olup, analize esas olmak üzere toplam 430 yanıt alınmıştır.

2.6. Araştırmanın Etik ve İzin Boyutu

Araştırma öncesinde, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 29.09.2021 tarih ve 2021/1636 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırmanın yapıldığı üniversite hastanesinden de gerekli kurum izni yazılı olarak alındıktan sonra katılımcıların bilgilendirilmiş onamı ile anket formu uygulanmıştır. Ayrıca, araştırmada kullanılan ölçekleri geliştiren/uyarlayan araştırmacılarla e-posta yoluyla iletişim kurularak ölçek izinleri de alınmıştır.

2.7. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırmada elde edilen bulgular, verilerin toplandığı süre, il, araştırmanın yapıldığı üniversite hastanesi ve burada görev yapan sağlık çalışanları ile sınırlıdır. Bu sebeple ulaşılan araştırma sonuçları, sağlık kurumlarının tamamı ve tüm sağlık çalışanları için genellenemez. Katılımcıların ankette yer alan ifadelere objektif olarak cevap verdiği ve kullanılan ölçme araçlarının güvenilir olduğu varsayılmaktadır.

III. BULGULAR

Araştırma verileri istatistiksel olarak analiz edildiğinde elde edilen bulgular tablolar halinde aşağıda verilmiştir.

Tablo 1.
Temel Demografik Bulgular

Değişkenler (n=430)		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	220	51,2
	Erkek	210	48,8
Yaş Ort. \pm SS 38,78 \pm 8,33 Min. 21 Max. 60	\leq 35	166	38,6
	36 – 44	149	34,7
	45 \geq	115	26,7
Medeni Durum	Evli	349	81,2
	Bekâr	81	18,8
Öğrenim Düzeyi	Lise	71	16,5
	Ön lisans	86	20,0
	Lisans	203	47,2
	Lisansüstü	70	16,3
Gelir Düzeyi (TL) Ort. \pm SS 6119,40 \pm 5802,24 Min. 1800 Max. 75000	\leq 3800	147	34,2
	3801 – 6000	160	37,2
	6001 \geq	123	28,6
Meslek	İdari	177	41,2
	Sağlık	188	58,8
Çalışma Süresi (Yıl) Ort. \pm SS 12,53 \pm 7,73 Min. 1 Max. 34	\leq 8	149	34,7
	9 – 14	118	27,4
	15 \geq	163	37,9
Çalışma Şekli	Gündüz	270	62,8
	Nöbet	48	11,2
	Karma	112	26

Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarına ait temel demografik bulgular Tablo 1’de yer almaktadır. Katılımcıların %51,2’si kadın ve %48,8’i erkek olmak üzere, araştırma grubu toplam 430 kişiden oluşmaktadır. Katılımcılara ait ortalama yaş 38,78 \pm 8,33 olarak tespit edilirken; %38,6’sı 35 yaş altındadır. Araştırmaya katılanların %81,2’si evli, %18,8’si ise bekârdır. Lisans mezunu katılımcıların oranı %47,2 ile diğer öğrenim düzeylerine göre daha yüksek bulunmuştur. Katılımcıların ortalama geliri 6119,40 \pm 5802,24 TL tespit edilirken; %37,2’si 3801 – 6000 TL gelire sahiptir. Hastanedeki ortalama çalışma süresi ise 12,53 \pm 7,73 ve %37,9’u 15 yıl ve üzeri tecrübeye sahiptir. Katılımcıların %58,8’si sağlık hizmetlerinde, %41,2’si ise idari hizmetlerde çalışmaktadır. Sağlık çalışanlarının %62,8’si gündüz mesaisinde, %26’sı nöbet usulü ve %11,2’si de karma şekilde görev yapmaktadır.

Tablo 2.
Değişim Yorgunluğunun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Değişkenler (N=430)	N	Ort±SS	t/F	p	Post-Hoc	
Cinsiyet	Kadın	220	4,45±1,49	-1,99	0,047	
	Erkek	210	4,17±1,50			
Yaş	≤35 ¹	166	4,49±1,52	3,65	0,027	1>3*
	36 – 44 ²	149	4,36±1,50			
	45≥ ³	115	4,01±1,44			
Medeni Durum	Evli	349	4,27±1,50	-1,17	0,244	
	Bekâr	81	4,49±1,53			
Öğrenim Düzeyi	Lise	71	4,32±1,50	1,07	0,360	
	Ön lisans	86	4,32±1,44			
	Lisans	203	4,41±1,58			
	Lisansüstü	70	4,03±1,30			
Gelir Düzeyi (TL)	≤3800	147	4,17±1,49	4,03	0,018	2>1,3
	3801 – 6000	160	4,58±1,50			
	6001≥	123	4,14±1,46			
Meslek	İdari	177	4,17±1,45	-1,49	0,138	
	Sağlık	188	4,40±1,53			
Çalışma Süresi (Yıl)	≤8	149	4,40±1,61	2,68	0,070	
	9 – 14	118	4,50±1,43			
	15≥	163	4,11±1,42			
Çalışma Şekli	Gündüz ¹	270	4,07±1,40	10,85	<0,001	3>1*
	Nöbet ²	48	4,56±1,62			
	Karma ³	112	4,80±1,54			

Post-Hoc testleri *=Tukey HSD

Katılımcıların demografik özellikleri ile Değişim Yorgunluğu ölçeğinden aldıkları puanların karşılaştırılması Tablo 2’de verilmiştir. Değişim Yorgunluğu ile medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek ve çalışma süresi arasında istatistiksel olarak anlamlılık saptanmamıştır (p>0,05). Kadınların erkeklere göre, gelir düzeyi 3801 – 6000 TL olanların diğer gelir gruplarına göre, 35 yaş altındakilerin 45 yaş ve üzerinelere göre ve karma şekilde çalışanların ise gündüz mesaisinde çalışanlara göre değişim yorgunluğu düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (p<0,05).

Tablo 3.
İş Motivasyonun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Değişkenler (N=430)	N	Ort±SS	t/F	p	Post-Hoc
Cinsiyet	Kadın	220	2,41±0,74	1,25	0,213
	Erkek	210	2,50±0,83		
Yaş	≤35 ¹	166	2,34±0,81	4,37	0,013
	36 – 44 ²	149	2,45±0,73		
	45≥ ³	115	2,62±0,80		
Medeni Durum	Evli	349	2,49±0,79	1,91	0,056
	Bekâr	81	2,30±0,75		
Öğrenim Düzeyi	Lise	71	2,59±0,83	1,03	0,379
	Ön lisans	86	2,38±0,79		
	Lisans	203	2,43±0,78		
	Lisansüstü	70	2,48±0,77		
Gelir Düzeyi (TL)	≤3800	147	2,57±0,81	3,02	0,051
	3801 – 6000	160	2,36±0,74		
	6001≥	123	2,44±0,79		
Meslek	İdari	177	2,59±0,80	2,98	0,003
	Sağlık	188	2,36±0,76		
Çalışma Süresi (Yıl)	≤8 ¹	149	2,40±0,80	3,70	0,025
	9 – 14 ²	118	2,35±0,76		
	15≥ ³	163	2,58±0,78		
Çalışma Şekli	Gündüz ¹	270	2,57±0,76	8,76	<0,001
	Nöbet ²	48	2,29±0,75		
	Karma ³	112	2,24±0,82		

Post-Hoc testleri *=Tukey HSD

Katılımcıların demografik özellikleri ile Motivasyon ölçeğinden aldıkları puanların karşılaştırılması Tablo 3'te verilmiştir. Motivasyon ile katılımcıların cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyleri ve gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlılık saptanmamıştır ($p>0,05$). 45 yaş ve üzerindeki motivasyon düzeylerinin 35 yaş ve altındakilere göre daha yüksek olduğu, sağlık hizmetlerinde çalışanların idari hizmetlerde çalışanlara göre motivasyon düzeylerinin daha düşük olduğu; 15 yıl ve üzerinde tecrübesi olanların 9 – 14 yıl tecrübelilere göre ve gündüz mesaisinde görev yapanların ise nöbet ve karma şekilde çalışanlara göre motivasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 4.
Değişim Yorgunluğunun Motivasyona Etkisi

Değişken	β	Standart Hata	Beta	t	p
Sabit*	3,384	0,106	-	32,071	0,000
Değişim Yorgunluğu	-0,216	0,023	-0,411	-9,328	0,000

*Motivasyon (Bağımlı Değişken)
R=0,411 R²=0,169 F=87,01 p=0,000 D.W= 0,791

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

69

Değişim yorgunluğunun iş motivasyonu üzerine etkisine ilişkin basit doğrusal regresyon analizi Tablo 4'te verilmiştir. Tabloya göre değişim yorgunluğun ve motivasyon arasında yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($p < 0.001$). Motivasyonda gerçekleşen değişimin %16,9'u değişim yorgunluğu ölçeği tarafından açıklanmaktadır ($R^2 = 0,169$). Değişim yorgunluğunda gerçekleşen artış motivasyona negatif yönde yansımaktadır ($\beta = -0,216$). Değişim yorgunluğu motivasyon düzeyini düşürmektedir.

IV. TARTIŞMA

Bu kısımda, araştırmada toplanan verilerden elde edilen bulgular kapsamında ulaşılan çıkarımlara ve buna ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir. Bu araştırma öncelikle, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğunun iş motivasyonuna etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu ile motivasyon düzeyleri demografik özellikleri ile karşılaştırılmıştır. Araştırmamızın çıkış noktası, değişim yorgunluğunun sürekli örgütsel değişimin bir sonucu olduğu ve bu kavramın değişimin sıklığı ve hızı ile ilişkilendirildiği (Bernerth et al., 2011; Elving et al., 2011; Limon, 2019), örgütsel değişim dönemlerinde ise artan stres ve iş yükü nedeniyle ortaya çıkan ezici yorgunluğun sağlık çalışanları için bazı olumsuz sonuçlarının olabileceği (Hansson et al., 2008) varsayımına dayanmaktadır.

Değişim yorgunluğunu yalnızca örgütsel değişimle ilgili değil, diğer örgütsel davranış türleri için de önemli etkilerinin olduğu bilinmektedir (Limon, 2020). Bernerth et al. (2011) bir üretim organizasyonunda yaptığı araştırmada, değişim yorgunluğunun duygusal tükenme ve işten ayrılma niyetleri ile pozitif, örgütsel bağlılık ile negatif ilişkili olduğu bulunmuştur. Farklı sektördeki çalışanlar üzerinde yapılan başka araştırmaların sonuçları da Bernerth et al. (2011)'nin araştırma bulguları ile benzerlik göstermiştir (Perel, 2015). Finans sektöründe yapılan başka bir araştırmada ise yeniden yapılanma sayısı ile değişim yorgunluğu seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, belirsizlik ve iş yükünün değişim yorgunluğunun aracı faktörleri olduğu tespit edilmiştir (de Vries & de Vries, 2021).

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

70

Yapılan literatür taramasında sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğunun iş motivasyonu ile ilişkisini inceleyen daha önce yapılmış bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak, iş motivasyonunun bir belirleyicisi olarak iş tatmini (Ismail & Abd Razak, 2016) ile örgütsel değişim ve değişim yorgunluğu arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalar mevcuttur (Dool, 2009; Kuokkanen et al., 2009; Brown et al., 2018; Limon et al., 2021). Storseth (2004), örgütsel değişim ile iş motivasyonu arasında negatif bir ilişkinin varlığından söz etmektedir. Aynı araştırmada organizasyonel değişikliklerle karşılaşan çalışanlar arasında, değişiklik yaşamayan çalışanlara kıyasla iş motivasyonu seviyesi daha düşük saptanmıştır. Dool (2009) tarafından yapılan araştırma, çok fazla değişim girişimini iş stresi ile doğrudan ilişkilendirerek değişim yorgunluğunun iş tatmini üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Limon et al. (2021)'nin yaptığı araştırma bulguları, değişim yorgunluğu ve iş tatmininin negatif ilişkili olduğunu göstermiştir. Limon (2019) tarafından yapılan başka bir araştırmada, değişim yorgunluğu ile moral yitimi arasında anlamlı negatif yönlü orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar, algılanan sürekli değişim girişimlerinin mesleki açıdan mutluluklarını ve motivasyonlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur (Limon, 2019; Şahin, 2021). Sık değişim algısı değişime direnç, iş memnuniyetsizliği ve devamsızlığı artırırken, iş performansında ve motivasyonda azalmaya neden olabilmektedir (Dool, 2009). Şahin (2021) tarafından yapılan araştırmada, öğretmenlerin algıladıkları sürekli bir değişim girişiminin mesleki açıdan motivasyonlarını olumsuz etkilediği ortaya konmuştur.

Kuokkanen et al. (2009) tarafından hemşireler üzerinde yapılan boylamsal bir araştırmada, örgütsel değişim, çalışma ortamında artan stres deneyimi ve iş tatmininin azalması ile ilişkilendirilmiştir. Orhaner & Mutlu (2018) tarafından sağlık çalışanları üzerinde yapılan araştırmada ise iş tatmini ve motivasyon arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ve iş tatmininin çalışan motivasyonunu arttırdığı belirlenmiştir. Brown et al. (2018)'nin hemşireler üzerinde yaptığı başka bir araştırmada değişim yorgunluğu ile iş tatmini arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif bir ilişki saptanmıştır. Bir sağlık çalışanının iş tatmininin, motivasyonla ve iş performansı ile olan varsayımsal ilişkisi nedeniyle önemli olduğu düşünülmektedir (Hotchkiss et al., 2015). Sağlık çalışanı motivasyonu, performans ve iş tatmini gibi motivasyonel sonuçlara aracılık etmektedir (Franco et al., 2004; Bonenberger et al., 2014). Bu bağlamda, değişim yorgunluğunun iş tatmini ile aynı zamanda iş performansı ve moral bozukluğu ile de ilişkili olduğu görülmektedir (Limon, 2019; Limon et al., 2021). McMillan & Perron (2020) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre değişim yorgunluğu hemşirelerde tükenmişlik, duyarsızlık, güçsüzlük

ve motivasyonsuzlukla ilişkilendirilmiştir. Bizim araştırmamızda ulaşılan bulgulara göre ise sağlık çalışanlarındaki değişim yorgunluğunun çalışanların motivasyonları üzerinde negatif yönlü bir etkisinin olduğu, bir başka ifadeyle değişim yorgunluğunun motivasyon düzeyini düşürdüğü söylenebilmektedir.

Araştırma bulguları demografik değişkenler açısından analiz edildiğinde, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmıştır. Kadın sağlık çalışanlarının erkeklere göre değişim yorgunluğu düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma bulguları ile paralel olarak, Brown (2016) ile Brown et al. (2018) cinsiyeti, değişim yorgunluğunun önemli bir yordayıcısı olarak tespit etmişlerdir. Limon et al. (2021) ise cinsiyeti değişim yorgunluğu ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir değişken olarak belirlemişlerdir. Şahin (2021)'in yaptığı araştırmada da değişim yorgunluğu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, araştırma bulgularının alan yazın ile örtüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte Elving et al. (2011), Limon (2019), Limon & Sezgin Nartgün (2020) araştırmalarında cinsiyet değişkeninin değişim yorgunluğunu etkilemediğini saptamışlardır. Bu açıdan da alan yazında araştırma bulgularının farklılık gösterdiği söylenebilmektedir. Öte yandan bu araştırmada, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Bu araştırma bulguları ile benzer olarak, Orhaner & Mutlu (2018) da sağlık çalışanlarında motivasyon düzeylerinin cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmadığını belirlemiştir.

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık bulunmuştur. Bu bulgu değerlendirildiğinde, sağlık çalışanlarının yaşı azaldıkça değişim yorgunluğu düzeylerinin arttığı söylenebilir. Benzer şekilde, Vestel (2013) hemşirelerde değişim yorgunluğunu incelediği çalışmasında, personel ne kadar gençse değişim yorgunluğuna karşı o kadar savunmasız olduğunu belirlemiştir. Elving et al. (2011) ise yaş değişkeninin değişim yorgunluğu üzerinde önemli bir etkisinin olduğu saptanmıştır. En yaşlı çalışanların, değişim yorgunluğu düzeylerinin de en yüksek seviyelerde olduğunu ileri sürmüştür. Bu yönüyle, araştırma bulgularının farklılık gösterdiği ifade edilebilir. Ayrıca bu araştırmada, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık bulunmuştur. Bu bulguya göre, sağlık çalışanlarının yaşı arttıkça motivasyon düzeylerinin de arttığı söylenebilir. Bir başka ifadeyle, genç sağlık çalışanları daha az motive durumdadır. Bunun nedeni, iş tatmini, maaş ve emeklilik gibi mesleki

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

yaşamdan duyulan beklentilerin yaşa göre nitelik ve nicelik olarak farklı olabildiği düşünülebilir. Brown et al. (2018) yaş ve iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Orhaner & Mutlu (2018) sağlık çalışanlarında iş tatmininin çalışan motivasyonunu arttırdığını ortaya koymuştur. Sağlık çalışanları üzerinde yapılan bir başka çalışmada, yaş azaldıkça ek ödeme beklentisi artarken, yaş arttıkça çalışanların ek ödeme gibi geçici ve yüzeysel çözümler yerine, özlük haklarının iyileştirilmesi gibi daha kalıcı çözümlerin uygulanması gerektiğini düşünenlerin oranı artmıştır (Arık & Aydoğdu, 2021).

Bu çalışmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Bu çalışmanın bulguları ile benzer şekilde, Brown (2016), Limon (2019), Limon & Sezgin Nartgün (2020) ve Şahin (2021) çalışanların medeni durumu ile değişim yorgunluğu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirlemişlerdir. Bu araştırma bulgularının da söz konusu çalışmaların sonuçları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Diğer taraftan bu çalışmada, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Bu çalışmadan farklı olarak, Orhaner & Mutlu (2018) ise sağlık çalışanlarının motivasyon düzeylerinin medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını bulmuştur. Bu bağlamda, araştırma bulgularının farklılık gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu çalışmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile öğrenim düzeyi değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Benzer şekilde, Limon (2019) ve Limon & Sezgin Nartgün (2020) tarafından yapılan çalışmalarda da çalışanların öğrenim düzeyi ile değişim yorgunluğu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu bağlamda, araştırma bulgularının alan yazın ile örtüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte, Brown (2016) yaptığı çalışmada eğitim düzeyi arttıkça değişim yorgunluğunun azaldığını tespit etmiştir. Şahin (2021) ise çalışanların öğrenim düzeyi ile değişim yorgunluğu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulmuştur. Bu yönüyle, araştırma bulgularının farklılık gösterdiği söylenebilmektedir. Öte yandan bu çalışmada, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile öğrenim düzeyleri arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Bu çalışmadan farklı olarak, Orhaner & Mutlu (2018) ise sağlık çalışanlarında motivasyon düzeylerinin eğitimlerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını belirlemiştir.

Bu çalışmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık

bulunmuştur. Buna karşılık, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Bu araştırmadan farklı olarak, Orhaner & Mutlu (2018) ise sağlık çalışanlarının motivasyon düzeylerinin gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını bulmuştur. Bu yönüyle, araştırma bulgularının farklılık gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile idari ve sağlık personeli olarak belirlenen meslekler arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Buna karşılık, sağlık hizmetlerinde çalışan meslek gruplarının idari hizmetlerde çalışanlara göre motivasyon düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın bulguları ile benzerlik gösteren Orhaner & Mutlu (2018)'nin araştırmasında da sağlık çalışanlarının motivasyon düzeylerinin mesleklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Aynı çalışmada, doktorlar ve idari personelin motivasyon düzeyleri diğer meslek gruplarındaki çalışanlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunurken, hemşireler ve temizlik personelinin ise oldukça düşük motivasyon düzeyinde oldukları belirlenmiştir.

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile çalışma süresi bir başka ifadeyle mesleki deneyimi arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmamıştır. Değişim yorgunluğu ile mesleki deneyim ilişkisini ortaya koyan diğer çalışmalar incelendiğinde farklı araştırma bulguları ile karşılaşılabilir. Brown (2016) ile Camilleri et al. (2019) yaptığı araştırmalarda daha deneyimli ve daha uzun süre hizmet veren hemşirelerin yeni mezun meslektaşlarından çok daha yüksek düzeyde değişim yorgunluğuna sahip olduğu saptanmıştır. Elving et al. (2011) ise görev süresinin değişim yorgunluğu üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu, çalışanlar örgüt tarafından ne kadar uzun süre çalıştırılırsa değişim yorgunluğunun o kadar fazla olduğunu belirlemiştir. Bununla birlikte, deneyim düzeyi arttıkça değişim yorgunluğu düzeylerinin azaldığını ortaya koyan araştırma bulgularına da rastlamak mümkün olduğu gibi (Limon, 2019; Limon & Sezgin Nartgün, 2020), deneyim ile değişim yorgunluğu arasında anlamlı bir ilişki bulunmayan araştırma bulgularına da rastlanabilmektedir (Brown, 2016; Şahin, 2021). Ayrıca bu çalışmada, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile çalışma süresi arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık bulunmuştur. Bu bulguya göre, sağlık çalışanlarında deneyim arttıkça motivasyon düzeyi de artmaktadır. Benzer şekilde, Brown (2016) deneyimli hemşirelerin daha yüksek iş tatminine sahip olduğunu bulmuştur. Orhaner & Mutlu (2018) ise sağlık çalışanlarında çalışma süresi ile motivasyon düzeyi arasında ters yönlü bir

ilişkinin olduğunu, çalışma süresi arttıkça motivasyon düzeyinin düştüğünü belirlemiştir. Bu bakımdan, araştırma bulgularının farklılık gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyleri ile çalışma şekli değişkeni arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmıştır. Sağlık hizmetleri doğası gereği 7/24 saat esasına göre kesintisiz sunulması gerektiğinden sağlık çalışanları gündüz, nöbet veya değişken zamanlı karma şekilde bir mesai düzeni ile çalışmaktadır. Araştırmada elde edilen bulguya göre, karma şekilde çalışanların gündüz mesaisinde ve nöbet usulü çalışanlara göre değişim yorgunluğu düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, hastanelerde gerçekleşen sık ve yoğun değişim girişlerinin getirdiği bıkkınlık ve ezici yorgunluğun yanında, mesai şeklinin karma yapıda olmasından dolayı çalışma programının esnekliğine bağlı oluşan belirsizliğin bir nedeni olabileceği düşünülebilir. Öte yandan, sağlık çalışanlarının motivasyon düzeyleri ile çalışma şekli değişkeni arasında da istatistiksel olarak bir anlamlılık saptanmıştır. Söz konusu bulguya göre, gündüz mesaisinde görev yapanların nöbet ve karma şekilde çalışanlara göre motivasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bulguya göre, sağlık hizmetlerinde gündüz mesaisinde çalışmanın, uzun ve uykusuz geçen nöbet saatlerinin getirdiği yorgunluğun ve belirsizliğin etkili olduğu bir mesai düzeninden daha avantajlı olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, gündüz mesaisinde çalışmanın sadece sağlık meslek mensupları için değil, tüm meslek grupları için hayatın doğal akışına daha uygun ve motive edici olduğu düşünülmektedir.

V. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğu ve iş motivasyonu arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırma bulgularından hareketle, alana yönelik bazı değerlendirmeler ve öneriler sunulabilir. Araştırmada sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeyi; yaş, cinsiyet, gelir düzeyi ve çalışma şekline bağlı olarak değişmektedir. İş motivasyonu düzeyi ise yaş, meslek, çalışma şekli ve çalışma süresine göre değişkenlik göstermektedir. Sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu arttıkça motivasyonları azalmaktadır. İş motivasyonu ise sağlık hizmetlerinde kalitenin artırılması, performans ve verimlilik için itici bir güçtür. Bu yönüyle dikkatlice ele alınması gereken değişim yorgunluğunun, çalışanların iş yapma potansiyelleri üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiyle sağlık hizmetlerinin sunumu sürecine zarar verebilmesi mümkündür.

Sağlık alanında yaşanan baş döndüren gelişmeler değişimi kaçınılmaz kılsa da sürekli, sık ve yoğun değişim girişimleri sağlık

çalışanları üzerinde zamanla bıkkınlığa ve ezici bir yorgunluğa dönüşebilir. Bu durum ise organizasyonu değişimle hedeflenen düzeye getirme çabasını başarısızlıkla sonlandırabilir. Bu nedenle, sağlık yöneticileri başarılı bir değişim süreci için değişim yorgunluğu kavramını iyice analiz etmelidir.

Sağlık kurumlarında değişim planları tasarlanırken sahip olunan insan kaynaklarının yaş ve cinsiyet dağılımı, iş programlarında uygulanan çalışma şekli gibi değişim yorgunluğu ile ilişkili olan faktörler değerlendirilmelidir. Örneğin; hemşirelik faaliyetleri ile ilgili bir değişim söz konusu olduğunda kadın sağlık çalışanlarının değişim yorgunluğu düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu göz önüne alınmalıdır. Hastane genelini ilgilendiren bir değişim girişiminde ise idari ve sağlık personellerinin değişim yorgunluğu ve motivasyon düzeylerine bağlı olarak değişim hızındaki farklılık öngörülebilmelidir.

Sağlık kurumlarında çalışma şekline ilişkin iş programları düzenlenirken, karma şekilde (gündüz veya nöbet) çalışanların değişim yorgunluğu düzeylerinin daha yüksek olduğu esas alınarak, daha dengeli, dönüşümlü ve adil çalışma takvimleri belirlenmelidir. Böylece, değişim dönemlerinde sağlık çalışanlarının motivasyon düzeylerindeki farklılık en aza indirilerek değişim başarısı genele yayılmış olacaktır. Sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğu ile iş motivasyonunun ilişkisi dikkate alındığında, performans değerlemesi çalışmalarında motivasyon düzeylerinin meslek gruplarına göre değişkenlik gösterdiği varsayımı önemlidir.

Sonuç olarak burada yapılan çıkarım, değerlendirme ve öneriler araştırma bulguları kapsamında yapılmış olup, sağlık çalışanlarında değişim yorgunluğu ve diğer ilişkili örgütsel faktörler bağlamında daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

Değişim

Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma

76

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar Katkıları

Fikir / Kavram: Özer ARIK

Araştırma Tasarımı: Özer ARIK - Yunus Emre ÖZTÜRK

Makale Yazımı: Özer ARIK - Müjdat YEŞİLDAL

Veri Toplama: Özer ARIK

Analiz: Müjdat YEŞİLDAL

Eleştirel Okuma: Yunus Emre ÖZTÜRK

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Amarantou, V., Kazakopoulou, S., Chatzoudes, D. & Chatzoglou, P. (2018). Resistance to Change: an Empirical Investigation of its Antecedents. *Journal of Organizational Change Management*, 31 (2), 426-450.
- Ankomah, S.E., Kumah, E. & Karikari, A.K. (2016). Health Worker Motivation in Ghana: the Role of Non-Financial Incentives. A Case Study of Accident and Emergency Department of Komfo Anokye Teaching Hospital. *International Journal of Biosciences Healthcare Technology and Management*, 6(4), 34-49.
- Appelbaum, S.H., Degbe, M.C., MacDonald, O. & Nguyen-quang, T.S. (2015). Organizational Outcomes of Leadership Style and Resistance to Change (Part One). *Industrial and Commercial Training*, 47 (2), 73-80.
- Arık, Ö., & Aydoğdu, A. (2021). Sağlık Bakanlığı Tarafından Yapılan Covid-19 Ek Ödemesi Hakkında Sağlık Personeli Görüşlerinin İncelenmesi. *Journal of Academic Value Studies*, 7(2), 231-242.
- Baljoon, R.A., Banjar, H.E. & Banakhar, M.A. (2018). Nurses' work motivation and the factors affecting It: A scoping review. *International Journal of Nursing & Clinical Practices*, 5: 277-287.

- Bernerth, J.B., Walker, H.J., & Harris, S.G. (2011). Change fatigue: Development and Initial Validation of a New Measure. *Work & Stress*, 25(4), 321–337.
- Bhatnagar, A., Scott, K., Govende, V., & George, A. (2018). Pushing the Boundaries of Research on Human Resources for Health: Fresh Approaches to Understanding Health Worker Motivation. *WHO South-East Asia Journal of Public Health*, 7(1), 13-17.
- Björklund, C., Jensen, I., & Lohela-Karlsson, M. (2013). Is a Change in Work Motivation Related to a Change in Mental Well-Being?. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 571-580.
- Bonenberger, M., Aikins, M., Akweongo, P., & Wyss, K. (2014). The Effects of Health Worker Motivation and Job Satisfaction on Turnover Intention in Ghana: a Cross-Sectional Study. *Human Resources for Health*, 12(1), 1-12.
- Brown, M., Kulik, C.T., Cregan, C. & Metz, I. (2017). Understanding the Change-Cynicism Cycle: The Role of HR. *Human Resource Management*, 56(1), 5-24.
- Brown R., Wey H. & Foland K. (2018). The Relationship Among Change Fatigue, Resilience, and Job Satisfaction Of Hospital Staff Nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, 50(3), 306-313.
- Camilleri, J., Cope, V. & Murray, M. (2019). Change Fatigue: The Frontline Nursing Experience of Large-Scale Organisational Change and the Influence of Teamwork. *Journal of Nursing Management*, 27(3), 655-660.
- Daneshkohan, A., Zarei, E., Mansouri, T, Maajani, K., Ghasemi, M.S. & Rezaeian, M. (2014). Factors Affecting Job Motivation Among Health Workers: a Study From Iran. *Global Journal of Health Science*, 7(3), 153–160.
- de Vries, M.S.E. & de Vries, M.S. (2021). Repetitive Reorganizations, Uncertainty and Change Fatigue. *Public Money & Management*, 1-10.
- Dilkes, J., Cunningham, C. & Gray, J. (2014). The New Australian Curriculum, Teachers and Change Fatigue. *Australian Journal of Teacher Education*, 39(11), 45-64.
- Dool, R. (2009). Change Fatigue TM: The Impact of Enervative Change on Job Satisfaction. *Revue Sciences de gestion*, (70), 21-40.

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

78

- Ead, H. (2015). Change Fatigue in Health Care Professionals— An Issue of Workload or Human Factors Engineering? *American Society of PeriAnesthesia Nurses*, 30(6), 504– 515.
- Ekingen, E., & Yıldız, A. (2021). Değişim Yorgunluğu Ölçeği Türkçe Versiyonunun Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması: Sağlık Çalışanları Örneği. *Osmangazi Tıp Dergisi*, 43 (6), 572-581.
- Elving, W.J., Hansma, L.D. & Boer, M.G. (2011). Bohica; Bend Over Here it Comes Again. The construction and Application of a Measurement of Change Fatigue. *Teorija In Praksa*, 48(6), 1628-1647.
- Franco, L.M., Bennett, S., & Kanfer, R., (2002). Health Sector Reform and Public Sector Health Worker Motivation: a Conceptual Framework. *Social Science & Medicine*, 54(8), 1255–1266.
- Franco, L.M., Bennett, S., Kanfer, R. & Stubblebine, P. (2004). Determinants and Consequences of Health Worker Motivation in Hospitals in Jordan and Georgia. *Social Science & Medicine*, 58(2), 343-355.
- Gezer, S. (2019). Çalışanların Motivasyon Düzeylerinin, Bilgi Paylaşımı ve Yenilikçi Davranışa Etkisi: Gıda Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Hansson, A.S., Vingård, E., Arnetz, B.B. & Anderzén, I. (2008). Organizational Change, Health, and Sick Leave Among Health Care Employees: A Longitudinal Study Measuring Stress Markers, Individual, and Work Site Factors. *Work & Stress*, 22(1), 69-80.
- Hotchkiss, D.R., Banteyerga, H. & Tharaney, M. (2015). Job Satisfaction and Motivation Among Public Sector Health Workers: Evidence From Ethiopia. *Human Resources for Health*, 13(1), 1-12.
- İleri, Y.Y. & Arık, O. (2018). Investigation of Resistance, Perception and Attitudes of Employees Against Change in Information Systems Using Change Management Approach: A Study in a University Hospital. *Journal of Information & Knowledge Management*, 17(4), 1850038.
- İsmail, A. & Abd Razak, M.R. (2016). A Study on Job Satisfaction as a Determinant of Job Motivation. *Editura Universitară Danubius*, 12(3), 30-44.

- Johnson, K.J. (2016). The Dimensions and Effects of Excessive Change, *Journal of Organizational Change Management*, 29 (3), 445-459.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayınevi.
- Keskin, H. (2004). İşletmelerde Değişimin Motivasyon Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Kuokkanen, L., Suominen, T., Härkönen, E., Kukkurainen, M.L. & Doran, D. (2009). Effects of Organizational Change on Work-Related Empowerment, Employee Satisfaction, and Motivation. *Nursing Administration Quarterly*, 33(2), 116-124.
- Lawrence, G.A. & Frater, T.G. (2017). Change Management in Healthcare: Managing Paradigmatic Change in the Australian National Cervical Screening Programme. *New Zealand Journal of Medical Laboratory Science*, 71(2), 31-39.
- Limon, I. (2020). Turkish Adaptation of Change Fatigue Scale: A Study of Reliability and Validity. *Sakarya University Journal of Education*, 10(2), 292-311.
- Limon, İ. & Sezgin Nartgün, Ş. (2020). Investigation of Teachers' Change Fatigue Level: Comparison by Demographics. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 26(2), 401-448.
- Limon, İ. (2019). Eğitim Örgütlerinde Değişim Yorgunluğu, Eğitim Politikaları Bağlamında Moral Yitimi Ve İş Performansı Arasındaki İlişki. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Limon, İ., Dilekçi, Ü. & Sipahioğlu, M. (2021). The Relationship Between Change Fatigue and Job Satisfaction of Teachers: Gender and Experience as Moderators. *İ.e.: inquiry in education*, 13(2), 5.
- Lindsay, J., Perkins, C.A. & Karanjikar, M. (2009). Conquering Innovation Fatigue: Overcoming the Barriers to Personal and Corporate Success. *John Wiley & Sons*.
- Lingard, B., Mills, M. & Hayes, D. (2000). Teachers, School Reform and Social Justice: Challenging Research and Practice. *The Australian Educational Researcher*, 27(3), 101-115.

- McMillan, K. & Perron, A. (2013). Nurses Amidst Change: The Concept of Change Fatigue Offers an Alternative Perspective on Organizational Change. *Policy, Politics, & Nursing Practice*, 14(1), 26–32.
- McMillan, K. & Perron, A. (2020). Change Fatigue in Nurses: A Qualitative Study. *Journal of Advanced Nursing*, 76(10), 2627-2636.
- Mutale, W., Ayles, H., Bond, V., Mwanamwenge, M.T. & Balabanova, D. (2013). Measuring Health Workers' Motivation in Rural Health Facilities: Baseline Results From Three Study Districts in Zambia. *Human Resources for Health*, 11(1), 1-8.
- Montenegro, E., & Jankowski, N.A. (2015). Focused on What Matters: Assessment of Student Learning Outcomes at Minority-Serving Institutions. Urbana, IL: University of Illinois and Indiana University, National Institute for Learning Outcomes Assessment (NILOA).
- Mutlu, S. (2018). Hastane Personelinin İş Tatmini ve Kurumsal Güvenin Motivasyon Üzerine Etkisi; Bir Özel Hastane Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Okello, D.R. & Gilson, L. (2015). Exploring the Influence of Trust Relationships on Motivation in the Health Sector: a Systematic Review. *Human Resources for Health*, 13(1), 1-18.
- Orhaner, E. & Mutlu, S. (2018). Sağlık Personelinin İş Tatmininin Motivasyon Üzerine Etkisi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 4 (1), 74-93.
- Perel, C. (2015). Examining the relationship between organizational culture and change fatigue. Doctoral Dissertation, Middle Tennessee State University, ABD.
- Storseth, F. (2004). Maintaining Work Motivation During Organisational Change. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 4(3), 267-287.
- Şahin, Ç. (2021). Öğretmen Algılarına Göre Değişim Yorgunluğunun Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Akçakoca Örneği). Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Düzce.
- Tefera, O. & Mutambara, E. (2016). Effect of Organizational Changes on Employees' Motivation at a Country Club in Kwazulu Natal: From the Employees'

Participation Perspectives. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(1), 1-14.

Thu, N.T.H., Wilson, A. & McDonald, F. (2015). Motivation or Demotivation of Health Workers Providing Maternal Health Services in Rural Areas in Vietnam: Findings From a Mixed-Methods Study. *Human Resources For Health*, 13(1), 1-11.

Torppa, C.B. & Smith, K.L. (2011). Organizational Change Management: a Test of the Effectiveness of a Communication Plan. *Communication Research Reports*, 28(1), 62-73.

Tripathy, J.P., Goel, S. & Kumar, A.M. (2016). Measuring and Understanding Motivation Among Community Health Workers In Rural Health Facilities In India-A Mixed Method Study. *BMC Health Services Research*, 16(1), 1-10.

Tuna, A.A. & Türkmendağ, Z. (2020). Covid-19 Pandemi Döneminde Uzaktan Çalışma Uygulamaları ve Çalışma Motivasyonunu Etkileyen Faktörler. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 3246-3260.

Vestel, K. (2013). Change Fatigue: A Constant Leadership Challenge. *Nurse Leader*, 11, 10-11.

Weldegebriel, Z., Ejigu, Y., Weldegebreal, F. & Woldie, M. (2016). Motivation of Health Workers and Associated Factors In Public Hospitals of West Amhara, Northwest Ethiopia. *Patient Preference and Adherence*, 10, 159-169.

Willis-Shattuck, M., Bidwell, P., Thomas, S., Wyness, L., Blaauw, D. & Ditlopo, P. (2008). Motivation and Retention of Health Workers in Developing Countries: a Systematic Review. *BMC Health Services Research*, 8(1), 1-8.

Winter, A.J. (2013). The Human Cost of Change: Tales From The Campus About Personal Change Fatigue, Resistance, And Resilience. Unpublished Doctoral Dissertation, Queensland University of Technology, Brisbane City, Australia.

Yapıcıoğlu, G. (2019). Sağlık Çalışanlarında Motivasyonla Bağlantılı İş Verimliliği Düzeyinin Ölçülmesi ve Motivasyonu Etkileyen Faktörler. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kırklareli.

Yusoff, W.F.W., Kian, T.S. & Idris, M.T.M. (2013). Herzberg's Two Factors Theory on Work Motivation: Does its Work for Today's Environment. *Global Journal of Commerce and Management*, 2(5), 18-22.

THE EFFECT OF CHANGE FATIGUE ON WORK MOTIVATION: A RESEARCH ON HEALTHCARE WORKERS

EXTENDED ABSTRACT

Today, change is inevitable in organizational life for businesses whose competitive power is getting more difficult. In this direction, many organizations seek new opportunities by challenging the status quo and starting a transformational change process (Appelbaum et al., 2015, Brown et al., 2017). The health sector, where change is more intense than other industries, is also exposed to constant pressure and numerous internal and external stimuli to improve its processes, methods, and technologies (Lawrence & Frater 2017, Milella et al., 2021). The need for change in the health sector is essential for providing quality health care with the potential to adapt to innovations and meet expectations (İleri & Arık 2018). However, health services occur in a complex and dynamic environment influenced by many factors based on collaboration between different disciplines. Therefore, change in the health sector is often much more difficult, especially when it involves changes in clinical practice, health professional priorities, and differences in patient behavior (Amarantou et al., 2018).

Change fatigue is a reaction against the perception that too much change is occurring and conceptualizes the harmful effects that change can have on individuals (Leuschke 2017). Change fatigue is generally defined as the perception that the changes in the organization will never end, that no significant development or improvement has been made in the organization. Therefore it is not worth participating in the shift (Winter 2013). According to Dilkes et al. (2014), reluctance and exhaustion occur due to negative work experiences due to many changes. Bernerth et al. (2011) state that employees experience change fatigue as a perception that too many changes have taken place. According to Elving et al. (2011), change fatigue should be considered an individual reaction rather than a phenomenon that concerns the whole organization. In the face of frequent change demands, when the burden of change carried by employees who have to make constant efforts becomes excessive, there may be adverse reactions such as uncertainty and quitting the job. Employees who spend all their energy on change may become more apathetic and reluctant to implement repeatedly imposed reforms (Bernerth et al., 2011, Lyle 2013, Dilkes et al., 2014, Johnson 2016). Extremism, one of the precursors of change fatigue, results from introducing new changes without completing and assimilating the last change. This repeated process

results in disorientation and dysfunction due to overstimulation (Elving et al., 2011).

Motivation is one of the most important factors affecting human behavior and performance. An individual's level of motivation can affect all aspects of organizational performance (Yusoff et al., 2013). Work motivation can be defined as "the individual's willingness to make and maintain efforts towards organizational goals." Health worker motivation occurs when there is a harmony between individual and organizational goals and when employees perceive that they can fulfill their duties (Franco et al., 2002). The success of any health system largely depends on how motivated the health workers are (Ankomah et al., 2016). The motivation of healthcare professionals reflects the interaction between healthcare professionals and their work environment and can potentially affect the delivery of healthcare services (Weldegebriel et al., 2016). Healthcare delivery is labor-intensive, and service quality, efficiency, and equity are directly mediated by employees' willingness to fulfill their duties (Franco et al., 2002). Dedicated and motivated healthcare professionals are essential to efficient and effective service delivery that increases patient satisfaction, healthcare system performance, and employee retention (Okello & Gilson 2015, Tripathy et al., 2016).

The ability of healthcare businesses operating in a constantly changing environment to compete in the sector by maintaining their existence depends on their ability to respond quickly to changes with an open system understanding and their ability to adapt to environmental conditions. In such an environment, the willingness of health workers, who have to experience frequent and intense changes, can be affected by the fatigue of another change process that starts before the end. This situation, called work motivation, plays a decisive role in health care quality by affecting health workers' performance and working potential. For this reason, by examining the relationship between change fatigue and work motivation on health workers, the frequency and time of change in health services can be predicted by looking at the change fatigue levels of employees. Meaningful information can be obtained about the differentiation of change fatigue and motivation according to demographic variables such as working style and occupational groups. This information is essential for guiding the administrative planning before the change in health enterprises. Therefore, this research aims to examine the effect of change fatigue on work motivation in healthcare workers.

In this study, descriptive findings were revealed by using a quantitative research design. The research was designed as a descriptive and relational

**Değişim
Yorgunluğunun
İş Motivasyonuna
Etkisi: Sağlık
Çalışanları
Üzerine Bir
Araştırma**

survey model to determine the current situation. A questionnaire consisting of three parts was used to collect data in this study. Change Fatigue Scale, Bernerth et al. It is a 7-point Likert-type measurement tool consisting of six items and one dimension, developed by Ekingen & Yıldız (2021), for which validity and reliability studies were conducted into Turkish. The Change Fatigue Scale evaluates employees' interaction perceptions and social, cognitive, and emotional consequences against the frequency of change in the workplace. In this study, the Cronbach's Alpha coefficient of the change fatigue scale was determined as 0.883. The Motivation Scale is a 5-point Likert-type scale consisting of eighteen items and two dimensions, developed by Orhaner & Mutlu (2018). In this study, the Cronbach's Alpha coefficient of the motivation scale was determined as 0.936. The researchers collected the data through Google Forms, one of the online data collection methods, in October-November 2021. It takes 5-10 minutes to complete a questionnaire. After the collected data were subjected to the editing process, they were analyzed with statistical methods using the IBM SPSS Statistics 26.0 package program. The data were first subjected to the Kolmogorov-Smirnov test for normality distribution and were found to be normally distributed with 95% confidence ($p>0.05$). Since the data showed normal distribution, t-test, simple linear regression analysis, and one-way analysis of variance (ANOVA) in groups independent of parametric tests, Tukey HSD, one of the Post-Hoc tests, was used to determine the difference between groups. The research universe consists of healthcare professionals over 18 working in the hospital. The research population decided that the sample size of 354 people compared to 4500 people was sufficient. The survey study tried to reach the whole universe, and 430 answers were received as a basis for the analysis. Before the research, ethics committee approval was obtained from Selcuk University Faculty of Health Sciences Non-Interventional Clinical Research Ethics Committee with its decision dated 29.09.2021 and numbered 2021/1636. After receiving the necessary written permission from the university hospital where the research was conducted, a questionnaire was applied with the informed consent of the participants. In addition, the scale permissions were obtained by communicating via e-mail with the researchers who developed/adapted the scales used in the study.

The research group consists of 430 people, 51.2% female, and 48.8% male. While the mean age was determined as 38.78 ± 8.33 , 81.2% of them were married, and 47.2% were undergraduate graduates. The average income of the participants was determined as 6119.40 ± 5802.24 TL. The average working time in the hospital is 12.53 ± 7.73 , and 37.9% of them have 15 years or more experience. 58.8% of the participants work in health services and

41.2% in administrative services. 62.8% of healthcare professionals work during the day, 26% work on duty, and 11.2% work in a mixed manner. A statistically significant difference was found between Change Fatigue and gender, age, and working style. It was determined that women with an income level of 3801 – 6000 TL compared to other income groups, those under the age of 35 compared to those aged 45 and over, and those who work in a mixed form compared to those who work in daytime shifts. A statistically significant difference was found between motivation and participants' age, occupation, and working time. The motivation levels of those aged 45 and above are lower than those aged 35 and below, and the motivation levels of those working in health services are lower than those working in administrative services; It has been determined that the motivation levels of those with 15 years or more experience are higher than those with 9-14 years of experience, and those who work in daytime hours are higher than those who work on shifts and mixed. Regression analysis between change fatigue and motivation was found to be significant. 16.9% of the change in basis is explained by the change fatigue scale ($R^2=0.169$). The increase in change fatigue negatively reflects motivation ($\beta=-0.216$). Change fatigue reduces the level of motivation.

This research primarily aimed to examine the effect of change fatigue on work motivation in healthcare workers. In this context, health workers' change fatigue and motivation levels were compared with their demographic characteristics. The starting point of our research is that change fatigue is a result of continuous organizational change, and this concept is associated with the frequency and speed of change (Bernerth et al., 2011; Elving et al., 2011; Limon, 2019) while increasing stress and workload during organizational change periods. It is based on the assumption that the overwhelming fatigue caused by the disease may have some negative consequences for healthcare professionals (Hansson et al., 2008). Based on the findings of this research, which examines the relationship between change fatigue and work motivation in healthcare workers, some evaluations and suggestions for the field can be presented. The level of change fatigue of health workers in the research; varies depending on age, gender, and working style. The story of work motivation goes according to age, profession, working style, and working time. As change fatigue of health workers increases, their motivation decreases. On the other hand, work motivation is a driving force for improving quality, performance, and efficiency in health services. It is possible that change fatigue, which should be handled carefully in this respect, may harm the process of providing health services with a negative impact on the potential of employees to do business.

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2022; 10(1): 87-112. DOI: 10.22139/jobs.1012565

SORUN BİLDİRME NİYETİ İLE PSİKOLOJİK GÜVENLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA¹

Burak BORULU

Atatürk Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi,
İşletme Bölümü
burak.borulu@atauni.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-2133-8118

Canan Nur KARABEY

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
Yönetim ve Organizasyon ABD
ckarabey@atauni.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-0597-3605

Sorun Bildirme
Niyeti İle
Psikolojik
Güvenlik
Arasındaki
İlişkinin
İncelenmesine
Yönelik Bir
Araştırma
87

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı psikolojik güvenlik ile sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmada psikolojik güvenliğin sorun bildirmenin türleri olan içsel ve dışsal sorun bildirme niyetlerine etkisi ile eylemsiz kalma niyetine etkisi ele alınmıştır.

Yöntem: Hipotezlerin testi için Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi bünyesinde İşletme Lisans Programında öğrenim gören öğrencilerden hâlihazırda bir işletmede çalışanlar arasından 1053 kişiden anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Toplanan verilerle korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Bulgular: Analizler sonucunda psikolojik güvenliğin bir bütün olarak sorun bildirme niyetini artırdığı bulunmuştur. Ayrıca psikolojik güvenliğin sorun bildirme niyetinin her iki türünü (içsel-dışsal) olumlu etkilediği görülmüştür. Buna karşın eylemsiz kalma niyetini azalttığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ek olarak yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve idari görev gibi demografik değişkenler açısından sorun bildirme niyetinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre

¹ Bu çalışma Burak BORULU'nun Canan Nur KARABEY danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinden yararlanılarak üretilmiştir.

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 20/10/2021
Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 20/12/2021
İkinci Revizyon Tarihi/ 2nd Revision Received : 31/02/2022
Kabul Tarihi/Accepted : 02/03/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Borulu B. ve Karabey, C.N. (2022). Sorun Bildirme Niyeti İle Psikolojik Güvenlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 87-112.

bu değişkenler açısından sorun bildirme niyetinde anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.

Sonuç: Yöneticiler çalışanlarının psikolojik güvenlik algısını artırmak için örgütte gerekli adımları atmalıdır. Bu sayede örgüt içi yanlış davranışların raporlanması kolaylaşacak olup denetim etkinliği artacaktır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Güvenlik, Sorun Bildirme, Sorun Bildirme Niyeti

A RESEARCH TO INVESTIGATE THE RELATIONSHIP BETWEEN WHISTLEBLOWING INTENTION AND PSYCHOLOGICAL SAFETY

ABSTRACT

Aim: The aim of this study is to investigate the relationship between psychological safety and whistleblowing intention. In this study, the effects of psychological safety on two types of whistleblowing intentions, namely internal and external whistleblowing intentions are examined. Also the impact of psychological safety on intention to non-action is discussed.

Method: To test the hypotheses, data were collected from 1053 people who are currently working in a business, among students studying in the Undergraduate Program in Business Administration at Atatürk University Open Education Faculty by survey method. Correlation and regression analyses were conducted.

Findings: As a result of the analyses it was observed that as psychological safety increases whistleblowing intention in total also increases. It was also found that psychological safety has a positive effect on both internal and external whistleblowing intentions. On the other hand, it was found that psychological safety decreases the intention to non-action. In addition, it was examined whether whistleblowing intention level differs according to some demographic variables such as age, gender, education level and administrative duty. The results showed that there was no statistically significant difference in whistleblowing intention levels according to these demographic variables.

Results: The managers must take action to support employees' psychological safety perception. In this way it will be easier to report wrongdoings in the organization and the effectiveness of control function will be higher.

Keywords: Psychological Safety, Whistleblowing, Whistleblowing Intention

I.GİRİŞ

İşletmelerin birçoğu hızla değişen ve çeşitlenen ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapısal olarak değişim göstermiş ve her kıtadan insana hizmet vermek için küreselleşmiştir. Küresel çapta hizmet sunmaya

başlamaları ve karşı karşıya kaldıkları rekabetin gittikçe şiddetlenmesi onları zamanla farklı yerlerde faaliyet merkezleri kurmaya mecbur bırakmıştır. Coğrafi yayılımın arttığı bu ortamda örgütün yönetimi zorlaşmış olup özellikle zorluk yaşanan fonksiyonlardan biri denetim (kontrol) olmuştur. Büyük işletmeler birçok farklı yerde binlerce çalışanla faaliyet gösterirken çok sayıda ve birbirinden uzak bir çalışma düzeninde klasik denetim faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle denetim mekanizmalarında yeni yaklaşımlarla rekabet avantajı yakalamak hedeflenmekte olup benimsenen yaklaşımlardan biri de sorun bildirmediir. Çalışanların denetim faaliyetlerine katıldığı sorun bildirme mekanizması onların örgüt içi yanlış davranışları fark ettiklerinde bunu bildirmesi anlayışına dayanır. Sorun bildirme eylemi birçok yanlışın fark edilmesi ve ortaya çıkarılmasında büyük yarara sahip olsa da çalışan için sorun bildirme kararını vermek kolay bir iş değildir. Sorun bildirmenin kavramsal içeriği ile ilgili görüş çeşitlilikleri ve bu olgunun birçok kesimce ispiyonculuk olarak görülmesi nedeniyle sorun bildiren kişi olumsuz sonuçlarla karşılaşabilmektedir. Bu yüzden sorun bildirme sisteminin aktif ve sağlıklı şekilde işleyebilmesi için çalışanların sorun bildirme niyeti güçlendirilmelidir. Sorun bildirme niyetini güçlendirecek ve çalışanları farkına vardıkları sorunları ilgili birim veya kişilere iletmeye teşvik edecek faktörlerden biri de psikolojik güvenlidir. Bu çalışmada psikolojik güvenlik ortamının sağlanmasının kişilerin sorun bildirme niyetine etkisi incelenmektedir. Ayrıca çeşitli demografik faktörlerin sorun bildirme niyeti ile ilişkisi de ele alınmaktadır. Alan araştırması kapsamında Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi'nde İşletme Lisans Programında öğrenim gören ve hâlihazırda bir işletmede çalışan 1053 öğrenciden çevrimiçi anket tekniğiyle veri toplanmıştır. Toplanan veriler açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuş, değişkenlerin yapısal özellikleri ve güvenilirlik düzeyleri incelenmiştir. Ardından korelasyon ve regresyon analizleri yapılmış ve bulgular ortaya konmuştur. Son olarak araştırmanın sonuçları tartışılmış, kısıtları belirtilmiş ve gelecekte yapılacak araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

II. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Sorun Bildirme Niyeti

Büyüyen ve küreselleşen örgütlerde yönetimin çalışanları kontrolü giderek zorlaşmaktadır. Yeni denetim araçları geliştirme ve etik uygulamaları teşvik etme gibi yollarla çalışanların etik dışı ve/veya yasa dışı

davranışlarının önüne geçilmeye çalışılsa da özellikle son 30 yılda örgütsel yanlış davranışların sayısı giderek artmıştır. Denetimi kolaylaştırmak ve daha işlevsel hale getirmek için etik davranış sürekli teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Bunun yanında denetimle ortaya çıkarılmayan veya fark edilemeyen yanlışları saptama görevi artık çalışanlara kadar indirgenmiş vaziyettedir; çünkü bazen örgütün mevcut veya eski çalışanları bu tür yanlışlara tanık olabilmekte veya bazen bunları yöneticilerden önce fark edebilmektedir (Bather & Kelly, 2005:2-3). Dolayısıyla etik dışı uygulamaların açığa çıkarılmasına dayanan “sorun bildirme (whistleblowing)” yanlışların fark edilmesinde kilit bir öneme sahiptir. Sorun bildirme kavramı çalışma yaşamında ve literatürde çokça yer almasına karşın hala evrensel olarak kabul görmüş bir tanıma sahip değildir. Bu olguyu inceleyen araştırmacılar sorun bildirmenin tanımını yapmaya çalışmıştır; ancak olgunun kapsamının çok geniş ve tartışmalı olması sebebiyle ortaya farklı tanımlar çıkmıştır (Özgener vd., 2018:195). Donkin et al. (2008) bir örgütte daha önce görev almış veya halihazırda görev alan çalışanların karşılaştıkları etik dışı ve yasalara aykırı davranışları ve uygulamaları bildirmelerini sorun bildirme olarak tanımlamıştır (Baltacı, 2017:399-400). Jubb’un (1999) tanımında ise şüpheli davranışların da sorun bildirme nedeni olduğu belirtilmiştir. Jubb kavramı; bir işletmede yasaya aykırı, şüpheli ve yanlış olduğu düşünülen önemli bir davranışın veya uygulamanın önüne geçilmesi ve düzeltilmesi için eski/mevcut bir çalışanın ilgili otoritelere bilgi vermesi olarak tanımlamıştır (Jubb, 1999:77).

Sorun bildirme niyeti birçok yönden sorun bildirme eyleminin temelini oluşturur (Chang et al., 2017:3). Sorun bildirme niyeti, bir yanlışın fark edilmesinden sonra sorun bildirme kararı verme aşamasında kişinin değer yargılarının onu ne derece eyleme ittiğini gösterir. Kişinin niyeti güçlüyse fark edilen yanlışın durumu, ağırlığı veya ifşa edilecek kişinin kimliği ne olursa olsun kişi sorun bildirme eylemini gerçekleştirecektir (Iko Afe et al., 2018:4). Bu nedenle sorun bildirme niyetine göre sorun bildirmenin sonuçları da farklılaşacaktır (Mesmer-Magnus & Viswesvaran, 2005:279).

2.2. Psikolojik Güvenlik

Psikolojik güvenlik kavramı ilk olarak 1965 yılında ortaya atılmış olup Schein ve Bennis psikolojik güvenliğin çalışanların kendilerini örgütte güvende hissetmelerine ve zorluklarla başa çıkabileceklerine inanmalarına yardımcı olacağını öne sürmüştür (Edmondson & Lei, 2014: 24-25). William Kahn makalesinde psikolojik güvenliğin çalışanın iş hayatında imajını,

statüsünü veya işini kaybetme korkusu olmadan çalışmasını ve işinde kendini göstermesini sağlayan duygu ve düşünce olarak nitelendirmiştir. Kahn'a (1990:708) göre çalışan psikolojik olarak güvende hissederse kendini rahatça gösterebilir; düşüncelerini açıklamaktan çekinmez ve söylediklerinden dolayı kendini savunmak zorunda kalmaz. Bu sayede çalışanlar icraatları ve söylemleri ile örgüte katkı sağlayacaklarını düşünürler (1990:708). Edmondson'a (2003:4) göre psikolojik güvenlik; kişilerin iş hayatında alacakları riskler neticesinde ne gibi sonuçlarla karşı karşıya kalacakları algısıdır. Karar verme noktasında kişi "eğer bunu yaparsam işin sonunda eleştirilir, küçük düşürülür ya da cezalandırılır mıyım?" endişesine kapıldığında psikolojik güven devreye girer ve kişiyi gerekli olanı yapması için teşvik eder. Psikolojik güvenliğin kişilerin yeni şeyler öğrenmesine ve yeni yollar denemesine yardımcı olduğu, kişinin yeni yollar denerken önündeki yolun kendisi için öngörülebilir ve açık olmasını sağladığı belirtilmiştir. Kişinin kendini güvende hissettiği için değişikliklere açık olacağı ve kaygı hissetmeyeceği vurgulanmıştır (Schein,1993:85-92).

III. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Örgütler çalıştırdıkları her bireyin sorumluluklarının bilincinde, yasalara ve etik kurallara dikkat eden kişiler olmasını beklemektedir; ancak kuralların çizdiği çizginin dışına çıkan çalışanlara rastlamak her zaman mümkündür. Bu kişilerin saptanmasının zor olması nedeniyle örgütlerde denetim kişi bazında, bir başka deyişle beşerî kaynaklarla yapılmak istenmektedir. Örgütler denetimi kolaylaştırmak ve/veya kendi denetimlerinden kaçan uygunsuz davranışları saptamak adına çalışanlarından birbirlerini denetlemesini beklemektedir.

Çalışanlar birbirlerini denetlese bile sorun bildirme eylemini gerçekleştirmek tamamen kişinin inisiyatifindedir. Yanlış davranışa tanık olan veya bunu fark eden kişi eğer isterse bu yanlışını bildirebilir. Bu nedenle sorun bildirme eylemi örgütlerin denetleme sorunlarına büyük katkı sağlayacak gibi görünse de bu eylemi gerçekleştirmenin önünde birçok psikolojik engel vardır. Kişinin yanlış davranışı ortaya çıkarma niyeti alınması gereken bu zor kararı alıp alamayacağını belirlemede etkilidir. Buradan yola çıkarak birçok araştırmacı sorun bildirme niyetini artırmak için neler yapılabileceği konusunda ve kişinin daha kolay sorun bildirme eyleminde bulunmasına yol açacak faktörlerin neler olduğunu belirlemek amacıyla araştırmalar yapmıştır. Bu çalışmada da bu faktörlerden biri olduğu düşünülen psikolojik güvenliğin sorun bildirmeye etkisi

değerlendirilmiştir. Literatür incelendiğinde bu iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların az sayıda olduğu ve pek çoğunun yurt dışında yürütüldüğü görülmüştür. Türkiye’de gerçekleştirilen bir alan araştırmasına dayalı olarak sonuçlar ortaya koyacak olan bu araştırmanın literatüre katkı sunması hedeflenmektedir. Ek olarak bu araştırma ile psikolojik güvenliğin içsel ve dışsal sorun bildirme niyeti üzerindeki etkisi karşılaştırılacaktır. Bunun yanında psikolojik güvenliğin kişinin sessiz kalmayı, yani eylemsizliği seçmesi üzerindeki etkisi de incelenmektedir.

3.2. Araştırma Hipotezlerinin Geliştirilmesi

Psikolojik güvenlik ile sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen başlıca çalışmalarda ulaşılan bulgular aşağıda özetlenmiştir:

Mesmer-Magnus ve Viswesvaran’ın (2005) çalışmasında sorun bildirme niyeti, sorun bildirme davranışı ve sorun bildirme sonrası misilleme konularını işleyen veya bunlara değinen 21 çalışmanın meta-analizi yapılmıştır. Psikolojik güvenlik faktörlerinden olan örgütsel destek ve liderliğin sorun bildirme niyetine etkisi ortaya konmuştur. Ulaşılan bulgulara göre kişiler örgütsel destek sayesinde kendini daha fazla güvende hisseder. Böylece örgütsel desteğin sorun bildirme niyetini ve eylemini güçlendirdiği görülmüştür. Bulgular aynı zamanda örgütsel desteğin sorun bildirmenin kendisinden sorun bildirme niyetine etkisinin daha fazla olduğunu göstermiştir. Diğer bir faktör olan liderliğin ise yine aynı şekilde sorun bildirme niyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğu, ancak sorun bildirme eylemini olumsuz etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu liderin desteğinin sorun bildirme niyetini güçlendirdiği ama yine de liderin sorun bildirme eyleminin gerçekleşmesini istemediği şeklinde yorumlanmıştır.

Anugerah, Abdillan ve Anita (2019) otantik liderlik ile içsel sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin aracılık rolünü ve psikolojik güvenliğin içsel sorun bildirme niyeti ile ilişkisini incelemiştir. Endonezya’da 349 çalışandan toplanan verilerin analiziyle ulaşılan bulgulara göre liderin oluşturduğu psikolojik güven ortamı kişiler arasında güveni ve karşılıklı saygıyı artırır. Psikolojik güvenlik ortamı her anlamda çalışanların rahat hissetmelerini sağlar. Sorun bildirme çerçevesinden bakıldığında da herhangi bir olumsuz geri dönüşün olmayacağını bilmek kişileri rahatlatır ve içsel sorun bildirme niyetini artırır.

Liu vd. (2015) Güney Çin’de hizmet veren telekomünikasyon şirketinin 725 çalışanından anket yöntemi ile veri toplama ve analizler

gerçekleştirmiştir. Bu araştırmacılar ahlaki muhakemenin kişileri sorun bildirmeyi bir görev olarak görmeye yönelttiğini ve otantik liderliğin de örnek teşkil etmesi sayesinde çalışanların daha rahat sorun bildirme eyleminde bulunmasına olanak sağladığını gözlemlemiştir. Bunun yanında çalışanlar arasında ve çalışanla lider arasında olumlu bir diyalog ve güven ortamının kurulması onların rahatça fikir ve sıkıntılarını dile getirmesini sağlamakta, bu da sorun bildirme niyetini artırmaktadır. Liderin sağladığı psikolojik güvenlik ortamı sayesinde kişiler içsel sorun bildirme eylemini gerçekleştirirse daha az risk altında olacağını düşünmektedir.

Malik ve Nawaz'ın (2018) psikolojik güvenliğin etik liderlik ile içsel sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkide aracılık rolünü araştırmıştır. Bu araştırmada Pakistan'da bulunan en büyük beş bankanın toplam 233 çalışanından veri toplanmış olup analizler sonucunda psikolojik güvenliğin aracılık rolünün olduğu gözlenmiştir. Etik liderlik sayesinde çalışanlar sorun bildirme eyleminde bulunduktan sonra hain değil de yanlış ortaya çıkardıkları için kahraman olarak lanse edileceklerini bildiklerinden rahatça bu eylemde bulunabilirler. Bunun yanında büyüyen örgütler kurumsal imajı korumaya önem gösterirler. Kurumsal imajlarını korumanın ve güçlendirmenin en önemli yollarından biri de etik davranışları önemsemektir. Bu nedenle örgütlerin her türlü etik davranışı desteklemesi gerekir. Örgüt içi yanlış davranışların ortaya çıkarılmasını sağlayan sorun bildirme eylemi için de bu tür destekleyici güven ortamına ihtiyaç duyulmaktadır.

Cassematis ve Wortley (2013) kişisel faktörlerin sorun bildirme niyetine etkisini incelemiştir. Avusturalya'da özel sektörde çalışan ve daha önce "çalışırken sorun bildirenler" projesinde görev almış 188 kişiden veri toplanmıştır. Araştırmacılar sorun bildiren kişilerin bildirmeyenlere göre daha az korku hissettiğini, kişi kendisini ne kadar rahat hissederse sorun bildirme niyetinin de o kadar arttığını tespit etmiştir. Kişilerin olası bir misillemeden korkmaları onları sorun bildirmekten uzaklaştırmaktadır. Ayrıca yanlış davranışa şahit olan kişinin kişisel çıkarlarını göz önüne alarak hangi eylemin kendisine faydasının olacağına bakıp sorun bildirme kararı aldığı da görülmüştür.

Liyanarachchi ve Newdick (2009) misilleme korkusunun ve kişilerin ahlaki muhakeme düzeylerinin sorun bildirme niyetine etkisini incelemiştir. Hazırlanan üç sorun bildirme senaryosu Yeni Zelanda'da yaşayan ve muhasebe eğitimi gören 54 öğrenciye yöneltilmiştir. Misillemelerin sorun bildirme niyetine etkisini inceleyen araştırmacılar, daha az misilleme

korkusu içinde olan kişilerin sorun bildirme niyetlerinin daha fazla olduğunu öne sürmüştür. Elde edilen bulgulara göre daha rahat bir çalışma ortamında kişiler kendilerini psikolojik olarak güvende hissedecek ve olası misilleme girişimlerinden korunacaktır. Bu da kişileri sorun bildirmeleri için cesaretlendirecektir.

Park, Rehg ve Lee (2005) sorun bildirme niyetinin kültürle bağlantısını incelemiştir. Araştırmada toplumsal kültürün yanı sıra örgütsel kültürün etkisi de ele alınmıştır. Yazarlar sorun bildirmeye bakış açısının kişilerin sorun bildirme niyetlerini etkilediğini öne sürmüştür. Elde edilen bulgulara göre sorun bildirme konusunda örgüt içinde oluşturulan olumlu hava kişilerin kendilerini rahat ve güvende hissetmelerini sağlar. Bu sayede kişiler yanlış davranışa tanıklık ettiklerinde rahatça sorun bildirebilir. Örgüt kültürünün oluşturduğu olumlu hava aynı zamanda sorun bildirme sonrası kişilerin olası misilleme korkularını da ortadan kaldırır. Kişiler misilleme korkusu olmadan kendilerini güvende hissedip sorun bildirme eyleminde bulunabilir.

Nayir ve Herzig (2012) kişisel değer yönelimlerinin dışsal ve isimsiz (anonim) sorun bildirme tercihlerine etkisini inceledikleri çalışmada Türkiye’de çeşitli sektörlerdeki şirketlerden 327 yöneticiden veri toplamıştır. Sonuçlara göre bireycilik ile dışsal sorun bildirme arasında güçlü bir ilişki vardır.

Alleyne et al., (2018) örgütsel desteğin ve grup içinde sorun bildirmeye bakış açısının sorun bildirme niyetine etkisini araştırmıştır. Barbados’ta muhasebe firmalarında çalışan 114 muhasebeciden anket tekniği ile verilerin toplandığı araştırmada ulaşılan bulgulara göre grup içinde sorun bildirmeye karşı olumlu bir bakış açısı hâkimse bu durum gruptakilerin hem içsel hem de dışsal sorun bildirme niyetlerini olumlu etkiler. Bunun yanında örgütsel desteğin azalması dışsal sorun bildirmeyi artırmaktadır.

Çeşitli çalışmalarda demografik değişkenler ile sorun bildirme olgusu arasındaki bağlantı da ele alınmıştır. Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) yaş, cinsiyet, iş seviyesi, eğitim düzeyi ve çalışma yılıyla sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Meta-analiz yöntemi ile 21 makaleden alınan 26 örneklemden elde edilen 193 korelasyon ilişkisi incelenmiştir. Bulgulara göre yaşlı çalışanlar gençlere göre sorun bildirmeye daha yatkındır. Kadın çalışanlar erkeklerden daha fazla sorun bildirme eyleminde bulunurken cinsiyet farklılıklarının sorun bildirme niyetine

etkisine dair bir bulguya rastlanmamıştır. Kişilerin bir idari görevinin olması sorun bildirme niyetlerini artırmaktadır. Eğitim düzeyi ile sorun bildirme niyeti arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Keenan (2002) yaptığı araştırmada idari göreve sahip olmanın sorun bildirme niyetini artırdığı, ayrıca kişilerin yetkileri arttıkça sorun bildirme niyetlerinin de arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Gilligan (1982) çalışmasında kadınların erkeklere göre daha fazla ahlaki farkındalığa sahip olduğu ve sorun bildirme niyetlerinin de daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Keenan (1995) başka bir çalışmasında cinsiyet farklılığının sorun bildirme niyetine etkisini incelemiş ve erkeklerin kadınlara göre daha fazla sorun bildirme niyeti taşıdığı bulgusuna ulaşmıştır.

Park, Rehg ve Lee (2005) eğitim seviyesinin artmasının sorun bildirme niyetini az da olsa olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Örgütte çalışma süresiyle sorun bildirme niyeti arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Valentine ve Godkin (2019) yaş ve cinsiyetin sorun bildirme niyetine etkisini inceledikleri çalışmada olgun kişilerin gençlere göre, kadınların da erkeklere göre sorun bildirme niyetinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yukarıda belirtilen çalışmaların bulgularından hareketle psikolojik güvenlik ortamının hem içsel hem de dışsal sorun bildirme niyetini artıracığı, eylemsiz kalma niyetini ise azaltacağı öngörülmektedir. Ayrıca çeşitli demografik değişkenler açısından çalışanların sorun bildirme niyetinde farklılıklar olabileceği öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: Çalışanın psikolojik güvenlik algısı güçlendikçe sorun bildirme niyeti artar.

H₂: Çalışanın psikolojik güvenlik algısı güçlendikçe içsel sorun bildirme niyeti artar.

H₃: Çalışanın psikolojik güvenlik algısı güçlendikçe dışsal sorun bildirme niyeti artar.

H₄: Çalışanın psikolojik güvenlik algısı güçlendikçe eylemsiz kalma niyeti azalır.

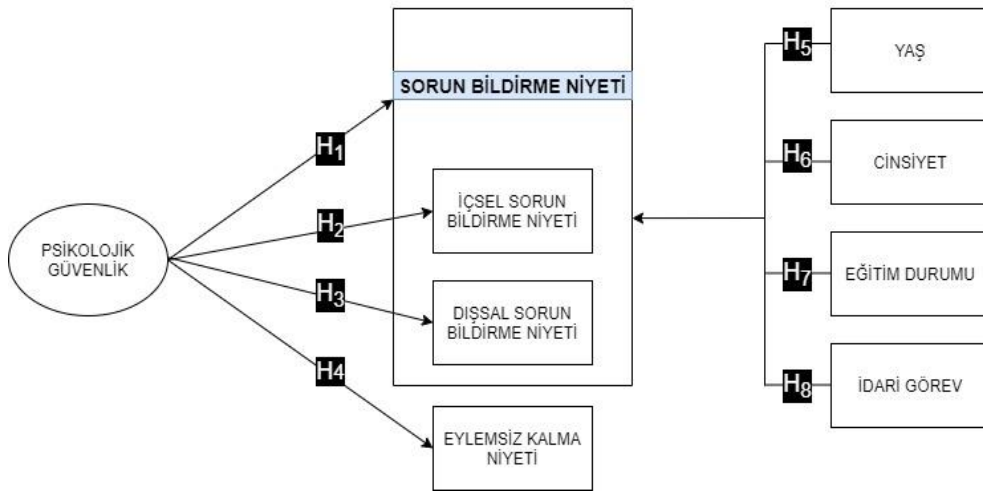
H₅: Yaş arttıkça sorun bildirme niyeti de artar.

H₆: Kadınların sorun bildirme niyeti erkeklere göre daha fazladır.

H₇: Eğitim seviyesi yükseldikçe sorun bildirme niyeti artar.

H₈: İdari göreve sahip kişilerin sorun bildirme niyeti daha fazladır.

Yukarıdaki hipotezler aşağıda Şekil 1’de araştırma modelinde gösterilmiştir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmada Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İşletme Lisans Programında öğrenim gören öğrencilerden bir işletmede çalışanlar ana kütle olarak seçilmiştir. Bu programda öğrenim gören öğrencilerin Türkiye'nin çeşitli illerinde bulunan işletmelerde çalışması ve bu anakütleden seçilen örneklem sayesinde araştırmanın farklı sektörlerin birlikte incelenmesine imkân tanması örneklem çalışmanın amacına uygunluğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmanın pandemi döneminin sosyal etkileşim açısından getirdiği yoğun sınırlamalar altındaki bir dönemde gerçekleştirilmesi sebebiyle seçilen örnekleme ulaşım kolaylığı önemli bir avantaj olmuştur. Söz konusu fakültenin verilerine göre aktif öğrenci konumunda 8802 kişi bulunmaktadır. Bu ana kütlede % 95 güven düzeyinde % 5 hata payı ile seçilecek minimum örneklem büyüklüğü 368 olarak hesaplanmıştır (<https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>). Bu bağlamda sistemde kayıtlı 8802 öğrenciye Atatürk Üniversitesi'nin kullandığı öğrenci bilgi sistemi (OBS) ve öğrenme yönetim sistemleri (LMS: Learning Management System) üzerinden anket çevrimiçi olarak açılmıştır.

Bu sistemler üzerinden öğrenciler isteğe bağlı olarak anketi cevaplamıştır. Belirlenen veri toplama süresinde evrenin % 36'sı olan 3168 öğrenci anketi cevaplamaya başlamıştır; ancak bu öğrencilerin sadece % 33,2'si anketi tamamlamıştır. Evrenin %11,9'undan dönüş alınmış, 1053 kişiden veri elde edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu çalışmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup çevrimiçi anket uygulamasıyla veri toplanmıştır. Soru formunu oluşturulurken daha önce birçok çalışmada kullanılmış, güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış ölçekler seçilmiştir. Soru formu üç bölümden oluşmakta olup ilk bölümde demografik sorular yer almaktadır. Katılımcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, çalıştığı sektör, idari görevinin bulunup bulunmadığı ve çalıştığı kurumdaki çalışma süresi ölçülmektedir.

İkinci bölümde sorun bildirme niyetini ölçen sorular bulunmakta olup Park vd.'nin (2005) geliştirdiği 9 soruluk ölçek kullanılmıştır. İlk üç soru dışsal sorun bildirme niyetini, sonraki 4 soru içsel sorun bildirme niyetini ve son 2 soru da eylemsiz kalma niyetini ölçmektedir.

Son bölümde ise Liang vd.'nin (2012) geliştirdiği 5 soruluk psikolojik güvenlik ölçeği kullanılmıştır. Hem sorun bildirme niyeti hem de psikolojik güvenlik algısı ölçekleri 5'li likert tipindedir. (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum). Bu ölçekler daha önce Türkçeye uyarlanmış olup (örneğin Yılmaz, 2015; Soyalin, 2019) yapılan çalışmalarda geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edilmiştir.

IV. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Demografik değişkenlere ilişkin bulgular şöyle özetlenebilir: katılımcıların % 50,9'u kadın, % 49,1'i erkektir. Katılımcıların % 34,5'inin 26-34 yaş grubunda iken % 33,7'si lise veya altı bir mezuniyet derecesine sahiptir. Çalışma alanı açısından dağılıma bakıldığında katılımcıların % 16,1'inin eğitim, %14,8'inin ise sağlık alanında çalıştığı gözlenmektedir. Katılımcıların % 45,9'u ise soru formunda yer verilen alanların dışında kalan alanlarda çalıştığını belirtmek üzere diğer seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların % 37,9'u idari göreve sahiptir ve çalışma süresi 1 ila 5 yıl olanlar örneklemin % 37,4'ünü oluşturmaktadır.

4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Açıklayıcı faktör analizi yapmadan önce verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu ayrımın yapılabilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Bartlett Küresellik Testinin sonucu incelenmiştir. Her iki ölçek için de bulgular verilerin faktör analizine uygun olduğunu ortaya koymaktadır.

Sorun bildirme niyetine ilişkin 9 maddelik ölçeğe açıklayıcı faktör analizi uygulanmış olup bulgular Tablo 1’de özetlenmiştir:

Tablo 1.
Sorun Bildirme Niyetine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans	Cronbach Alfa
1.Faktör: İçsel Sorun Bildirme Niyeti	4,006	44,512	44,512	0,864	
Doğrudan bağlı çalıştığım üstüme (amirime) olayı bildirirdim.	0,787				
Çalıştığım işletmede üst seviyedeki yöneticilerime olayı bildirirdim.	0,786				
Çalıştığım işletmedeki resmi raporlama kanallarını kullanırdım.	0,617				
Çalıştığım işletmedeki içsel süreçleri izleyerek (prosedürleri takip ederek) olayı bildirirdim.	0,709				
2.Faktör: Dışsal Sorun Bildirme Niyeti	1,766	19,624	64,136	0,826	
Çalıştığım işletmenin dışındaki kanallara (örneğin ilgili devlet kurumlarına, basına vb.) bildirirdim.	0,802				
Çalıştığım işletmenin dışındaki ilgili yetkililere bildirirdim.	0,784				
Kamuoyuna (halka) olayı açıklardım.	0,649				
3.Faktör: Eylemsiz Kalma Niyeti	1,165	12,945	77,081	0,891	
Sergilenen yanlış davranış hakkında sessiz kalırdım.	0,901				
Yanlış davranışı hiç fark etmemiş gibi davranırdım.	0,901				

Tablo 1’de görüldüğü üzere sorun bildirme niyeti ölçeği 3 alt boyuttan oluşmuştur ve açıklanan toplam varyans değeri % 77,081’dir. Tüm

faktörlerin Cronbach Alfa katsayısı 0,7'den yüksek bulunduğundan her üç faktörün içsel tutarlılığa sahip olduğu söylenebilir (Özdamar, 1999).

Psikolojik güvenlik ölçeğine ilişkin 5 maddeye açıklayıcı faktör analizi uygulanmış olup sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir:

Tablo 2.
Psikolojik Güvenlik Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

	Faktör Yüklü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans	Cronbach Alfa
1.Faktör: Psikolojik Güvenlik		3,415	68,305	68,305	0,882
Çalıştığım işyerinde işimle ilgili gerçek duygularımı ifade edebilirim.	0,687				
Çalıştığım işyerinde düşüncelerimi özgürce ifade edebilirim.	0,783				
Çalıştığım işyerinde çalışanların gerçek duygularını açıkça ortaya koyması memnuniyetle karşılanır.	0,704				
Çalıştığım işyerindeki diğer çalışanlardan farklı fikirlere sahip olsam bile hiç kimse beni ayıplamaz.	0,646				
Çalıştığım işyerinde gerçek düşüncelerimi ifade etmenin bana zarar vereceğinden endişe duymuyorum.	0,595				

Tablo 2'de görüldüğü üzere psikolojik güvenlik ölçeği tek boyutludur ve açıklanan varyans değeri % 68,305'tir. Ayrıca Cronbach Alfa değeri ölçeğin içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir.

4.3. Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Bu çalışmada ele alınan değişkenlerin normal dağılım kalıbını önemli ölçüde ihlal etmediği belirlenmiştir. Tablo 3'te psikolojik güvenlik ile sorun bildirme niyeti arasındaki ilişkiler gösterilmiştir:

Tablo 3.

Sorun Bildirme ile Psikolojik Güvenlik Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	1	2	3	4	5
1. Psikolojik Güvenlik	1	0,299**	0,226**	0,344**	-0,189**
2. Sorun Bildirme Niyeti (Genel)	0,299**	1			
3. Dışsal Sorun Bildirme Niyeti	0,226**		1	-	-
4. İçsel Sorun Bildirme Niyeti	0,344**		-	1	-
5. Eylemsiz Kalma Niyeti	-0,189**		-	-	1

(** p<0,01)

Tablo 3'e bakıldığında sorun bildirme niyeti (genel) ile psikolojik güvenlik arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır (r= 0,299 ve p<0,01). Başka bir ifade ile psikolojik güvenlik arttıkça sorun bildirme niyeti de genel olarak artmaktadır. Ayrıca tabloda psikolojik güvenliğin dışsal ve içsel sorun bildirme niyeti ile de ayrı ayrı pozitif yönde ilişkili olduğu görülmektedir. İlişkinin gücü değerlendirildiğinde, psikolojik güvenliğin içsel sorun bildirme niyeti ile ilişkisinin (r= 0,344) dışsal sorun bildirmeyele ilişkisinden (r= 0,226) daha güçlü olduğu saptanmıştır. Bu durum beklentilere uygundur; çünkü içsel sorun bildirme niyeti örgütteki psikolojik güvenlik ortamıyla yakından bağlantılıdır. Dışsal sorun bildirme kararının alınmasında ise örgüt dışı pek çok faktör devreye girmektedir. Eylemsiz kalma niyeti ile psikolojik güvenlik arasındaki ilişki ise istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlüdür (r= -0,189). Bu bulguya göre çalışanın psikolojik güvenlik algısı arttığında eylemsiz kalma isteğinin azalacağı söylenebilir.

Hipotezleri test etmek için basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Tablo 4'te psikolojik güvenliğin sorun bildirme niyetine etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları özetlenmiştir:

Tablo 4.

Psikolojik Güvenliğin Sorun Bildirme Niyetine Etkisi

Model (Katsayılar)	B	t	β	P
Sabit	2,619	40,369		0,000**
Psikolojik Güvenlik	0,181	10,152	0,299	0,000**
R ²	0,089			
F	103,066			0,000**

Bağımlı Değişken: Sorun Bildirme Niyeti, Bağımsız Değişken: Psikolojik Güvenlik ve **p<0,01

Tablo 4'e göre psikolojik güvenlik sorun bildirme niyetinin toplam varyansının % 8,9'unu açıklamaktadır ($F=103,066$) ve sorun bildirme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir ($\beta= 0,299$). Yani çalışanın psikolojik güvenlik algısı sorun bildirme niyetini artırır. Bu bulgular doğrultusunda H_1 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 5'te psikolojik güvenliğin içsel sorun bildirme niyetine etkisini gösteren regresyon analizinin sonuçları özetlenmiştir:

Tablo 5.
Psikolojik Güvenliğin İçsel Sorun Bildirme Niyetine Etkisi

Model (Katsayılar)	B	t	β	P
Sabit	3,064	32,901		0,000**
Psikolojik Güvenlik	0,304	11,864	0,344	0,000**
R ²	0,118			
F	140,757			0,000**

Bağımlı Değişken: İçsel Sorun Bildirme Niyeti, Bağımsız Değişken: Psikolojik Güvenlik ve ** $p<0,01$

Tablo 5'e göre psikolojik güvenlik içsel sorun bildirme niyetinin toplam varyansının % 11,8'ini açıklamaktadır ($F=140,757$). Psikolojik güvenlik içsel sorun bildirme niyetini artırmaktadır ($\beta= 0,344$). Bu bulgular doğrultusunda H_2 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 6'da psikolojik güvenliğin dışsal sorun bildirme niyetine etkisini gösteren regresyon analizinin sonuçları özetlenmiştir:

Tablo 6.
Psikolojik Güvenliğin Dışsal Sorun Bildirme Niyetine Etkisi

Model (Katsayılar)	B	t	β	P
Sabit	2,441	20,925		0,000**
Psikolojik Güvenlik	0,242	7,531	0,226	0,000**
R ²	0,051			
F	56,709			0,000**

Bağımlı Değişken: Dışsal Sorun Bildirme Niyeti, Bağımsız Değişken: Psikolojik Güvenlik ve ** $p<0,01$

Tablo 6'ya göre psikolojik güvenlik dışsal sorun bildirme niyetinin toplam varyansının % 5,1'ini açıklamaktadır ($F=56,709$). β katsayısı 0,226 çıkmış olup; istatistiksel olarak anlamlıdır. Buna göre psikolojik güvenliğin dışsal sorun bildirme niyetini artırdığını öne süren H_3 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 7'de psikolojik güvenliğin eylemsiz kalma niyetine etkisini gösteren regresyon analizinin sonuçları özetlenmiştir:

Tablo 7.
Psikolojik Güvenliğin Eylemsiz Kalma Niyetine Etkisi

Model (Katsayılar)	B	t	β	P
Sabit	1,994	22,045		0,000**
Psikolojik Güvenlik	-0,155	-6,234	-0,189	0,000**
R^2	0,036			
F	38,869			0,000**

Bağımlı Değişken: Dışsal Sorun Bildirme Niyeti, Bağımsız Değişken: Psikolojik Güvenlik ve ** $p<0,01$

Tablo 7'ye göre psikolojik güvenlik eylemsiz kalma niyetinin toplam varyansının % 3,6'sını açıklamaktadır ($F=38,869$). β katsayısı -0,189 olup istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre psikolojik güvenliğin eylemsiz kalma niyetini azalttığını öne süren H_4 hipotezi desteklenmiştir.

H_5 hipotezi kadınların sorun bildirme niyetinin erkeklere göre daha fazla olduğunu öne sürmektedir. Yapılan t testinde p değeri 0,244; t değeri ise -1,165 bulunmuş olup cinsiyet açısından sorun bildirme niyetinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu nedenle H_5 hipotezi desteklenememiştir. Yaş arttıkça sorun bildirme niyetinin artacağını öne süren H_6 hipotezini test etmek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda p değeri 0,190 olduğundan $p=0,05$ anlam düzeyinde bir farklılık olmadığı görülmüştür. Buna göre H_6 hipotezi desteklenememiştir. Eğitim düzeyindeki artışın sorun bildirme niyetine etkisine bakıldığında yine anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Bu ilişki için p değeri 0,176'dır, bu nedenle H_7 hipotezi de desteklenememiştir. Son olarak idari görevin sorun bildirme niyetini artırdığını öne süren H_8 hipotezi test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre idari görev açısından sorun bildirme niyetinde anlamlı bir farklılık gözlenmemektedir ($p=0,985$, $t=0,082$). Bu nedenle H_8 hipotezi desteklenememiştir.

V. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada çalışanın psikolojik güvenlik algısı ile sorun bildirme niyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Psikolojik güvenlik ile dışsal sorun bildirme niyeti arasında zayıf ila orta şiddette ($r=0,226$) pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. İçsel sorun bildirme niyeti ile psikolojik güvenlik arasında da anlamlı ve pozitif bir yönde ilişki vardır ($r=0,344$) ve bu ilişki dışsal sorun bildirme niyeti ile psikolojik güvenlik arasındaki ilişkiden daha kuvvetlidir. Eylemsiz kalma niyeti ile psikolojik güvenlik arasındaki ilişki negatif yönlüdür ($r=-0,189$).

Hipotezleri test etmek için basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda psikolojik güvenliğin bir bütün olarak sorun bildirme niyetini artırdığı bulunmuştur ($F=103,066$ ve $p<0,01$). β katsayısı $0,299$ 'dur ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Psikolojik güvenlik içsel sorun bildirme niyetinin toplam varyansının %11,8'ini açıklamaktadır, β katsayısı $0,344$ 'tür ve H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Psikolojik güvenlik dışsal sorun bildirme niyetinin toplam varyansının %5,1'ini açıklamaktadır, β katsayısı $0,226$ 'dır ve H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Psikolojik güvenlik eylemsiz kalma niyetinin toplam varyansının %3,6'sını açıklamaktadır, β katsayısı $-0,189$ 'dir ve H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bulgular diğer araştırmacıların bulgularıyla örtüşmektedir [örneğin; Liyanarachchi & Newdick,(2009), Mesmer-Magnus & Viswesvaran (2005), Liu et al. (2015), Cassematis & Wortley (2013), Park et al. (2005), Anugerah et al.(2019), Liu et al. (2015), Malik & Nawaz (2018), Nayir & Herzig (2012), Alleyne et al. (2018)].

Yapılan analizlere ek olarak bazı demografik değişkenler açısından çalışanların sorun bildirme niyetinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Ulaşılan bulgulara göre cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve idari görev açısından çalışanların sorun bildirme niyetinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Kadınlarla erkekler arasında sorun bildirme niyeti açısından anlamlı bir fark olmadığı bulgusu literatürdeki bazı araştırma sonuçlarıyla (örneğin Mesmer-Magnus & Viswesvaran, 2005) örtüşürken bazılarıyla örtüşmemektedir (örneğin Gilligan (1982) ve Valentine ve Godkin (2019) kadınların sorun bildirme niyetlerinin erkeklere göre daha fazla olduğunu, Keenan (1995) ise erkeklerin sorun bildirme niyetinin kadınlara göre daha fazla olduğunu bulmuştur). Alanyazındaki çalışmalara bakıldığında ise Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) ve Valentine ve Godkin (2019) çalışmalarında daha olgun kişilerin gençlerden daha fazla sorun bildirme niyeti taşıdıklarını görmüştür. Bu çalışmaların sonuçları bu

araştırmanın sonuçlarına ters düşmüştür. Park, Rehg ve Lee (2005) de eğitim düzeyindeki artışın az da olsa sorun bildirme niyetini artırdığını belirtmiştir. Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) ise bu çalışmanın bulgularıyla örtüşür şekilde eğitim düzeyi ile sorun bildirme niyeti arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır. Bu çalışmada idari görev açısından sorun bildirme niyetinde anlamlı bir farklılık gözlenmemesine karşın Keenan'ın (2002) ve Mesmer-Magnus ve Viswesvaran'ın (2005) çalışmalarında idari görevin sorun bildirme niyetine olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu bulgular cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve idari görevin sorun bildirme niyetine etkisinin daha fazla araştırılmaya ihtiyaç gösterdiğine işaret etmektedir. Ayrıca bu değişkenlerin etkisi çalışılan sektöre ve mesleğe göre de farklılık gösterebileceğinden yapılacak çalışmalarda sektör ve meslek farklarının doğurabileceği farklılıklar olduğu dikkate alınmalıdır. Sektöre ve mesleğe özgü dinamikler demografik faktörlerin sorun bildirme niyetine etkisi açısından farklılıkların doğmasına neden olabilir.

Bulgular değerlendirildiğinde psikolojik güvenliğin sorun bildirme niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilir. Kişilerin çalışma ortamında kendilerini psikolojik olarak güvende hissetmeleri sorun bildirme gibi sonuçları sorun bildiren kişi için büyük problemler doğurabilecek bir eylemi daha kolay gerçekleştirmesini sağlar. Psikolojik güvenlik ortamının sağlanması kişinin yeni yollar denemesine yardımcı olur, bunun kendisi için öngörülebilir ve riskten uzak olduğunu hissetmesini sağlar. İş ortamında herhangi bir kaygı içinde olmayan kişinin zorluklarla başa çıkabileceğine inanmasına yardımcı olur. Bunun yanında psikolojik güvenlik kişilerin kendilerini iş ortamında rahatça göstermelerini, düşünceleri başkalarını rahatsız edecek olsa dahi bunları açıklayabilmelerini ve bundan dolayı iş arkadaşları veya yöneticileri tarafından suçlanmayacaklarını bilmelerini sağlar. Dolayısıyla psikolojik güvenlik, sorun bildirme eyleminde itici bir güç olarak değerlendirilebilir. Bu gücün içsel sorun bildirme üzerindeki etkisi beklendiği gibi daha yüksektir. Buradan kişiler için içsel sorun bildirmenin çok daha güvenli bir tercih olarak görüldüğü sonucu çıkarılabilir. Alanyazın incelendiğinde zaten içsel sorun bildirmenin çok daha fazla tercih edildiği bilgisine ulaşmak mümkündür (Bather & Kelly, 2005:5). İçsel sorun bildirmenin daha yapıcı ve koruyucu olduğu düşünüldüğünde bu sonuç beklentilerle uyusmaktadır. Sıkıntıların dışarı yansıtılmadan örgüt içinde çözülme şansı kişilerin içsel sorun bildirme niyetlerini artırır. Bu sayede ne örgüt ne de kişiler yapılan yanlıştan büyük zararlar görmeden kurtulabilir. Psikolojik güvenliğin yapısı itibarıyla de

içsel sorun bildirmeyi daha fazla etkilemesi beklenir. Örgüt içinde oluşturulan psikolojik güvenlik ortamı çalışanın örgüte bağlılığını ve iyi ikili ilişkiler kurmasını sağlayabilir. Liderin çalışanlara yakın davranması, fikirlerine değer vermesi ve onları dinlemesi, örgütsel destek ile kişilere eylem ve söylemlerinden dolayı korku yaşamayacakları rahat bir çalışma ortamı yaratılması ve grup içinde kişilerin birbirlerine değer vermesi örgüte ve kişilere gelebilecek zararları en az indirtmeye yönlendirir. İş arkadaşlarına ve örgüte bağlılık ve yakınlık duyan kişiler içsel sorun bildirmeyi tercih edecektir. Dışsal sorun bildirmenin hem sorun bildiren kişiye hem de örgüte ağır sonuçlar doğurabilecek olması onun genelde son tercih olarak görülmesine yol açar. İçsel sorun bildirmenin yeteri kadar ciddiye alınmaması, sorunun çözüme ulaşmaması, yönetimin yaptırımında bulunmak istememesi, olayın üstünün kapatılmaya çalışılması, sorun bildirenin susturulmaya ve hatta cezalandırılmaya çalışılması kişileri dışsal sorun bildirmeye yönlendirecektir. Psikolojik güvenliğin kişilerin örgüte bağlılığını ve ikili ilişkilerini güçlendirmesi yapıcı değil de sonuç odaklı bir yol olan dışsal sorun bildirme niyetine etkisi daha azdır.

Sorun bildirme örgüt içi bir yanlış davranışın ifşa edilmesi olduğu için sorun bildiren kişiyi birçok olası tehlike bekler. Sorun bildiren kişi iş yerinde dışlanabilir, ayrımcılığa ve damgalanmaya maruz kalabilir, hak edilmiş terfilerden mahrum bırakılabilir, işten çıkarılabilir, tehdit edilebilir ve hatta bu nedenden dolayı kariyeri bitebilir. Sorun bildiren kişiyi bekleyen tüm bu olumsuz ihtimallerin ortadan kaldırılması kişinin sorun bildirme niyetini artıracaktır; ancak sadece olumsuz ihtimallerin kaldırılması bazı durumlarda sorun bildirme niyetinin eyleme dönüşmesini sağlamayabilir. Belirsizlikler ortadan kalksa dahi kişilerin sorun bildirme eylemini gerçekleştirmek için desteklenmesi ve ödüllendirilmesi gerekebilir. Aksi takdirde ahlaki farkındalık, ikili ilişkiler ve katı otorite gibi nedenlerden dolayı kişinin eylemsiz kalma niyeti artacaktır. Psikolojik güvenliğin olmadığı durumlarda da eylemsiz kalma niyeti sorun bildirme niyetine ağır basabilir. Psikolojik güvenliğin sağlanmasında belli başlı faktörler etkili olmaktadır. Teşvik edici liderlik, ikili ilişkilerin iyi kurulması, uygulama alanlarının oluşturulması, örgütsel desteğin hissettirilmesi ve pozitif grup içi bakış açısı psikolojik güvenlik ortamının kurulmasına yardımcı olacaktır. Bu nedenle bu alt boyutların sorun bildirme niyetine dolaylı yoldan olumlu etkisi bulunmaktadır.

Bu araştırma ile son yıllarda örgütlerin çok önem verdiği konularından biri olan etik üzerine bazı bulgular elde edilmiştir. Elde edilen

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2022; 10(1):87-112. DOI: 10.22139/jobs.1012565

**Sorun Bildirme
Niyeti İle
Psikolojik
Güvenlik
Arasındaki
İlişkinin
İncelenmesine
Yönelik Bir
Araştırma
106**

bulguların birçok sektörde rekabet avantajı sağlamak isteyen ve/veya denetim konularında güçlenmek isteyen birçok örgüte yol göstereceği düşünülmektedir. Örgüt içinde görülen yanlış davranışların sadece denetim kanallarıyla bulmak mümkün olmadığı için çalışanların da denetim faaliyetlerine katkısına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda sorun bildirme eylemi belki de en önemli denetim yollarından biri olarak görülebilir; ancak sorun bildirme eyleminin gerçekleştirilmesi zor ve riskli bir yol olduğu düşünüldüğünde kişilerin sorun bildirme niyetlerini artırmak için psikolojik olarak güvende hissetmeleri gerekmektedir. Psikolojik güvenlik ortamı ise liderin desteği, iyi ikili ilişkilerin kurulması, örnek uygulama alanlarının oluşturulması, örgütsel desteğin hissettirilmesi ve grup içinde olumlu hava oluşturulması ile sağlanabilir. Gelecekteki çalışmalarda sorun bildirme niyeti ve psikolojik güvenlik algısı değişkenlerinin nitel analizler yoluyla derinlemesine ele alınması bunlar arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunabilir. Ayrıca bu çalışmada psikolojik güvenlik değişkeni alt boyutlarına inilmeden bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Yapılacak çalışmalarda bu değişkenin alt boyutlarının (liderlik, ikili ilişkiler, uygulama alanı, örgütsel destek ve grup dinamikleri) sorun bildirme niyetine etkisinin incelenmesi bunların içsel ve dışsal sorun bildirme niyetine etkisini karşılaştırmaya imkan sağlayacaktır. Ayrıca psikolojik güvenliğin sorun bildirme niyeti ile onun çeşitli öncülleri arasındaki ilişkide aracı veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığının ortaya konması da literatüre anlamlı bir katkı sağlayacaktır. Son olarak gelecekteki çalışmalarda sektör temelli incelemelerin yapılması psikolojik güvenlik algısının hangi sektörlerde sorun bildirme niyeti üzerinde daha fazla etkili olduğunun anlaşılmasına katkıda bulunacaktır.

Yazar Katkıları

Fikir / Kavram: Burak BORULU/ Canan Nur KARABEY

Araştırma Tasarımı: Canan Nur KARABEY

Makale Yazımı: Burak BORULU

Veri Toplama: Burak BORULU

Analiz: Burak BORULU/ Canan Nur KARABEY

Eleştirel Okuma: Canan Nur KARABEY

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Alleyne, P., Hudaib, M. & Haniffa, R. (2018). The Moderating Role of Perceived Organisational Support in Breaking the Silence of Public Accountants. *Journal of Business Ethics*, 147 (3), 509–527.
- Anugerah, R., Abdilllah, M. R. & Anita, R. (2019). Authentic Leadership and Internal Whistleblowing Intention: The Mediating Role of Psychological Safety. *Journal of Financial Crime*, 26 (2), 556–567.
- Baltacı, A. (2017). Bilgi Uçurma: Kavram ve Kuramsal Temeller. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 397–423.
- Bather, A. & Kelly, M. (2005). Whistleblowing: The Advantages of Self-Regulation. *Department of Accounting Working Paper Series*, 82, 1–11. <http://researchcommons.waikato.ac.nz/handle/10289/1683>.
- Casematis, P. G. & Wortley, R. (2013). Prediction of Whistleblowing or Non-reporting Observation: The Role of Personal and Situational Factors. *Journal of Business Ethics*, 117(3), 615–634.
- Chang, Y., Wilding, M. & Shin, M. C. (2017). Determinants of Whistleblowing Intention: Evidence from the South Korean Government. *Public Performance and Management Review*, 40(4), 676–700.
- Donkin, M., Smith, R. & Brown, A. J. (2008). How do officials report? Internal and external whistleblowing". In J. A. Brown (Eds.), *Whistleblowing in the Australian public sector: Enhancing the theory and practice of internal witness management in public sector organizations* (83-108). Canberra: ANUE Press.

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2022; 10(1):87-112. DOI: 10.22139/jobs.1012565

**Sorun Bildirme
Niyeti İle
Psikolojik
Güvenlik
Arasındaki
İlişkinin
İncelenmesine
Yönelik Bir
Araştırma
108**

- Edmondson, A. C. (2003). Psychological Safety, Trust, and Learning in Organizations: A Group-Level Lens. In R. M. Kramer & K. S. Cook (Eds.), *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches*, Russell Sage Foundation, 239–272.
- Edmondson, A. C. & Lei, Z. (2014). Psychological Safety: The History, Renaissance, and Future of an Interpersonal Construct. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 23–43.
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Harvard University Press.
- Iko Afe, C. E., Abodohou, A., Mebounou, T. G. C. & Karuranga, E. (2018). Perceived Organizational Climate and Whistleblowing Intention in Academic Organizations: Evidence from Selçuk University (Turkey). *Eurasian Business Review*, 9(3), 1–20.
- Jubb, P. B. (1999). Whistleblowing: A Restrictive Definition and Interpretation. *Journal of Business Ethics*, 21(1), 77–94.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724.
- Keenan, J. P. (1995). Whistleblowing and The First-level Manager: Determinants of Feeling Obligated to Blow The Whistle. *Journal of Social Behavior & Personality*, 10(3), 571–584.
- Keenan, J. P. (2002). Whistleblowing: A Study of Managerial Differences. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 14(1), 17–32.
- Liang, J., Farh, C. I. & Farh J. L. (2012). Psychological Antecedents of Promotive and Prohibitive Voice: A Two-Wave Examination. *Academy of Management Journal*, 55, 71–73.
- Liu, S., Liao, J. & Wei, H. (2015). Authentic Leadership and Whistleblowing: Mediating Roles of Psychological Safety and Personal Identification. *Journal of Business Ethics*, 131(1), 107–119.
- Liyanarachchi, G. & Newdick, C. (2009). The Impact of Moral Reasoning and Retaliation on Whistle-blowing: New Zealand Evidence. *Journal of Business Ethics*, 89(1), 37–57.
- Malik, M. S. & Nawaz, M. K. (2018). The Role of Ethical Leadership in Whistleblowing Intention among Bank Employees: Mediating Role of Psychological Safety. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(4), 238–252.
- Mesmer-Magnus, J. R. & Viswesvaran, C. (2005). Whistleblowing in Organizations: An Examination of Correlates of Whistleblowing Intentions, Actions, and

Retaliation. *Journal of Business Ethics*, 62(3), 277–297.

Nayir, D. Z. & Herzig, C. (2012). Value Orientations as Determinants of Preference for External and Anonymous Whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 107(2), 197–213.

Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi 1*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Özgener, Ş., Tanç, A. & Ulu, S. (2018). Çalışma Yaşamında Sorun Bildirme Sistemi (Whistleblowing System). İçinde A. Keser, G. Yılmaz; S. Yürür (Eds.), *Çalışma Yaşamında Davranış: Güncel Yaklaşımlar*, 193–217.

Park, H., Rehg, M. T. & Lee, D. (2005). The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intentions : A Study of South Korean Public Employees. *Journal of Business Ethics*, 58, 387–403.

Schein E. H. (1993). How Can Organizations Learn Faster? The Challenge of Entering the Green Room. *Sloan Management Review*, 34, 85–92.

Schein E. H. & Bennis, W. (1965). *Personal and Organizational Change through Group Methods*. New York: Wiley.

Soyalın, M. (2019). *Örgütsel Etik İklim, Psikolojik Güvenlik, Güç Mesafesi Yönelimi Ve Çalışan Sessizliği Davranışı Arasındaki İlişkiler*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.

The Survey System. (2021), Creative Research Systems, <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>. Erişim Tarihi: 15.10.2021.

Valentine, S& Godkin, L. (2019). Moral Intensity, Ethical Decision Making, and Whistleblowing Intention. *Journal of Business Research*, 98 (2), 277–288.

Yılmaz, N., (2015). *Kadın Girişimciliğinde Yönetmelik Etik Değerler Ve İfşa (Whistleblowing): Mersin İlinde Uygulamalı Bir Araştırma*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bilgi Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

A RESEARCH TO INVESTIGATE THE RELATIONSHIP BETWEEN WHISTLEBLOWING INTENTION AND PSYCHOLOGICAL SAFETY

EXTENDED ABSTRACT

Whistleblowing mechanism, which the employees participate in the audit activities, is based on the understanding that when they notice a wrongdoing within the organization, they report it to the authorized managers or to the authorized people or units from outside the organization. Donkin et al. (2008) defined the whistleblowing as reporting of unethical or illegal behaviors and practices encountered by employees who have previously worked or are currently working in an organization (Baltacı, 2017:399-400).

In Jubb's (1999) definition, it was stated that suspicious behavior is also a reason for reporting a problem. It is defined as a former/current employee informing the relevant authorities in order to protect organization and prevent from important wrongdoing or practice that is considered illegal, suspicious or harmful (Jubb, 1999:77). Whistleblowing intention is the basis of the whistleblowing in many ways (Chang, Wilding, & Shin, 2017:3).

Whistleblowing intention shows to what extent the value judgments of the person push him to action during the decision to report a problem after a mistake is noticed (Iko Afe et al., 2018: 4). In this study, the effect of psychological safety on whistleblowing intention was investigated. This study will also compare the impact of psychological safety on the internal and external whistleblowing intentions.

In addition, the effect of psychological safety on the choice of silence, that is, inaction, will also be examined. Since demographic variables are predicted to affect whistleblowing intention, their effects will also be investigated. The research hypotheses are:

H₁: If employee's perception of psychological safety gets stronger, whistleblowing intention increases.

H₂: If employee's perception of psychological safety gets stronger, internal whistleblowing intention increases.

H₃: If employee's perception of psychological safety gets stronger, external whistleblowing intention increases.

H₄: If employee's perception of psychological safety gets stronger, intention to stay inactive decreases.

H₅: Intention to blow the whistle rises with age Older people are more likely to blow the whistle than younger people.

H₆: Women are more likely to blow the whistle than men.

H₇: Higher education level provides higher intention to blow the whistle.

H₈: People with administrative duties are more likely to blow the whistle.

In this research, the students who are studying in Atatürk University Open Education Faculty Business Undergraduate Program, who are currently working in a business, were selected as the universe. According to the data of the aforementioned faculty, there are 8802 active students. The minimum sample size to be selected from this population, with a 95% confidence interval and a 5% margin of error, was calculated as 368. An online questionnaire was opened to 8802 registered students via the student information system (OBS) and learning management systems (LMS) used by Atatürk University. During the designated data collection period, 3168 students, 36% of the population, started to answer the questionnaire; however, only 33.2% of these students completed the survey. As a result, feedback was received from 11.9% of the population, and data were obtained from 1053 people.

The questionnaire consists of three parts, and the first part includes demographic questions. Some demographic information like gender, age, education level, the sector they work in, whether they have an administrative duty and the working time in the institution are taken. In the second part, a 9-question scale developed by Park et al. (2005) used to measure the whistleblowing intention. The first three questions of this scale measure external whistleblowing intention, the next 4 questions measure internal whistleblowing intention and the last 2 questions measure intention to stay inactive. In the last part, a 5-question psychological safety scale developed by Liang et al. (2012) was used. Both the whistleblowing intention and the perception of psychological safety scales are in 5-point Likert scales. (1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-Neither, 4-Agree, 5-Strongly Disagree).

First of all, explanatory factor analysis was implemented on the scales, and factor structures were revealed. Afterwards, correlation and regression analyzes were applied. As a result of the analysis, H₁ hypothesis, which asserts that psychological safety as a whole has a positive impact on

whistleblowing intention, was accepted. Hypotheses H₂ and H₃, claiming that psychological safety increases internal and external whistleblowing intentions, respectively, were also confirmed, and also it was observed that the effect on internal whistleblowing intention was higher than external, as expected. H₄ hypothesis, which claims that psychological safety will reduce the intention to stay non-active, was also accepted. These findings reveal that the employee's perception of psychological safety should be taken into account in the context of directing employees to blow the whistle on workplace wrongdoingswhistle blow..

When the effect of demographic variables was examined, it was concluded that none of the demographic variables significantly affected the whistleblowing intention. H₅ hypothesis asserting that women's whistleblowing intention is higher than that of men, H₆ hypothesis suggesting that whistleblowing intention will increase as the age of the employee increases, and H₇ hypothesis suggesting that whistleblowing intention increase if the level of education increases has been rejected. Similarly, H₈ hypothesis, which suggests that employees with administrative duties will have a higher whistleblowing intention was also rejected. These findings show that the effect of demographic variables on whistleblowing intention is quite weak.

The results of this study are expected to guide organizations in various industries that aim to achieve competitive advantage and improve control function. Since all the wrongdoings in an organization could not be detected through traditional control mechanisms, employees must make contribution to the functioning of the control systems. In this context whistleblowing could be seen as one of the most important control tools. When employees feel psychological safety they embark on the risky and often dangerous task of whistleblowing. Psychological safety could be constructed through leadership support, mutual trust between employees, freedom of speech, organizational support and effective group dynamics. Future studies should examine the relationship between psychological safety and whistleblowing intention in depth through qualitative approaches. Moreover this study addressed psychological safety in total. Future studies investigating the impact of sub dimensions of psychological safety on intention to blow the whistle will make a unique contribution to our understanding of those two phenomena.

İNTERNET BAĞIMLILIĞI VE DEPRESYON İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA¹

İnternet
Bağımlılığı Ve
Depresyon
İlişkisi:
Üniversite
Öğrencileri
Üzerine Bir
Uygulama

113

Dr. Öğr. Üyesi Ali YILMAZ

Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi
aliyilmaz69@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7482-1712>

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAR

Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi
ahmetkar67@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3734-497X>

Arş. Gör. Mustafa KAYA

Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi
mustafa_519@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2005-5370>

Arş. Gör. Dr. Aysun KANDEMİR TÜRE

Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi
kandemiraysun@kku.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3496-5594>

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri ölçülerek bu düzeyin kişisel özellikler ve depresyonla ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmanın evrenini Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Tabakalı örnekleme yöntemiyle fakültedeki altı bölümün her biri için hesaplanan örneklem büyüklüğüne göre örnekleme yapılmıştır. Araştırmanın verileri 3 bölümden oluşan anket formu ile toplanmıştır. İlk bölümde katılımcıların kişisel özelliklerine yönelik ifadeler; ikinci bölümde Kimberly Young (1996) tarafından geliştirilmiş İnternet Bağımlılığı Ölçeği; üçüncü bölümde ise Beck ve arkadaşları (1961) tarafından geliştirilmiş Beck Depresyon

¹ 5. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetimi Kongresi'nde sözlü sunulmuş olup kongre bildirisi kitabında özet metni basılmıştır.

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 15/12/2021

Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 09/02/2022

Kabul Tarihi/Accepted : 22/02/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Yılmaz A., Kar A., Kaya M. ve Kandemir Türe A. (2022) İnternet Bağımlılığı Ve Depresyon ilişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 113-131.

Envanteri yer almaktadır. Araştırmanın verileri 5 Şubat-25 Mayıs 2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmada tanımlayıcı istatistikler, ki-kare testi ve korelasyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular: İnternet Bağımlılığı Ölçeği skorlarına göre interneti bağımlılık düzeyinde kullanan öğrenci olmadığı ve %91,9'unun ortalama düzeyde internet kullanıcısı olduğu bulunmuştur. Öğrencilerin Beck Depresyon Ölçeği'nden aldıkları skollara göre öğrencilerin %38,2'si minimal ve %8,4'ü şiddetli düzeyde depresyon belirtisi göstermekte ve kesme noktasına göre ise %30,4'ü normalin üzerinde depresyon belirtisi göstermektedir. Öğrencilerin internet bağımlılığı ve depresyon düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif ancak zayıf bir ilişki saptanmıştır ($r_s=0,335$; $p<0,001$). Çalışmaya katılan lisans öğrencilerinin, internet bağımlılık düzeyleri yükseldikçe depresif belirtiler gösterme olasılığının da yüksek olduğu saptanmıştır.

Sonuç: Ortalamanın üzerinde internet kullanıcısı olan öğrencilere yönelik bağımlılık ve depresyon konusunda danışmanlık sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: İnternet bağımlılığı, Depresyon, Üniversite öğrencileri

THE RELATIONSHIP OF INTERNET ADDICTION AND DEPRESSION: AN APPLICATION ON UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

Aim: This study aimed to measure the level of internet addiction of university students and examine their relationship with personal characteristics and depression.

Method: The universe of the study is students of Kirikkale University Faculty of Health Sciences. With the stratified sampling method, sampling was made according to the sample size calculated for each of the six departments in the faculty. The data of the research were collected with a questionnaire form consisting of 3 parts. In the first part, statements about the personal characteristics; the second part Internet Addiction Scale, which was developed by Kimberly Young (1996); in the third part includes the Beck Depression Inventory, which was developed by Beck et al. (1961). The data of the research were collected between 5 February and 25 May 2018. Descriptive statistics, chi-square test, and correlation analysis were used in the study.

Findings: According to the Internet Addiction Scale scores, it was found that no students are using the Internet at the addiction level and 91.9% of them are average internet users. According to the scores the students got from the Beck Depression Scale, 38.2% of the students showed minimal depression and 8.4% showed severe depression symptoms, and according to cut point 30.4% of them showed signs of depression more than normal level. A statistically significant and positive but weak correlation was found between students' internet addiction and depression levels (r_s

= 0.335; $p > 0.001$). It is determined that participating students in the study are more likely to show depressive symptoms as their level of internet addiction increases.

Results: Counseling on addiction and depression should be provided to students with above-average internet users.

Key Words: Internet addiction, Depression, University students

I. GİRİŞ

İnternet, ilk uygulamaları 1960'lı yıllarda başlayan ve günümüze dek kullanımı hızla artan bir teknolojidir (Mayda et al., 2014). Gerek sosyal yaşam gerekse iş yaşamında büyük kolaylıklar sağlayan internet modern dünyanın vazgeçilmez bir parçası olmuştur (Morrison & Gore, 2010). Yapılan araştırmalar internet kullanıcı sayısının her geçen gün hızla arttığını göstermektedir. Türkiye'de internet kullanımı son on yılda %38,1'den %75,3'e ilerlemiştir (TÜİK, 2019a). Dünya genelinde 2000-2012 yılları arasında internet kullanım oranlarının %400 arttığı ve Türkiye'deki internet kullanım artışının Avrupa Birliği ülkelerinin çok üzerinde olduğu belirtilmiştir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2012). 2020 yılında Türkiye'de aktif internet kullanıcı sayısı 77.048.026 olarak açıklanmıştır (TÜİK, 2019b).

Günümüzün vazgeçilmez bir parçası olan internet farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Bilgi edinme, sosyalleşme, iletişim, video, görsel arama ve alışveriş bunların başında gelmektedir. Yaşamın her alanında büyük fayda sağlayan internet, bu faydaya karşın kullanım kontrolünün kaybedilmesi sonucu günlük yaşam fonksiyonu, aile ilişkileri ve duygusal istikrar üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilmektedir (Ko et al., 2012). İnsan yaşamında büyük kolaylıklar sağlayan internetin bir diğer ve en çok konu alınan olumsuz tarafı ise bağımlılıktır. İnternet bağımlılığı ilk olarak 1995 yılında Goldberg tarafından ele alınmıştır. İnternet bağımlılığını ölçmek adına ilk çalışmayı yapan Kimberly Young (1996) internet bağımlılığını, internetin gereğinden fazla kullanımının önüne geçilememesi, internet kullanılmadığı zaman kişide sinirlilik halinin oluşması ve bunun sonucunda kişinin sosyal hayatının olumsuz şekilde etkilenmesi olarak tanımlamıştır. İnternet bağımlılığını "bağlandıktan sonra yapılan faaliyetten bağımsız olarak internete psikolojik bağlılık duymak" şeklinde tanımlayan Kandel (1998) internet bağımlılığını internet ile ilgili faaliyetlere ayrılan kaynaklardaki yatırımların artışı, internette olunmadığı zaman hissedilen hoş olmayan duygular (kaygı, depresyon, boşluk hissi vb.), internette olmanın etkilerine artan bir tolerans ve sorunlu davranışların inkâr edilmesi şeklinde kategorize etmiştir.

İnternet kullanımının hızla artması internet bağımlılığı konulu araştırmaların artmasını da beraberinde getirmiştir. Başta sosyoloji, psikoloji ve iletişim alanlarında yapılan çalışmalar internet bağımlılığının tanımında olduğu gibi olumsuz sonuçlara yol açtığını göstermektedir. Yapılan çalışmalar bu sorunlardan birinin depresyonun olduğunu, internet bağımlılığı ile depresyon arasında ilişki olduğunu göstermiştir. Bu çalışmalardan bir kısmı internet bağımlılığın depresyona yol açtığını belirtirken bazı çalışmalar internet bağımlılığının depresyondan kaçmak için başvurulan bir çözüm olduğunu belirtmektedir (Young, 1996; Young & Rodgers, 1998; Morrison & Gore, 2010; Tsai & Lin, 2003).

İnternet bağımlılığı ile arasında güçlü bir bağ olan depresyon, birçok psikolojik veya psikolojik rahatsızlıkla meydana gelebilen, yoğun üzüntülü bir duygu içerisinde düşünme, konuşma ve hareketlerde azalma, halsizlik, değersizlik, isteksizlik, kötümserlik duygu ve düşünceleri ile fizyolojik faaliyetlerde yavaşlama gibi semptomları bulunan durum olarak açıklanmıştır (Öztürk, 2004). Costin ve Draguns (1989) depresyonu genç yaşlardan beri acılı uyaranlardan kaçmayı, kurtulmayı bilmeme ve çaresiz kalma durumu olarak tanımlamıştır.

İnternet bağımlılığı her yaş grubunu tehdit eden bir sorun olsa da en riskli grup teknoloji ile büyümüş ve teknolojiyi daha iyi kullanan çocuklar ve gençlerdir. Gerek Türkiye’de gerekse başka ülkelerde yapılan çalışmalarda interneti ve internet tabanlı sosyal ağları en üst düzeyde kullananların 16-24 yaş aralığındaki gençler olduğu belirtilmiştir. Bu gruptaki bireylerin çalışma sürelerinde azalma ve bazı bireylerde ise sosyal ağlara karşı bağımlılık oluştuğu da çalışmaların sonuçlarındandır (TÜİK, 2014; Ofcorm, 2008). Bu sonuçlardan yola çıkarak bu çalışmada üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri ölçülerek bunun kişisel özellikler ve depresyon durumlarıyla ilişkisini incelemek amaçlanmaktadır.

II. YÖNTEM

Bu çalışmanın evrenini Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Ağırlıklı tabakalı örnekleme yöntemiyle fakülte'deki altı bölümün her biri için hesaplanan örneklem büyüklüğüne göre örnekleme yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların kişisel özelliklerine yönelik ifadeler yer alırken, ikinci bölümünde internet bağımlılığı ölçeği, üçüncü bölümde ise depresyon ölçeği yer almıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği (İBÖ), Dr. Kimberly Young (1996) tarafından geliştirilmiş olup Amerika'da geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. 20 soruluk bu test İnternet bağımlılığının hafif, orta ya da ileri derecede olup olmadığını ölçmektedir. Testin Türkiye'de geçerlik-güvenirlik çalışması 2008 yılında Çakır-Balta ve Horzum (2008) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik düzeyi Cronbach's alpha katsayısı ile 0,895 olarak bulunurken, geçerliliği faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların depresyon düzeyi ise Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ) ile ölçülmüştür. Beck ve arkadaşları (1961) tarafından geliştirilmiş olan 21 maddelik ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Hisli (1989) tarafından yapılmıştır. Madde analizi ve yarıya bölme tekniklerinin kullanıldığı çalışmada güvenilirlik düzeyi sırasıyla 0,80 ve 0,74 olarak hesaplanmıştır. Hisli'nin (1989) BDÖ için yapmış olduğu Türkçe geçerlik ve güvenilirlik sonucuna göre kesme puanının 17 olarak kabul edilebileceği ve 17 ve daha fazla puan alanların normalin üzerinde depresyon belirtisi gösterdiklerinin söylenebileceği ifade edilmiştir. Veri toplama aracının güvenilirlik düzeyi iç tutarlılık kat sayısı olarak ifade edilen Cronbach's alpha değeri ile hesaplanmıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nin Cronbach's alpha iç tutarlılık katsayısı 0,892 ve Beck Depresyon Ölçeği'nin ise 0,918 olarak bulunmuştur. Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analizinde demografik ve karakteristik özelliklere ilişkin frekans ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistikler uygulanmıştır. Katılımcıların bireysel özellikleri açısından internet bağımlılık ve depresyon düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığı ki kare testi ile değerlendirilmiştir. İnternet bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişki ise Pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

III. BULGULAR

Tablo 1'e göre çoğunluğu kadın öğrencilerden oluşan sağlık bilimleri fakültesinde 17 ila 37 yaş aralığında değişen öğrencilerin yaş ortalaması $20,80 \pm 1,86$ olarak bulunmuştur. En fazla hemşirelik bölümünden (%24,6) ve en az ise sosyal hizmet bölümünden (%6,8) katılım sağlanmıştır. Öğrenciler ortalama olarak $8,88 \pm 3,49$ yıldır bilgisayar kullanırken çoğunluğu 6 yıl ve daha uzun zamandır bilgisayar kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında günde ortalama $4,57 \pm 2,94$ saat bilgisayar kullanan öğrencilerin

%43,3'ü günlük 4 ila 6 saatini internette geçirmektedir. Öğrencilerin %59,6'sı iyi derecede bilgisayar kullandığını ve %55,6'sı ise yine iyi derecede internet kullanabildiklerini ifade etmişlerdir.

**Tablo 1.
Sağlık Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Tanımlayıcı Özellikleri**

Değişkenler	Ort±St.sapma (min-maks)	f	%
Cinsiyet	Kadın	263	81,7
	Erkek	59	18,3
Yaş	17-21 yaş	20,80±1,86	218 67,7
	22-37 yaş	(17-37)	104 32,3
Bölüm adı	Beslenme ve Diyetetik (BES)	47	14,6
	Çocuk Gelişimi (ÇGE)	52	16,1
	Fizyoterapi ve Rehabilitasyon (FTR)	74	23,0
	Hemşirelik (HEM)	76	23,6
	Sağlık Yönetimi (SY)	46	14,3
	Sosyal Hizmet (SH)	27	8,4
Bilgisayar kullanma zamanı (n=320)	0-5 yıl	8,88±3,49	57 17,8
	6-11 yıl	(0-19)	194 60,6
	12 yıl ve daha fazla		69 21,6
Günlük internet kullanma saati (n=319)	≤ 3 saat	4,57±2,94	132 41,4
	4-6 saat	(1-16)	138 43,3
	≥ 7 saat		49 15,4
Bilgisayar kullanma becerisi	Zayıf	73	22,7
	İyi	194	60,2
	Çok iyi	55	17,1
İnternet kullanma becerisi	Çok zayıf	24	7,5
	İyi	176	54,7
	Çok iyi	122	37,9

Tablo 2'de öğrencilerin interneti en fazla sosyal iletişim, genel bilgi edinimi ve haber takibi ve en az online oyun oynama ve video, müzik, film, dizi vb. izleme amacı ile kullandıkları görülmektedir.

Tablo 2.
Öğrencilerin İnternet Kullanma Amaçları*

İnternet Kullanma Amaçları	f
Sosyal iletişim (facebook, twitter, whatsapp vb.)	389
Genel bilgi edinimi	296
Haber takibi	234
Alışveriş	231
Bilimsel araştırma yapmak	222
Sağlığımla ilgili tıbbi bilgi elde etmek	145
Online oyun oynama	92
Video, müzik, film, dizi vb.	12

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 3'te öğrencilerin İBÖ skorlarına bakıldığında interneti bağımlılık düzeyinde kullanan öğrenci olmamakla birlikte %91,9'unun ortalama ve %8,1'inin riskli düzeyde internet kullanıcısı oldukları görülmektedir. BDÖ'den alınan skorlara göre öğrencilerin %38,2'si minimal ve %8,4'ü şiddetli düzeyde depresyon belirtisi göstermektedir. Kesme noktasına (17) göre ise öğrencilerin %30,4'ü normalin üzerinde depresyon belirtisi göstermektedir.

Tablo 3.
Öğrencilerin İBÖ ve BDÖ skorları (n=322)

Ölçek ve alt boyutları	f	%	
İBÖ	Ortalama internet kullanıcısı	296	91,9
	Riskli internet kullanımı	26	8,1
	Minimal düzey depresyon	123	38,2
BDÖ	Hafif düzey depresyon	92	28,6
	Orta düzey depresyon	80	24,8
	Şiddetli düzey depresyon	27	8,4
	17 ve altı	224	69,6
Kesme noktasına göre BDÖ	18 ve üstü	98	30,4

Öğrencilerin bireysel özelliklerine göre internet bağımlılıkları ve depresyon düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 4'te incelenmiştir. Yates düzeltilmeli χ^2 testinin sonucuna göre depresyon düzeyi cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($0,634 > 0,05$). Fisher'ın kesin χ^2 testine göre internet bağımlılığının cinsiyetten bağımsız olduğuna karar verilmiştir ($0,596 > 0,05$). Yaşa göre depresyon düzeyi farklılık göstermezken ($p > 0,05$) internet bağımlılığı farklılık göstermektedir (Yates düzeltilmeli $\chi^2 = 4,589$; $p = 0,023$) ve bu iki değişken arasında düşük ancak istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($\phi = -0,132$;

p=0,018). İnternet bağımlılığı ve depresyon düzeylerinin öğrencilerin okudukları bölümler arasında farklılık göstermediği görülmektedir (p>0,05).

Tablo 4.

Öğrencilerin bireysel özelliklerine göre İBÖ ve BDÖ karşılaştırması

	Cinsiyet		Yaş					Bölüm				
	Kadın	Erkek	17-21 arası	22-27 arası	28-37 arası	SY	ÇGE	BES	FTR	HEM	SH	
17 ve altı	186 (%70,7)	38 (%64,4)	148 (%67,9)	76 (%73,1)	32 (%69,6)	38 (%73,1)	35 (%74,5)	46 (%62,2)	53 (%69,7)	20 (%74,1)		
18 ve üstü	77 (%29,3)	21 (%35,6)	70 (%32,1)	28 (%26,9)	14 (%30,4)	14 (%26,9)	12 (%25,5)	28 (%37,8)	23 (%30,3)	7 (%25,9)		
BDÖ test istatistikleri	Yates düzeltilmeli		$\chi^2=0,895$ p=0,344		$\chi^2=3,012$ p=0,698							
eri	$\chi^2=0,634$ p=0,426											
Ortalama	243 (%92,4)	53 (%89,8)	195 (%89,4)	101 (%97,1)	45 (%97,8)	48 (%92,3)	43 (%91,5)	68 (%91,9)	67 (%88,2)	25 (%92,6)		
Riskli	20 (%7,6)	6 (%10,2)	23 (%10,6)	3 (%2,9)	1 (%2,2)	4 (%7,7)	4 (%8,5)	6 (%8,1)	9 (%11,8)	2 (%7,4)		
İBÖ test istatistikleri	Fisher's exact		Yates düzeltilmeli		$\chi^2=4,589$ p=0,023		$\chi^2=3,650$ p=0,601					
eri	$\chi^2=0,596$		df=1 $\phi=-0,132$		p=0,018							

Tablo 5.
Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanım özelliklerine göre İBÖ ve BDÖ karşılaştırması

	Bilgisayar kullanma yılı		Günlük internet		Bilgisayar kullanma beceri		İnternet kullanma beceri					
	0-5 yıl	6-11 yıl	12+	≤3 saat	4.Haz	7+	Zayıf	İyi	Çok iyi			
17 ve altı	37 (%64,9)	132 (%68,0)	53 (%76,8)	104 (%78,8)	89 (%64,5)	30 (%61,2)	49 (%67,1)	139 (%71,6)	36 (%65,5)	12 (%50,0)	133 (%75,6)	79 (%64,8)
18 ve üstü	20 (%35,1)	62 (%32,0)	16 (%23,2)	28 (%21,2)	49 (%35,5)	19 (%38,8)	24 (%32,9)	55 (%28,4)	19 (%34,5)	12 (%50,0)	43 (%24,4)	43 (%35,2)
BDÖ istatistikleri	$\chi^2=2,493$ p=0,288		$\chi^2=8,627$ p=0,013		$\chi^2=1,043$ p=0,594		$\chi^2=8,669$ p=0,013 df=2		Cramer's v=0,164		Cramer's v=0,164	
Ortalama internet kullanıcısı	53 (%93,0)	179 (%92,3)	62 (%89,9)	129 (%97,7)	122 (%88,4)	42 (%85,7)	69 (%94,5)	181 (%93,3)	46 (%83,6)	22 (%91,7)	167 (%94,6)	107 (%87,7)
Risikli internet kullanıcısı	4 (%7,0)	15 (%7,7)	7 (%10,1)	3 (%2,3)	16 (%11,6)	7 (%14,3)	4 (%5,5)	13 (%6,7)	9 (%16,4)	2 (%8,3)	9 (%5,1)	15 (%12,3)
İBÖ istatistikleri	$\chi^2=0,511$ p=0,775		$\chi^2=10,742$ p=0,005		$\chi^2=6,247$ p=0,044		$\chi^2=5,009$ p=0,082		Cramer's V=0,184		Cramer's V=0,139	

Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanım özelliklerine göre İBÖ ve BDÖ karşılaştırması Tablo 5'te sunulmaktadır. İnternet bağımlılığı ve

depresyon düzeylerinin öğrencilerin ne kadar süredir bilgisayar kullanıyor olduklarına farklılaşmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Günlük internet kullanım süresi ile depresyon düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuş olup ($\chi^2=8,627$; $p=0,013$) iki değişken arasındaki ilişki miktarının düşük olduğu saptanmıştır (Cramer's V= 0,164). Günlük internet kullanım süresi ile internet bağımlılığı arasında da istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ($\chi^2=10,742$; $p=0,005$) ve yine iki değişken arasındaki ilişki miktarının düşük olduğu saptanmıştır (Cramer's V= 0,184). Öğrencilerin bilgisayar kullanma becerisi ile depresyon düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunamazken ($p>0,05$) internet bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ($\chi^2=6,247$; $p=0,044$). İki değişken arasındaki ilişki miktarı düşük ancak anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilmektedir (Cramer's V= 0,139). Öğrencilerin depresyon düzeylerinin interneti kullanma becerilerine göre farklılık gösterdiği ($\chi^2=8,669$; $p=0,013$) ve bu farklılığın etki büyüklüğünün düşük olduğu bulunmuştur (Cramer's V= 0,164). Son olarak öğrencilerin interneti kullanma becerilerine göre internet bağımlılıkları istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermemiştir ($p>0,05$).

Tablo 6.
İBÖ ve BDÖ arasındaki ilişki

		İBÖ	BDÖ
İBÖ	r_s	1	0,335
	p	-	0,000*
BDÖ	r_s	0,335	1
	p	0,000*	-

* $p<0,001$

Tablo 6'ya göre ise öğrenci grubunda İBÖ ve BDÖ arasında istatistiksel açıdan anlamlı ancak zayıf bir ilişki saptanmıştır ($r_s=0,335$; $p>0,001$).

IV. TARTIŞMA

İnternet icat edildiği ilk günden bu yana insan hayatının içerisindeki rol ve önemini giderek artırmaktadır ve internet kullanım süreleri de buna bağlı olarak artış göstermektedir. Bağımlılık yaratan tüm alışkanlıklarda olduğu gibi internetin de farklı amaçlarla aşırı kullanımı, internet bağımlılığını toplumlarda sık görülür hale getirmiştir. Selçuk Üniversitesi öğrencileri üzerinde yürütülen çalışmanın sonuçlarına göre çalışmaya katılan öğrencilerin %23,2'si internet bağımlısı, %28,4'ü riskli internet kullanıcısıdır. Diğer bir ifade ile katılımcıların yarısından fazlası "problemlili

internet kullanıcısı” sınıfında yer almaktadır. Cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, ikamet şekli, gelir düzeyi değişkenlerine bağlı olarak internet bağımlılığı ve riskli kullanıcı oranları farklılık göstermemektedir. Haftalık internet kullanım sıklığı riskli kullanıcılar ve bağımlılar, her gün düzenli ya da haftada 4-5 gün internet erişimine sahiptirler. Yani sık internet kullanımı, bağımlılık oluşturmada önemli bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışma sonucunda katılımcıların interneti kullanım amaçlarına göre internet bağımlılıklarının da farklılaştığı sonucu elde edilmiştir. Buna göre interneti online oyun oynamak ve sörf yapmak amacıyla kullanan katılımcıların, diğer amaçlarla interneti kullanan katılımcılara göre bağımlılık oranları daha yüksektir (Balcı & Gülnar, 2009). Erciyes Üniversitesi öğrencilerinde yapılan internet bağımlılığı ve depresyon düzeyleri konulu çalışmada ise yaşın internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir değişken olduğu, yirmi yaş altı öğrencilerin internet bağımlılığı riskinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Erkek öğrencilerde ortalama İnternet Bağımlılığı Ölçeği puanı kadınlara göre üç kat yüksek bulunmuştur. Ailesinin sosyo-ekonomik durumunu kötü olarak ifade eden öğrencilerde ortalama internet bağımlılığı ölçek puanı sosyo-ekonomik durumu iyi ve orta olanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Araştırma grubundaki öğrencilerin yaklaşık dörtte birinde depresif belirti olduğu, %7,8’inin internet bağımlısı olduğu saptanmıştır. Beck Depresyon Ölçeği puanı ile İnternet Bağımlılığı Ölçeği puanı arasında pozitif yönde ilişki saptanmıştır. Ayrıca ekonomik düzeyi kötü olan öğrencilerde depresyon riskinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Günay et al., 2015).

On Dokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinde internet bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkinin değerlendirildiği 912 kişilik çalışmada; %4,3 internet bağımlısı, %30,3 riskli internet kullanıcısı, %65,3 normal internet kullanıcısı olarak saptanmıştır. Çalışmada internet bağımlılığının depresyonu pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordadığı görülmüştür (Özdemir, 2016). Ankara’da çeşitli üniversitelerde okumakta olan öğrencilerin yalnızlık ve kişiler arası ilişki tarzları açısından yapılan internet bağımlılığı çalışmasında toplam 213 kişi katılmış çalışmada sosyoekonomik düzey göstergesi olarak anne eğitimi alınmıştır. Çalışma bulgularında interneti 6-12 saat arasında kullananların oranı %16,4 olarak bulunurken; %36,2’si 3-5 saat arasında, %47,4’ü günde 0-2 saat arasında kullanmıştır. İnterneti bilgi amaçlı kullanan katılımcıların oranı %28,6 bulunmuştur. Çalışmada cinsiyetin bağımlılık puanında fark yaratmadığı bulunmuştur. İnternet bağımlılığı ölçeğinden yüksek puan alan bireylerin kendilerini daha yalnız hissettiği sonucuna ulaşılmıştır (Batıgün & Hasta, 2010).

Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde internet bağımlılığının depresyon, tepki biçimleri, düşünce baskılama endişe ve üst bilişle ilişkisi adlı çalışma sonucunda yaşın problemlili internet kullanımı ile ilişkisi bulunmazken cinsiyet ve gelir durumunun problemlili internet kullanımıyla bir ilişkisi olduğu saptanmıştır. Yapılan analizde erkeklerin kadınlara göre daha çok internet kullandığı ve problemlili internet kullanımına yatkınlıkları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra gelir durumu artıkça internet kullanımının da arttığı gözlenmiştir. Araştırmada yüksek gelir grubuna sahip olan ailelerin çocuklarının düşük gelir grubunda olanlara göre daha fazla riskli internet kullanımına sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca analiz sonucunda depresyonun internet kullanımı konusunda temel risk faktörü olduğu görülmüştür. Bu durum depresif duygu yoğunluğu yaşayan ve depresyonu olan bireylerin rahatlamak için internete girme ihtiyacı duyması şeklinde yorumlanabilmektedir (Sonkur, 2014).

Hem ulusal hem de yabancı literatürde internet bağımlılığı ve depresyona yönelik çalışmaların bazılarında sosyodemografik özelliklerin bu değişkenler üzerinde anlamlı farklılık yarattığı bazılarında ise yaratmadığı sonucunda ulaşılmıştır. Shen ve diğerleri (2021) Çinli öğrenciler arasında internet bağımlılığında risk faktörlerini ve cinsiyet değişkeninin etkisini değerlendirmiştir. Çalışma neticesinde internet bağımlılığı erkeklerde %7,1 kadınlarda ise %8,17 olarak bulunmuştur. Radeef ve Faisal (2021) Malezya'daki hemşirelik öğrencileri üzerinden internet bağımlılığı ve ilişkili olduğu duygusal rahatsızlıkları incelemiştir. Öğrencilerin %33'ü internet bağımlısı olarak değerlendirilmiş, cinsiyet ve sosyo-demografik faktörlerin ise internet bağımlılığında anlamlı farklılık yaratmadığı görülmüştür. Haftalık 40 saatin üzerinde internet kullanımı olan öğrencileri arasında internet bağımlılığı daha yüksek bulunurken; depresyon, endişe ve stresin internet bağımlısı öğrenciler arasında daha sık olduğu sonucuna varılmıştır. Singh ve diğerleri (2021) tıp öğrencileri arasında uyku kalitesi, internet bağımlılığı ve depresyon durumunu değerlendirmiştir. Öğrencilerin yaklaşık %39'unda internet bağımlılığı, %16'sında ise depresyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada internet bağımlılığı ve depresyon semptomlarının yaş ve cinsiyet ile ilişkili olduğu görülmüştür.

V. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yürütülen bu çalışmada iki grup internet kullanıcısı ortaya çıkmıştır. %91,9 oranında ortalama internet kullanıcısı %8,1 oranında riskli internet kullanıcısı bulunmuştur. İnternet bağımlısı bulunmamıştır. Öğrencilerin depresyon düzeylerinin değerlendirilmesi neticesinde tüm öğrenciler arasında %38,2 oranla minimal düzey depresyon, %28,6 oranla hafif düzey depresyon, %24,8 oranla orta düzey depresyon ve %8,4 oranla şiddetli düzey

depresyon görüldüğü sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgularda öğrencilerin günde ortalama 4,6 saatini internette geçirdiği ve interneti en fazla sosyal iletişim için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çalışmada kadınların minimal depresyon düzeyleri %36,5 iken erkeklerde %45,8'dir. Şiddetli depresyon düzeyi kadınlarda %8 iken erkeklerde %10,2'dir. Bu durum erkeklerin kadınlara oranla depresyon düzeylerin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Yaş düzeyleri açısından ise 21 yaş ve altındaki riskli internet kullanımının daha fazla olduğu görülmektedir. Öğrencilerin bölümleriyle internet kullanımı arasındaki ilişki saptanmaktadır. Ortalama internet kullanıcısı profili Sağlık Yönetimi bölümünde %97,8 ile en yüksek iken Hemşirelik Bölümü %88,2 ile en düşüktür. Riskli internet kullanımı ise %11,8 ile Hemşirelik Bölümünde en yüksektir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun günlük internet kullanım süresi 1 ile 5 saat arasında olmuştur. Günlük internet kullanım süresi ile depresyon düzeyi doğru orantılıdır. İnternet kullanım süresi arttıkça depresyon şiddeti artmaktadır. Riskli internet kullanımı yüzdesi arttıkça depresyon puanı da artmaktadır.

Sonuç olarak üniversite öğrencileri gibi genç bir nesilde internet bağımlılığının depresyon düzeyi ile pozitif bir korelasyona sahip olması bu bağımlılık türünün de küçümsenmeyecek problemlere neden olabileceğinin bir göstergesidir. Depresyon sadece mental değil aynı zamanda fiziksel birçok rahatsızlığa kaynaklık edebilmektedir. Bu nedenle doğrudan veya dolaylı olarak depresyona kaynaklık edebilecek kontrol edilebilir tüm faktörlerin belirlenmesi önemli faydalar sağlayabilir. Son yıllarda toplumsal yaşantının içerisinde internet kullanımının daha yaygın hale gelmesiyle ortaya çıkan internet bağımlılığın özellikle lisans öğrencileri arasında belirli periyotlarda değerlendirilmesi ve bu bağımlılıkla mücadelede gençlerin toplumsal hayatı sanal hayata tercih etmelerini sağlayacak stratejilerin geliştirilmesi önerilmektedir.

MAKALE BİLGİ FORMU

İnternet
Bağımlılığı Ve
Depresyon
İlişkisi:
Üniversite
Öğrencileri
Üzerine Bir
Uygulama
126

Yazar Katkıları

Fikir / Kavram: Ahmet KAR

Araştırma Tasarımı: Ali YILMAZ / Mustafa KAYA / Aysun KANDEMİR TÜRE

Makale Yazımı: Ahmet KAR / Ali YILMAZ / Mustafa KAYA / Aysun KANDEMİR TÜRE

Veri Toplama: Mustafa KAYA / Aysun KANDEMİR TÜRE

Analiz: Aysun KANDEMİR TÜRE

Eleştirel Okuma: Ahmet KAR / Ali YILMAZ

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Balcı, Ş., & Gülnar, B. (2009). Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili. *Selçuk İletişim*, 6(1), 5-22.
- Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213-219.
- Beck, A. T., Ward, C. H., Mendelson, M., Mock, J., & Erbaugh, J. (1961). An inventory for measuring depression. *Archives of General Psychiatry*, 4(6), 561-571.
- Costin, F., & Draguns, J. G. (1989). *Abnormal psychology: Patterns, issues, interventions*. John Wiley & Sons.
- Çakır Balta, Ö., & Horzum, M. B. (2008). İnternet bağımlılığı testi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, 7(13), 99-121.
- Hisli, N. (1989). Beck depresyon envanterinin üniversite öğrencileri için geçerliliği, güvenilirliği. (A reliability and validity study of Beck Depression Inventory in a university student sample). *J. Psychol.*, 7, 3-13.
- Günay, O., Öztürk, A., Arslantaş, E. E., & Sevinç N. (2018). Erciyes Üniversitesi öğrencilerinde internet bağımlılığı ve depresyon düzeyleri. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry And Neurological Sciences*, 31(1),79-88.
- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyber Psychology & Behavior*, 1(1), 11-17.
- Ko, C. H., Yen, J. Y., Yen, C. F., Chen, C. S., & Chen, C. C. (2012). The association between Internet addiction and psychiatric disorder: a review of the literature. *European Psychiatry*, 27(1), 1-8.

- Morrison, C. M., & Gore, H. (2010). The Relationship Between Excessive Internet Use and Depression: A Questionnaire-Based Study of 1,319 Young People and Adults. *Psychopathology*, 43, 121-126.
- Ofcom, (2008). Social Networking A Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours And Use. Research Document, Office of Communications. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/report1.pdf>
- Özdemir, G. (2016). İnternet bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi. *Tıpta Uzmanlık Tezi*. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Öztürk, O. (2004). *Ruh Sağlığı ve Bozuklukları*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Radeef, A. S., & Faisal, G. G. (2021). Internet Addiction and Its Association with Emotional Disturbances Among Nursing Students In Malaysia. *British Journal of Medical & Health Sciences (BJMHS)*, 3(7).
- Shen, Y., Wang, L., Huang, C., Guo, J., De Leon, S. A., Lu, J., et al. (2021). Sex differences in prevalence, risk factors and clinical correlates of internet addiction among Chinese College Students. *Journal of affective disorders*, 279, 680-686.
- Singh, B., Singh, K. K., & Ansari, J. A. (2021). Internet Addiction, Sleep Quality and Depression among Undergraduate Medical Students in Nepal. *International Journal of Health Sciences and Research*, 11(2), 243-250.
- Sonkur, A. (2014). İnternet bağımlılığının depresyon, tepki biçimleri, düşünce baskılama, endişe, üst bilişle ilişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Taylor, H. H., & Agallija, N. (2016). Arnavutluk'ta gençlerde internet bağımlılığı. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(3), 1-12.
- Tsai, C. C., & Lin, S. S. (2003). Internet addiction of adolescents in Taiwan: An interview study. *CyberPsychology & Behavior*, 6(6), 649-652.
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2014). <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16198> (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2019a). http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2019b). http://tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1062 (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2020).
- Yeşilbaş, D. (2008). Major depresyon tanısı konulan kişilerin depresyonlarını ifade biçimleri. Uzmanlık Tezi. *Bakırköy Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi*, İstanbul.

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2022; 10(1):113-131. DOI: 10.22139/jobs.1036995

**İnternet
Bağımlılığı Ve
Depresyon
İlişkisi:
Üniversite
Öğrencileri
Üzerine Bir
Uygulama**

Young, K. S. (1996). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. Paper Presented at the 104th Annual Meeting of the American Psychological Association, Toronto. *Cyberpsychol Behavior, 3*, 237-244.

Young, K. S., & Rodgers, C. (1998). The Relationship Between Depression and Internet Addiction. *CyberPsychology and Behavior, 1(1)*, 25-28.

THE RELATIONSHIP OF INTERNET ADDICTION AND DEPRESSION: AN APPLICATION ON UNIVERSITY STUDENTS

İnternet
Bağımlılığı Ve
Depresyon
İlişkisi:
Üniversite
Öğrencileri
Üzerine Bir
Uygulama
129

EXTENDED ABSTRACT

The internet, which is used for different purposes such as obtaining information, socializing, communication, video, visual search, and shopping, has become an important part of our lives. The most discussed negative side of the internet, which provides great convenience in daily life, is addiction. Kimberly Young (1996), who made the first study to measure internet addiction, defined internet addiction as the inability to prevent excessive use of the internet, the occurrence of irritability when the internet is not used, and the negative impact of the person's social life as a result. Kandel (1998), who defines internet addiction as "having a psychological attachment to the internet independent of the activity after connecting", defined internet addiction as the increase in the investments in the resources allocated to internet-related activities, the unpleasant feelings felt when not on the internet (anxiety, depression, feeling of emptiness, etc.), the internet addiction. Categorizing it as an increased tolerance for the effects of being the internet, which provides great benefits in all areas of life, can have negative effects on daily life function, family relations, and emotional stability as a result of loss of usage control despite this benefit. One of the most important problems that arise in this regard is depression. According to the literature, while depression occurs as a result of internet addiction in some studies, it appears as a cause of internet addiction when used as an escape method from depression in other studies. Although these problems are valid for the whole society, the riskiest group in this regard is the Z generation, born or raised with technology. Studies have shown that those who use the internet and internet-based social networks at the highest level are young people between the ages of 16-24. The decrease in the working time of the individuals in this group and the dependence on social networks in some individuals are among the results of the studies. Based on these results, this study aims to measure the internet addiction levels of university students and examine its relationship with personal characteristics and depression.

The population of the study consists of the students of Kırıkkale University Faculty of Health Sciences. Sampling was carried out according to the sample size calculated for each of the six departments in the faculty with the weighted stratified sampling method. A questionnaire consisting of

three parts was used as a data collection tool. In the first part of the questionnaire, there were expressions about the personal characteristics of the participants, the internet addiction scale in the second part, and the depression scale in the third part. Internet Addiction Scale (IAS), Dr. It was developed by Kimberly Young (1996) and its validity and reliability studies were conducted in the USA. This 20-question test measures whether Internet addiction is mild, moderate, or severe. The validity-reliability study of the test in Turkey was carried out in 2008 by Balta and Horzum (2008). While the reliability level of the scale was found to be 0.895 with the Cronbach's alpha coefficient, its validity was evaluated by factor analysis. The depression level of the participants was measured with the Beck Depression Scale (BDI). The Turkish validity and reliability of the 21-item scale developed by Beck et al. (1961) were performed by Hisli (1989). In the study in which item analysis and halving techniques were used, the reliability level was calculated as 0.80 and 0.74, respectively. According to the Turkish validity and reliability results of Hisli (1989) for BDI, it was stated that the cut-off score can be accepted as 17 and those who score 17 or more can be said to show signs of depression above normal. The reliability level of the data collection tool was calculated with Cronbach's alpha value, which is expressed as the internal consistency coefficient. The Cronbach's alpha internal consistency coefficient of the Internet Addiction Scale was 0.892 and the Beck Depression Scale was 0.918. In the analysis of the data obtained within the scope of the study, descriptive statistics such as numbers and percentages related to demographic and characteristic features were applied. The chi-square test was used to determine whether the internet addiction and depression levels of the participants differed in terms of their individual characteristics. The relationship between internet addiction and depression was evaluated with Pearson correlation analysis.

Two groups of internet users emerged in this study. 91.9% of average internet user was found to be 8.1%, risky internet user. No internet addiction was found. As a result of the evaluation of the depression levels of the students, it was concluded that among all students, 38.2% had minimal depression, 28.6% mild depression, 24.8% moderate depression, and 8.4% severe depression. According to the findings, it was concluded that the students spend an average of 4.6 hours a day on the internet and they use the internet mostly for social communication. Minimal depression levels in women are 36.5%, while in men it is 45.8%. While the level of severe depression is 8% in women, it is 10.2% in men. This shows that men have higher depression levels than women. In terms of age levels, it is seen that risky internet use is more common under the age of 21. The relationship between students' departments and internet use is determined. While the

average internet user profile is the highest in the Health Management department with 97.8%, the Nursing Department is the lowest with 88.2%. Risky internet use is the highest in the Department of Nursing with 11.8%. The majority of the students' daily internet usage time was between 1 and 5 hours. Depression level is directly proportional to daily internet usage time. As the duration of internet use increases, the severity of depression increases. As the percentage of risky internet use increases, the depression score also increases.

As a result, the fact that internet addiction has a positive correlation with the level of depression in a young generation such as university students is an indication that this type of addiction can cause significant problems. Depression can be a source of not only mental but also physical ailments. Therefore, identifying all controllable factors that may directly or indirectly cause depression may provide significant benefits. It is recommended that internet addiction, which has emerged with the widespread use of the internet in social life in recent years, should be evaluated periodically, especially among undergraduate students, and strategies should be developed that will enable young people to prefer social life to virtual life in the fight against this addiction.

**İnternet
Bağımlılığı Ve
Depresyon
İlişkisi:
Üniversite
Öğrencileri
Üzerine Bir
Uygulama**

131

DİJİTALLEŞMENİN MUHASEBE MESLEĞİNE VE MUHASEBE MESLEK MENSUPLARINA ETKİLERİNİN COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNDE İNCELENMESİ¹

Başak ŞITAK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,

basaksitak@outlook.com,

ORCID: 0000-0001-7689-036X

Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,

mahmutyardimcioglu@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-1335-8357

**Dijitalleşmenin
Muhasebe
Mesleğine Ve
Muhasebe
Meslek
Mensuplarına
Etkilerinin
Covid-19
Pandemi
Döneminde
İncelenmesi**

133

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı, dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve muhasebe profesyonellerine etkilerine yönelik algıları COVID-19 salgın hastalık döneminde incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı ise bu konuya yönelik algıların demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.

Yöntem: Araştırmanın evrenini Adana ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları oluşturmaktadır. Araştırma, COVID-19 pandemisinin yaygın olarak görüldüğü 01.12.2020 ile 01.02.2021 tarihleri arasında 330 meslek mensubu ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Verilerin analizi için SPSS programı kullanılarak; Frekans, Faktör Analizi, T Testi, Anova, Tukey Post Hoc testi ile analizleri yapılmıştır.

Bulgular: Araştırmanın amacı doğrultusunda yapılan analizler sonucunda dijitalleşmenin muhasebe meslek mensuplarının unvan değişkeni açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Sonuç: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmeyi önemsedikleri, bu alandaki gelişmeleri yakından takip ederek destekledikleri, dijital ürünlere uyum sağlayabildikleri görüşüne ulaşılmıştır. Hatta dijitalleşmenin muhasebe mesleğine olan saygıyı arttırabileceği, haksız rekabeti önleyebileceğini, gelişmeler doğrultusunda muhasebe mesleğinin gelecekte yok olmak yerine tüm bunlar

¹ Bu çalışma birinci yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Tez çalışması, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından desteklenmiştir."

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 30/10/2021

Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 26/02/2022

Kabul Tarihi/Accepted : 07/03/2022

Atıfta Bulunmak İçin:

Şitak, B. ve Yardımcıoğlu, M. (2022). Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Ve Muhasebe Meslek Mensuplarına Etkilerinin Covid-19 Pandemi Döneminde İncelenmesi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1), 133-162.

doğrultusunda fayda görebileceğini de ifade etmişlerdir. Bununla birlikte ileride yapılacak olan teknolojik alt yapıya dayalı köklü değişikliklerin merkeze alındığı yeni bir muhasebe modeline ihtiyaç duyulduğu ve yeniden tasarlanması durumunda da destekleyeceklerini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Muhasebe, COVID-19

INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF DIGITALIZATION ON ACCOUNTING PROFESSIONAL AND ACCOUNTING PROFESSIONALS DURING THE COVID-19 PANDEMIC DISEASE

ABSTRACT

Aim: The aim of this study is to examine the perceptions of the effects of digitalization on the accounting profession and accounting professionals during the COVID-19 pandemic disease. Another aim of the study is to determine whether the perceptions about this subject differ in terms of demographic variables.

Method: The population of the research consists of professional accountants operating in Adana. The research was carried out with 330 professionals between 01.12.2020 and 01.02.2021, when the COVID-19 pandemic was common. Questionnaire form was used as data collection tool in the study. Using SPSS program for data analysis; Frequency, Factor Analysis, T Test, Anova, Tukey Post Hoc tests were used for analysis.

Findings: As a result of the analyzes made in line with the purpose of the research, it has been determined that digitalization differs in terms of the title variable of the accounting professionals.

Results: It was concluded that professional accountants care about digitalization, closely follow the developments in this field and support them, and adapt to digital products. They even stated that digitalization can increase respect for the accounting profession, prevent unfair competition, and that, in line with developments, the accounting profession may benefit from all these instead of disappearing in the future. In addition, they stated that a new accounting model centered on the radical changes based on the technological infrastructure to be made in the future is needed and they will support it in case it is redesigned.

Keywords: Digitalization, Accounting, COVID-19

I. GİRİŞ

Son yıllarda dijitalleşme, yaşamın her alanında etkin bir rol oynamaktadır. Bu durum insanların geleneksel iş yapış biçimlerini de değiştirmiş, teknolojinin daha yaygın olarak kullanıldığı bir ortam yaratmıştır. Özellikle Endüstri 4.0, yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi

kavramların ortaya çıkmış olması bu değişimi bir gereklilik haline getirmiştir. Artık birçok iş, insan yerine makineler tarafından, daha az hata ve daha düşük maliyetlerle yapılmaktadır. Tüm sektör ve meslek dallarının bu durumdan etkilendiği gibi muhasebe de bu dijital dönüşümden payını almaktadır. Elektronik dosyalama, etkileşimli vergi bürosu, elektronik fatura vb. teknolojiler ile birlikte muhasebe endüstrisi de dijital dönüşüm geçirmektedir (Gacar, 2019: 389).

COVID-19 salgın hastalığının dünyayı etkisi altına alması ile birlikte insanlar dijitalleşmeden ve dijital çağın ürünlerinden daha çok yararlanır hale gelmiştir. Sebebi ise pandemi sürecinin gerektirdiği kısıtlamalar olarak ifade edilebilecektir. Salgının büyük bir hız ile kısa süre içerisinde tüm dünyaya yayılması devletlerin bazı önlemler almasını mecbur hale getirmiştir. Bu önlemler içerisinde en geniş kapsamlı olarak değerlendirilebilecek olan, elbette ki sokağa çıkma kısıtlamasıdır. Kısıtlama; iş görenler için evden çalışmayı, öğrenciler için ise online eğitimi beraberinde getirmiştir. Uzaktan çalışmak ve uzaktan eğitime erişebilmek için de dijital çağın dijital ürünlerinde çare aranmıştır. Evden çalışmak durumunda kalan iş görenler dijitalleşmenin beraberinde getirdiği laptop, tablet, telefon gibi dijital ürünlerden yararlanarak işlerini yürütmeye devam etmiştir. Öğrenciler ise televizyon, laptop, tablet ve telefon gibi yine aynı ürünlerden yararlanarak eğitimlerini sürdürmüşlerdir.

Tüm bu durumlar değerlendirildiğinde dijital ürünlere önem vermenin ve uyum sağlamanın tüm sektörler için hayati önem taşıdığı görülmektedir. Çünkü hayatın genel akışında hem olağan hem de olağanüstü durumlar ile karşı karşıya gelinebilmektedir. Bu tür durumlarda tüm faaliyetlerin devam edebilmesi kavramın getirdiği teknolojik ürünlere uyum sağlayabilmek ile doğrudan doğruya bağlantılıdır. Herhangi bir olağanüstü durumda olumsuz yönde etkilenebilecek olan alanlar arasında elbette muhasebe sektörü de yer almaktadır. Özellikle muhasebenin hem devlet hem de üçüncü kişiler için önemi dikkate alındığında; dijitalleşmeye uyum sağlamanın ve dijital ürünleri kullanmanın bir kişisel tercih dahilinde olmadığı artık bir zorunluluk halini aldığı kolaylık ile anlaşılabilir. Bu açıdan muhasebenin dijitalleşme ile sıkı bağ içerisinde olması sürdürülebilirliklerinin sağlanabilmesi açısından oldukça önemli görülmektedir.

Çalışmanın amacı; dijitalleşmenin muhasebe alanına, muhasebe mesleğine, muhasebe profesyonellerine ve muhasebe-finans eğitime etkilerine yönelik algıları COVID-19 salgın hastalık döneminde incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı ise bu konuya yönelik algıların demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Bu

kapsamda çalışma, Adana ilinde yürütülmüştür. Analiz yöntemi olarak frekans, T testi, Anova ve Tukey Post Hoc testi kullanılmıştır. Bulgular özetlenerek yorumlanmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Özellikle literatür incelendiğinde, çalışmanın ele alınan perspektiften daha önce incelenmemiş olması önemini ve değerini arttırmaktadır.

II. LİTERATÜRDEKİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde bu konu üzerine yapılan çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Parker (2001) çağdaş muhasebe uygulamalarını ele almıştır. Çalışmada muhasebeden sağlanan fayda ve hizmetlerin kapsamının genişlediğinin işaretlerini göstermiştir. Ayboğa (2002) küreselleşen dünyada Türkiye'nin muhasebe alanında yaşanan gelişmelere uyum ve adaptasyon sürecini ele almıştır. Barnira vd., (2003) makalelerinde dergi yayıncılık endüstrisindeki 150 firmadan oluşan bir örneğe dayalı olarak deneysel bir araştırma yürütmüştür. Kavanagh ve Drennan (2008) muhasebe mezunu öğrencilerin hangi becerilere ve niteliklere sahip olması gerektiği ve işveren de hangi beklentilere sahip olduğu ele almıştır. Güvemli (2009) muhasebe uygulamalarını ve eğitimini etkileyen çağımızdaki gelişimleri incelemiştir. Yoo et al., (2010) çalışmalarında farklı dijital yenilik katmanları arasındaki sıkı olmayan bağlantıları açıklayan dört katmanlı bir yenilik modeli önermiştir. Ghasemi vd., (2011) bilgi teknolojisinin modern muhasebe üzerindeki etkilerini çalışmalarında konu edinmiştir. Todorovic et al., (2012) Sırbistan'da yürüttükleri çalışmada, profesyonel muhasebecilerin aldıkları eğitimi küresel boyutta değerlendirmek ve sonuçlardan yola çıkarak önerilerde bulunmak amaçlanmıştır. Oestreicher ve Zalmanson (2013) makalelerinde sosyal çağda işletmeler için dijital içerik stratejilerini konu edinmiştir. Carnegie (2014) muhasebenin bugününü ve geçmişini ele alınmıştır. Henriette et al., (2015) çalışmasında sektörde söz sahibi olan kullanıcıların giderek daha talepkar hale gelmesi ve sektöre yeni giriş yapan rakiplerin artması nedeniyle dijital pazarın şu zamana kadar ki en yoğun dönemini yaşamasını incelemiştir. Dağ (2016) muhasebe meslek mensuplarının bilgi teknolojileri kullanım kararına etki eden faktörler üzerine çalışmasını ele almıştır. Drew (2017) muhasebe mesleğinin gelecekte yaşayacağı değişimlerden bahsettiği çalışmasında yapay zekâ ve blockchain teknolojilerine dikkat çekmiş ve muhasebe mesleğinin yeni bir yapılanmaya gideceği öngörüsünde bulunmuştur. Tekbaş (2018) çalışmasında dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin muhasebe profesyonelleri üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Tekbaş et al., (2018) dijital muhasebe okuryazarlığı üzerine çalışmalarını yürütmüşlerdir. Evstafyeva et al., (2019) çalışmalarında merkeze aldıkları ekonomiyi, muhasebe alanını ve

dijitalleşme süreçleri ile birlikte incelemiştir. Kurnaz vd., (2019) çalışmalarında teknolojik gelişmelerin muhasebe eğitimi üzerindeki etkisini ve şuan halen verilen muhasebe eğitimlerinin uygulamada yeteri düzeyde olup olmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Yardımcıoğlu ve Şıtak (2020) çalışmalarında dijitalleşmenin beraberinde getirdiği yapay zekâ kavramına, yapay zekânın üstün yönlerine, yapay zekâ türlerine, yapay zekânın günümüzdeki uygulama alanlarına ve muhasebe alanındaki yansımalarına dikkat çekmişlerdir. Şıtak ve Şıtak (2021) COVID-19 salgın hastalığı döneminde muhasebe dersi alan öğrencilerin adli muhasebe kavramına yönelik farkındalık düzeylerini incelemiştir. Yardımcıoğlu et al., (2021) meslek yüksekokulunda muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe eğitime karşı tutumlarını COVID-19 salgın hastalığı döneminde incelemiştir. Yardımcıoğlu et al., (2021) Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde yaptıkları çalışmalarında muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe eğitime karşı tutumlarını COVID-19 salgın hastalığı döneminde incelemiştir. İlgili literatür incelendiğinde, 2000 yılından sonra çalışmaların hız kazandığı söylenebilecektir. Şıtak ve Şıtak (2021) bu durumun tüm dünyayı etkileyen Enron skandalları ile bağdaştırmıştır.

III. DİJİTALLEŞME

Dünya hızla değişmektedir. Hızlı değişimin en göze çarpan özelliği şüphesiz dijitalleşmedir. Dijitalleşme kavramı literatürde birçok farklı şekilde birçok farklı bilim insanı tarafından tanımlanmıştır. 2004 yılında yapılan bir tanımlamaya göre dijitalleşme yani sayısallaştırma terimi, analog verilerin özellikle de daha sonra kullanılacak görüntüler, videolar ve metinlerin dijital forma dönüştürülmesidir (Stolterman & Fors, 2004: 689). Bir başka tanıma göre ise dijital veya bilgisayar teknolojisinin bir kuruluş, endüstri, ülke vb. tarafından benimsenmesi veya kullanımının artması şeklinde ifade edilebilmektedir (Brennen & Kreiss, 2014: 1). Dijitalleşmenin yakın ve uzun vadede toplumu ve işletmeyi değiştiren en önemli trendlerden biri olacağı öngörülmektedir (Tihinen & Kääriäinen 2016: 63). Çünkü dijitalleşme aynı zamanda mevcut ürünleri veya hizmetleri dijital varyantlara dönüştürme yeteneği ve avantajı sunmaktadır (Gassmann et al., 2014: 2). Dijitalleşme, bilginin depolanmış bir dijital forma dönüştürülmesidir. Bu, gerçek zamanlı olarak bilgiye daha kolay erişim sağlamaktadır (Kane et al., 2015: 10).

1970'li yılların ikinci yarısından sonra, teknolojinin hızla gelişimi ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmesi ile yeni düşünce ve davranış biçimleri ortaya çıkmıştır. Bilgisayar ağının gelişmesi ile birlikte zaman, mekan kavramları aşarak dünyanın her yerinden insanlar birbirleriyle

iletişim kurmaya başlamıştır. Günümüzde çeşitli seslerin ve görüntülerin aktarımı yaşamın vazgeçilemez unsurları haline gelmiştir. H. Mcrae 1996 senesinde 2020 yılları hakkında paylaştığı öngörüsünde teknolojinin getirdiği değişikliklerin elbette sosyal sonuçları olacağını, işyerlerinin birçok kişi için çalışma ortamı olmaktan çıkacağını, çalışanların işverenin bulunduğu ülkede olmasına bile gerek duyulmayacağını ve çalışanın dış çevresinde büyük değişiklikler olacağını belirtmiştir (Mercan, 2010: 6).

Dijitalleşmenin beraberinde getirdiği değişiklikler tüm sektör ve sektörde çalışanları etkilemektedir. Bu kapsamda ele alındığında muhasebe alanına etkileri de göz ardı edilmemelidir. Çünkü muhasebe ekonominin bir dinamosu olarak görülmektedir. Salgın hastalık gibi küresel krizlerde gereken koşullara en hızlı şekilde adapte olunabilmeli ve ekonominin devamlılığı sağlanabilmelidir. Tüm bunlar doğrultusunda, herhangi bir sorunda iş ve iş akış süreçleri dijital çağın dijital ürünleri ile kesintisiz bir şekilde yürütülebilecektir. Bu bağlamda, muhasebe profesyonelleri işlerini teknoloji ile uyum içerisinde yürütmesi gerekmektedir.

Muhasebenin dijitalleşmesi üç fayda sunabilecektir. Bunlardan ilki, ekonomik unsurdur. Ekonomik unsur ile açıklanmak istenen, dijitalleşme ile birlikte ekonomik sürdürülebilirlik sağlanabilecektir. İkincisi, sosyal unsurdur. Sosyal unsur ise firmaların insan işgücünü dijital prosedürler ile değiştirmesine olanak sağlayarak avantaj elde etmesine imkan sunacaktır. Üçüncüsü ise çevresel unsurdur. Çevresel unsurda sürdürülebilirlik daha az kağıt ve kırtasiye kullanımı sağlayarak malzeme tasarrufu sağlayabilecektir. Böylece dünya üzerinde daha düşük karbon ayak izi kalacaktır. Karbon ayak izi; her insanın ulaşım, ısınma, enerji tüketimi veya satın aldığı her türlü ürün neticesinde atmosfere yayılmasına neden olduğu karbon miktarını anlatmak üzere kullanılan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Karbon ayak izinin azalması ile birlikte dijital depolama ve birçok çözümler avantaj olarak karşımıza çıkacaktır (United Nations, 2005: 3).

IV. MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI

Muhasebe, bir işletme için finansal sonuç doğuran işlemlere ait datalarını sayısal veriler halinde toplayan, bu dataları işletme ile ilgisi bulunan kişilerin ihtiyaç ve isteklerini göz önüne alarak kayıt, sınıflandırma ve analiz yolu ile işleyen elde ettiği sonuçların ise çoğunluğunu dönemsel olarak düzenleyip raporlar halinde sunan sistematik bir bilgi sağlama rutini şeklinde tanımlanabilmektedir (Büyükmirza, 2008: 27). Elbette literatürde muhasebe kavramının birçok farklı şekilde tanımlamaları yapılmıştır. Ancak tüm tanımlamalar birbiriyle aynı paralelliktedir (Şıtak, 2021: 21).

Yıllar içerisinde gelişimi süren muhasebe, zaman ile bir meslek dalı haline gelmiştir. Bu mesleği icra eden, belirtilen hedef ve sonuca ulaşılmasına aracılık yapan kişilere de muhasebeci denilmiştir (Gökgöz, 2011: 167-170). Muhasebe meslek mensupları; muhasebe mesleğini icra eden, mali nitelikteki işlemleri ve olayları para ile ifade edilmiş şekliyle kayıt eden, sınıflandıran, özetleyen, analiz eden, yorumlayan ve raporlayan kişi şeklinde tanımlanabilmektedir (Akın & Özdaşlı, 2014: 60).

3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu muhasebe mesleğinin kimler tarafından yapılacağı ve ne şekilde yürütülmesi gerektiğine dair ilk yasal düzenlemedir. Muhasebe mesleğini icra etmeye hak kazanan kişiler iki ayrı unvana sahip olabilmektedir (Sayım & Usman, 2016: 107).

Bu unvanlar şu şekilde sıralanmaktadır (Cengiz, 2008: 1):

- *Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM)*
- *Yeminli Mali Müşavir (YMM)*

V. SALGIN HASTALIK (COVID-19)

Yeni tip Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaletinde 2019 Aralık ayının sonlarına doğru görülmüştür. İncelemeler sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüs çeşididir. Virüsün nereden yayıldığını tespit etmek amacıyla yapılan araştırmalarda bölgede bulunan ve deniz ürünleri satan hayvan pazarından ortaya çıktığı belirlenmiştir. Salgın insandan insana buluşma durumu ile başta Vuhan olmak üzere sonrasında Çin Halk Cumhuriyetinin tüm eyaletlerine yayılmıştır. Ancak sonrasında sadece Çin Halk Cumhuriyeti ile kalmamış yüksek yayılım hızı ile birlikte kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına almıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020: 7).

Salgın hastalık, yüksek yayılım hızı ile beraber bugün itibarıyla dünya genelinde toplam vaka sayısı 18 aylık bir zaman diliminde 185 milyon'a, toplam vefat eden kişi sayısı ise 4 milyon'a ulaşmıştır. Türkiye'de ise, toplam vaka sayısı 5,4 milyon iken, toplam vefat eden kişi sayısı 49.924'dir (05.07.2021). Bu hızlı yükselişin ve yükseliş ile beraber etkilerinin yadsınamayacak düzeyde olduğunu sayısal veriler ortaya koymaktadır.

Tüm dünyaya hızla yayılan salgın hastalık (COVID-19) tüm sektörleri, meslek gruplarını ve çalışanları etkilemiştir. Elbette muhasebe de bu etkilenmeden payını almıştır. Her ülkenin dünya çapındaki bu salgına verdiği tepkiler farklı şekillerde olmuştur. Ülkeler salgının yayılımını engelleyebilmek adına farklı yöntemler uygulamış ancak genel olarak aynı fikir üzerinde durulmuştur. En genel olarak uygulanan yöntem "Evde Kal!"

**Dijitalleşmenin
Muhasebe
Mesleğine Ve
Muhasebe Meslek
Mensuplarına
Etkilerinin Covid-
19 Pandemi
Döneminde
İncelenmesi**

140

olmuştur. Bu doğrultuda tüm dünya bir anda evlerinden çıkmadan işlerini yürütmek zorunda kalmıştır. Burada amaçlanan salgın hastalığın yayılmaması için insanların birbirlerine teması engellenmek diğer bir yandan ise izolasyonu sağlayarak ekonominin devamlılığını sağlamaktır. Bu doğrultuda dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin getirdiği yenilikler devreye girmiştir. Ev ortamında işlerine devam etmek zorunda olan bireyler dijitalleşmenin tüm olanaklarından yararlanmakta çareyi bulmuştur. Tam da bu noktada öncesinde çok da önemsenmeyerek yatırım yapılmayan bir konu olan dijitalleşme ne kadar önemli olduğunu kanıtlamıştır. Fakat bu konuda gelişime ve yeniliklere açık olmayan birçok sektör zor durumda kalmıştır. Çünkü salgın hastalığın getirdiği kısıtlamalar teknolojik ürünleri zorunlu kılmakta ancak bazı işverenlerin altyapıları buna müsaade etmemektedir. Tüm bunlar doğrultusunda gelecekte karşılaşılabilecek küresel salgınlara karşı tüm sektör ve işverenler artık dijital dönüşüme uyum için adımlar atmaya başlamıştır. Böylelikle karşılaşılabilecek herhangi bir tehdiye karşı hazırlıklı olunabilecek iş ve iş akış süreçleri sekteye uğramayacaktır.

Tekbaş (2018)'e göre, salgın hastalık muhasebe profesyonellerine evden çalışma deneyimi sunmuştur. Bu deneyim muhasebenin dijitalleşme sürecine büyük bir hız kazandırmıştır. Dijitalleşme salgın hastalık ile mücadele kapsamında önemli bir kalkan haline gelmiştir. Ayrıca muhasebe profesyonellerinin ekonomik açıdan salgın hastalık ile mücadele de oldukça önem arz etmesi de dikkate değer bir konudur. Konuya genel itibari ile bakıldığında yaşanan ve yaşanılacak her yeni krizin insanlar için rekabetçi ve yenilikçi fikirleri beraberinde getirdiği gözlemlenmektedir. COVID-19 açısından bakıldığında yaşanan en kötü küresel kriz olarak ifade edilebilir ancak birçok sektöre ve çalışana özellikle de muhasebe profesyonellerine stratejik düşünmeyi, iş ve iş akış süreçlerini geliştirmeyi hatırlatmıştır. Bu doğrultuda artık iş yapış biçimleri ve çalışma şartları sonsuza kadar değişmiştir. Salgın hastalığın yaşattığı olumsuz etkilerden yola çıkarak geleceğe yönelik yeni yol haritaları belirlenmelidir. Bu yeni yol haritaları geliştirilirken küresel salgınların yıkıcı etkileri daima göz önünde bulundurulmalıdır. COVID-19 salgınının muhasebede temassız ve kağıtsız bir dönem yaşatması yeni bir başlangıç olarak görülmelidir. Bu durum gelecekte daha da önemli bir konu haline gelecektir. Ne kadar muhasebe ekonomik anlamda salgına karşı bir kalkan niteliğinde olsa da sadece muhasebenin direnişi dünyayı kurtaramayacaktır. Bu durum muhasebe mesleğinin küresel salgınlara yönelik daha etkin bir şekilde yönetilebilmesi için yeni uzmanlıklar getiren disiplinler arası yaklaşımlara ihtiyaç bulunduğunu göstermektedir.

VI. YÖNTEM

Bu bölümde, çalışmanın amaç ve öneminden bahsedilmiştir. Sonrasında ise araştırmanın evren ve örnekleme, hipotezlerine, veri toplama yöntemine, veri analizine yer verilmiştir.

6.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, dijitalleşmenin muhasebe alanına, muhasebe mesleğine, muhasebe profesyonellerine ve muhasebe-finans eğitimine etkilerine yönelik algıları COVID-19 salgın hastalık döneminde incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı ise bu konuya yönelik algıların demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.

6.2. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Adana ilinde faaliyet gösteren 2356 meslek mensubu oluşturmaktadır. Araştırma, COVID-19 pandemisinin yaygın olarak görüldüğü 01.12.2020 ile 01.02.2021 tarihleri arasında 330 meslek mensubu ile birlikte gerçekleştirilmiştir.

6.3. Çalışmanın Hipotezleri

Araştırmanın belirlenen amaçları doğrultusunda değişkenler arasında varlığı düşünülen temel hipotezler test edilmek üzere oluşturulmuştur. Aşağıda bu hipotezler şu şekilde sıralanmıştır:

H1: *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin alt boyutlarına ilişkin algıları cinsiyet açısından farklılık gösterir.*

H1a: Muhasebe meslek mensuplarının yeni mesleki yeterliliğe ilişkin görüşleri cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterir.

H1b: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliklerine ilişkin görüşleri cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterir.

H1c: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumlarına ilişkin görüşleri cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterir.

H1d: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden kaynaklı kaygılarına ilişkin görüşleri cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterir.

H1e: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin görüşleri cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterir.

H2: *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin alt boyutlarına ilişkin algıları medeni durum açısından farklılık gösterir.*

H2a: Muhasebe meslek mensuplarının yeni mesleki yeterliliğe ilişkin görüşleri medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterir.

H2b: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliklerine ilişkin görüşleri medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterir.

H2c: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumlarına ilişkin görüşleri medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterir.

H2d: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden kaynaklı kaygılarına ilişkin görüşleri medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterir.

H2e: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin görüşleri medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterir.

H3: *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin alt boyutlarına ilişkin algıları unvan açısından farklılık gösterir.*

H3a: Muhasebe meslek mensuplarının yeni mesleki yeterliliğe ilişkin görüşleri unvan değişkeni açısından farklılık gösterir.

H3b: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliklerine ilişkin görüşleri unvan değişkeni açısından farklılık gösterir.

H3c: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumlarına ilişkin görüşleri unvan değişkeni açısından farklılık gösterir.

H3d: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden kaynaklı kaygılarına ilişkin görüşleri unvan değişkeni açısından farklılık gösterir.

H3e: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin görüşleri unvan değişkeni açısından farklılık gösterir.

H4: *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin alt boyutlarına ilişkin algıları eğitim durumu açısından farklılık gösterir.*

H4a: Muhasebe meslek mensuplarının yeni mesleki yeterliliğe ilişkin görüşleri eğitim durumu değişkeni açısından farklılık gösterir.

H4b: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliklerine ilişkin görüşleri eğitim durumu değişkeni açısından farklılık gösterir.

H4c: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumlarına ilişkin görüşleri eğitim durumu değişkeni açısından farklılık gösterir.

H4d: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden kaynaklı kaygılarına ilişkin görüşleri eğitim durumu değişkeni açısından farklılık gösterir.

H4e: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin görüşleri eğitim durumu değişkeni açısından farklılık gösterir.

H5: *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin alt boyutlarına ilişkin algıları yaş açısından farklılık gösterir.*

H5a: Muhasebe meslek mensuplarının yeni mesleki yeterliliğe ilişkin görüşleri yaş değişkeni açısından farklılık gösterir.

H5b: Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliklerine ilişkin görüşleri yaş değişkeni açısından farklılık gösterir.

H5c: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumlarına ilişkin görüşleri yaş değişkeni açısından farklılık gösterir.

H5d: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden kaynaklı kaygılarına ilişkin görüşleri yaş değişkeni açısından farklılık gösterir.

H5e: Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin görüşleri yaş değişkeni açısından farklılık gösterir.

6.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın amaçlarına ulaşmak amacıyla veri toplama yöntemi olan anket formundan faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılacak olan ölçeğin belirlenmesinde Tekbaş (2018)'den yararlanılmıştır. Araştırma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Araştırma Projeleri tarafından desteklenmiş olup Bilimsel Araştırma Projesi (BAP) kapsamında aracı anketör şirket tarafından dağıtılmıştır ve toplanmıştır.

6.5. Verilerin Analizi

Çalışma sonucunda elde edilen bilgiler SPSS programına giriş yapılmıştır. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için Frekans, Faktör Analizi, T Testi, ANOVA ve Tukey Post Hoc testi yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini incelemek için ise Cronbach's Alfa değerleri incelenmiştir.

VII. BULGULAR

Bu bölümde, anketlerden elde edilen verilerin analiz sonuçlarına, bulgulara ve bulguların yorumlanmasına yer verilmiştir.

7.1. Katılımcıların Demografik Analizleri ve Sonuçları

Bu bölümde araştırma örnekleminin demografik değişkenlere göre dağılımlarına ilişkin frekans ve yüzdeler aşağıdaki tablolarda sırasıyla sunulmuştur.

Ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının cinsiyet özelliklerine bakıldığında, katılan 330 kişiden 117'nin (%35,5) kadın, 213'ün (%64,5) ise erkek olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 1). Buna göre katılımcıların çoğunluğunun erkek bireylerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1.
Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı Tablosu

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	117	35,5
Erkek	213	64,5
Toplam	330	100

Ankete katılanların medeni durumu Tablo 2.'de gösterilmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının medeni durumlarına bakıldığında, katılan 330 kişiden 184'ünün (%55,8) evli, 146'sının (%44,2) ise bekar olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre evli bireylerin oranının bekar bireylerden fazla olduğu söylenilebilmektedir.

Tablo 2.
Katılımcıların Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı Tablosu

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	184	55,8
Bekar	146	44,2
Toplam	330	100

Ankete katılanların unvanları Tablo 3.'de gösterilmiştir. Ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının unvanlarına bakıldığında, katılan 330 kişiden 25'inin (%7,6) SM, 270'inin (%81,8) SMMM, 35'inin (%10,6) ise YMM olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre, katılımcıların çoğunluğunu SMMM'lerin oluşturduğunu söylenilebilmektedir.

Tablo 3.

Katılımcıların Unvan Değişkenine Göre Dağılımı Tablosu

Unvan	Frekans	Yüzde
SM	25	7,6
SMMM	270	81,8
YMM	35	10,6
Toplam	330	100

Ankete katılanların eğitim durumları Tablo 4.'de gösterilmiştir. Ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının eğitim durumlarına bakıldığında, katılan 330 kişiden 25'inin (%7,6) Ön Lisans, 225'inin (%77,3) Lisans, 50'sinin (%15,2) ise Lisansüstü olduğu gözlemlenmiştir. Tabloya incelendiğinde katılımcıların çoğunluklu olarak lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 4.

Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı Tablosu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Ön Lisans	25	7,6
Lisans	255	77,3
Lisansüstü	50	15,2
Toplam	330	100

Ankete katılanların yaşları Tablo 5.'de gösterilmiştir. Ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının yaşlarına bakıldığında, katılan 330 kişiden 86'sının (%26,1) 21-30, 86'sının (%26,1) 31-40, 62'sinin (%18,8) 41-50, 62'sinin (%20,6) 51-60, 28'inin (%8,5) ise 61 ve üzeri olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun 21-30 ve 31-40 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5.

Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Dağılımı Tablosu

Yaş	Frekans	Yüzde
21-30	86	26,1
31-40	86	26,1
41-50	62	18,8
51-60	68	20,6
61 ve üzeri	28	8,5
Toplam	330	100

7.2. Araştırmada Yer Alan Önermelere Ait Frekans Analizi Sonuçları

Bu bölümde, araştırmada yer alan önermelere ilişkin frekans analizlerine yer verilmiştir. Ayrıca bu analizlerin sonuçlarına yönelik bulgulara değinilmiştir.

Tablo 6.
Dijitalleşmenin ve Teknolojik Gelişmelerin Muhasebe Mesleğine ve Muhasebe Meslek Mensuplarına Etkilerine Yönelik Algılardan Elde Edilen Bulgular

	<i>Önermeler</i>	\bar{x}	ss
A1	Muhasebe mesleğinde yaşanacak dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kendimi hazır hissediyorum.	3,8758	1,15633
A2	Yeni teknolojileri yakından takip etmekteyim.	4,0182	1,04880
A3	Dijitalleşmenin daha fazla iş yükü getireceğini düşünüyorum.	3,1545	,71271
A4	Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri desteklerim.	4,0061	1,08875
A5	Teknolojik gelişmelerin muhasebe meslek mensuplarına yeni fırsatlar ve kariyer alanı sunacağını düşünüyorum.	4,3273	,87633
A6	Teknolojik ürünlerine yapılan harcamaların gereksiz olduğunu düşünüyorum.	1,7455	,87972
A7	Teknolojik gelişmeler ile birlikte ücret, çalışma saatleri gibi sosyal haklarımın iyileşeceğini düşünüyorum.	4,2030	1,01867
A8	Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek için çaba gösteririm.	3,8455	1,16316
A9	Dijitalleşme ve teknoloji haberleri dikkatimi çekmez.	1,6182	,73532
A10	Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe meslek mensuplarının değişime ve dönüşüme ihtiyacı olduğunu düşünüyorum.	3,9788	1,12292
A11	Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kolaylıkla uyum sağlayabilirim.	4,0485	1,02436
A12	Teknolojik gelişmeler neticesinde işsiz kalacağımı düşünüyorum.	1,7424	,90776
A13	Dijitalleşmeye uyum sağlayabilecek yeterli eğitim ve donanıma sahip değilim.	1,7394	,90185
A14	Teknoloji ve dijitalleşmeye uyum sağlamayan meslek mensuplarının rekabette geride kalacağını düşünüyorum.	3,9394	1,13629
A15	Teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini olumsuz etkilemektedir.	1,7697	,92664
A16	Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler muhasebe mesleği daha verimli hale getirecektir.	4,1606	1,00226
A17	Dijitalleşme ile birlikte muhasebe meslek mensupları daha fazla saygınlık kazanacaktır.	4,3242	,87919

Tablo 6. Devamı

	Önermeler	\bar{x}	ss
A18	Dijitalleşme ile birlikte muhasebe mesleği gelecekte yok olacak meslekler arasındadır.	1,7424	,91775
A19	Dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleğine ve uygulamalarına bir etkisi olmayacağını düşünüyorum.	2,0030	1,09849
A20	Hali hazırda verilen muhasebe ve yeterlilik eğitimleri gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmelere uyumlu değildir.	1,9909	1,06187
A21	Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe mesleğinin değişime ve dönüşüme ihtiyacı vardır.	4,0303	1,05718
A22	Gelecekte muhasebe meslek mensupları tarafından yapılan birçok iş dijital sistemler tarafından yapılacaktır.	4,1030	1,02031
A23	Teknolojik gelişmeler ile birlikte muhasebe mesleği daha zor ve karmaşık bir meslek haline geldi.	4,1182	,84045
A24	Muhasebe meslek örgütleri teknolojik gelişmelere gerektiği önemi ve değeri vermektedir.	4,2485	,90191
A25	Dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleği için vaat ettiği yararı ve faydayı sağlamayacağını düşünüyorum.	1,5939	,72218
A26	Maliye Bakanlığının e-uygulamaları muhasebe mesleğine teknolojik gelişmelere uyum sağlamaya zorlamaktadır.	4,1364	,83768
A27	Muhasebe mesleği dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere en çok uyum sağlayan mesleklerin başında gelmektedir.	3,9758	1,09684
A28	Teknolojik gelişmeler sayesinde muhasebe mesleğine olan ilgi ve istek artacaktır.	3,9121	1,23826
A29	Muhasebe mesleğinde yaşanacak dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kendimi hazır hissediyorum.	4,1697	,99619
A30	Yeni teknolojileri yakından takip etmekteyim.	4,0394	1,05544

Örneklemden elde edilen cevaplar bir bütün olarak incelendiğinde Adana'da faaliyet gösteren meslek mensuplarından örnekleme dahil edilenlerin dijitalleşmeye karşı olumlu bir tavrının olduğu belirlenmiştir.

7.3. Faktör Analizi ve Sonuçları

Araştırmada Keşif Amaçlı Faktör Analizi (KAFA) ile ölçeklerdeki alt boyutların ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Bu analizde anketin ikinci bölümü ile ilgili olan beş faktör, önceki çalışmalardaki boyutlara göre incelenmiştir. Gerçekleştirilen KAFA'larda varimax yöntemi kullanılarak varyansın dikine kesilmesi yöntemi tercih edilmiştir. Böylece faktörlerin birbirinden daha etkin biçimde ayrışması sağlanmıştır. KAFA'da örneklem yeterliğini gösteren Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi sonucu 0,709

**Dijitalleşmenin
Muhasebe
Mesleğine Ve
Muhasebe Meslek
Mensuplarına
Etkilerinin Covid-
19 Pandemi
Döneminde
İncelenmesi**

olarak tespit edilmiştir. Field (2000) KMO için alt sınırın 0,50 olması gerektiğini, KMO <0,50 için veri kümelemesinin faktörlenemeyeceğini belirtmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuç faktör analizi yapmak için yeterli örneklem büyüklüğünün elde edilmiş olduğunu göstermektedir. KAFA’da bir sonraki aşamada müştereklik tablosu incelenmiş ve önermelerin başka herhangi bir önermeye benzeme oranı ile ilgili bir kısıtın olmadığı ve genelde 0,5’ten büyük değerlerin olduğu gözlenmiştir. Bu kısımda elde edilen beş faktörün açıklanan toplam varyans değeri de %64,76 olarak tespit edilmiştir. Böylece ölçeğin kapsam geçerliği olduğu da tespit edilmiştir.

**Tablo 7.
Döndürülmüş Yapılar Matrisi Tablosu**

Bileşen Dönüşüm Matrisi	Bileşen				
	1	2	3	4	5
A1			,646		
A2			,779		
A3					
A4			,841		
A5					,570
A6		,777			
A7					
A8			,645		
A9		,807			
A10	,754				
A11			,770		
A12				,867	
A13				,868	
A14	,900				
A15				,838	
A16					,835
A17					,572
A18				,842	
A19	,920				
A20	,918				
A21	,923				
A22	,864				
A23		,755			
A24		,783			
A25		,816			
A26		,753			
A27			,832		
A28					,694

Analiz sonucunda elde edilen faktörler incelendiğinde **A21, A19, A20, A14, A22, A10** kodlu önermelerin aynı faktörü açıkladığı gözlenmiştir. Yazındaki çalışmalarda bu faktörün genelde “*Yeni Mesleki Yeterlilik*” olarak tanımlanmış olduğu gözlenmektedir. Bunun yanında **A25, A9, A24, A6, A23, A26** önermelerinin de bir faktör içinde kümelenmiş olduğu gözlenmektedir. Bu önermelerin de yazında yer alan önceki çalışmalarda meslek mensuplarının “*Dijitalleşme ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği*” olarak ele alınmış olduğu tespit edilmiştir. Bunlarla birlikte **A4, A27, A2, A11, A1, A8** önermelerinin de bir faktör altında toplanmış olduğu gözlenmiştir. Bu faktörün de önceki çalışmalarda “*E-Dönüşüme Uyum*” olarak adlandırılmış olduğu belirlenmiştir. Ayrıca; **A13, A12, A18, A15** kodlu önermelerin de bir faktör açıkladığı görülmüştür. Bu önermelerin de önceki çalışmalarda “*E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı*” olarak incelenmiş olduğu tespit edilmiştir. Son olarak **A16, A28, A17, A5** önermeleri de bir faktör altında kümelenmiştir. Bu önermeler de önceki çalışmalarda “*E-Dönüşümden Memnuniyet*” olarak ele alınmaktadır. Böylece önceki çalışmalarla uyumlu KAFA sonuçlarının elde edilmiş olduğu gözlenmektedir. Ancak **A3** ve **A7** kodlu önermelerin açıkladıkları faktör yüklerinin 0,5’ten düşük olmaları neticesinde kapsam dışında bırakılmaları gerekmiştir. Netice itibarıyla KAFA’da verinin kolay yönetilmesini sağlayacak sonuçlar elde edilmiştir. Böylece anket kapsamında kullanılan ölçeklerin alt boyutları belirlenmiştir.

7.4. Güvenirlilik Analizi ve Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri Tablo 13.’de gösterilmiştir.

Tablo 8.
Araştırmada Yer Alan Ölçeklere ve Alt Boyutlara İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyut	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha
Ölçek 1	30	.789
Yeni Mesleki Yeterlilik (YMY)	6	.847
Dijitalleşme ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizlik (DMSİZ)	6	.881
E-Dönüşüme Uyum (EDU)	6	.869
E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı (EDK)	4	.883
E-Dönüşümden Memnuniyet (EDM)	5	.759

Önermelerin açıklamaya çalıştıkları faktörün diğer önermeleri ile birlikte değerlendirilmesi sonucunda elde edilen güvenilirlik katsayılarının sosyal bilimler için geçerli olan eşiğin üstünde olduğu gözlenmiştir. Böylece

KAFA analizi sonunda hem kapsam geçerliği hem de güvenilirliği olan bir verinin toplanmış olduğu gözlenmektedir.

7. T Testi ve Tek Yönlü ANOVA (Varyans) Analizi ve Sonuçları

Alan araştırmasında ilk olarak yeni mesleki yeterlilik, dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizlik, e-dönüşüme uyum, e-dönüşüm kaynaklı kaygı, e-dönüşümden memnuniyet alt boyutlarının demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla hipotezler kurulmuştur. Alt boyutların cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla "H1a, H1b, H1c, H1d, H1e" hipotezleri kurulmuştur. Bu kapsamda T testleri yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 9.'daki bilgiler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tablo 9.

Cinsiyet Açısından Alt Boyutların Farklılaşması (T Testi Analizi)

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{x}	ss	t	p
YMY	Erkek	213	3,9832	,98468	,006	,938
	Kadın	117	4,0696	,91447		
DMSİZ	Erkek	213	4,3005	,63544	1,881	,171
	Kadın	117	4,1795	,67493		
EDU	Erkek	213	3,9288	,80454	1,428	,233
	Kadın	117	4,0214	,93606		
EDK	Erkek	213	4,2559	,81642	,740	,390
	Kadın	117	4,2436	,73069		
EDM	Erkek	213	4,1643	,70780	,003	,954
	Kadın	117	4,2051	,73974		

Yapılan T testleri sonucunda alt boyutların katılımcıların cinsiyeti açısından farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu bağlamda H1a, H1b, H1c, H1d, H1e hipotezleri reddedilmiştir ($p>0.05$).

Alt boyutların medeni durum açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla "H2a, H2b, H2c, H2d, H2e" hipotezleri kurulmuştur. Bu kapsamda T testleri yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 10.'deki bilgiler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tablo 10.

Medeni Durum Açısından Alt Boyutların Farklılaşması (T Testi Analizi)

Alt Boyutlar	Medeni Durum	N	\bar{x}	ss	t	p
YMY	Evli	184	3,9852	,99553	,020	,889
	Bekar	146	4,0499	,91505		
DMSİZ	Evli	184	4,3379	,62977	2,203	,139
	Bekar	146	4,1564	,66587		

Tablo 10. Devamı

Alt Boyutlar	Medeni Durum	N	\bar{x}	ss	t	p
EDU	Evli	184	3,9402	,86421	,041	,840
	Bekar	146	3,9886	,84138		
EDK	Evli	184	4,1943	,82106	3,357	,068
	Bekar	146	4,3236	,73588		
EDM	Evli	184	4,2283	,69034	,849	,357
	Bekar	146	4,1164	,75008		

Yapılan T testleri sonucunda yalnızca E-dönüşüm kaynaklı kaygı alt boyutunun katılımcıların medeni durumu açısından farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda **H2a, H2b, H2c, H2d, H2e** hipotezi reddedilmiştir ($p>0.05$).

Alt boyutların katılımcıların unvanları açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla "**H3a, H3b, H3c, H3dc, H3e**" hipotezleri kurulmuştur. Bu kapsamda ANOVA analizleri yapılmış, Tukey Post Hoc testi ile birlikte derinlemesine incelenmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 11.'daki bilgiler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tablo 11.
Unvan Açısından Alt Boyutların Farklılaşması
(ANOVA Analizi)

Alt Boyutlar	Unvan	n	\bar{x}	ss	f	p
YMY	SM	139	4,0298	,98126	,477	,621
	SMMM	157	4,0328	,95843		
	YMM	34	3,8613	,88866		
DMSİZ	SM	330	4,0139	,95986	,169	,844
	SMMM	139	4,2626	,63765		
	YMM	157	4,2665	,66100		
EDU	SM	34	4,1961	,67728	,004	,996
	SMMM	330	4,2576	,65128		
	YMM	139	3,9640	,91766		
EDK	SM	157	3,9575	,77669	9,096	,000
	SMMM	34	3,9706	,94055		
	YMM	330	3,9616	,85323		
EDM	SM	139	4,3867	,64002	,444	,642
	SMMM	157	4,0685	,89631		
	YMM	34	4,5441	,56899		

Yapılan ANOVA analizleri sonucunda yalnızca E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı alt boyutunun katılımcıların unvanları açısından farklılık

gösterdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda **H3a, H3b, H3c, H3e** hipotezleri reddedilirken ($p>0.05$), **H3d** hipotezi kabul edilmiştir ($p<0.05$).

Tablo 12.
Unvan Tukey Post Hoc Testi Tablosu

Alt Boyutlar	Unvan (İ)	Unvan (J)	Ortalama	Ortalama Fark (I-J)	Standart Hata	Sig
YMY	SM	SMMM	3,4481	-,00295	,11197	1,000
		YMM		,16846	,18394	,631
	SMMM	SM	3,4395	,00295	,11197	1,000
		YMM		,17141	,18186	,614
	YMM	SM	3,4160	-,16846	,18394	,631
		SMMM		-,17141	,18186	,614
DMSİZ	SM	SMMM	2,9269	-,00386	,07604	,999
		YMM		,06651	,12492	,855
	SMMM	SM	2,8922	,00386	,07604	,999
		YMM		,07038	,12351	,836
	YMM	SM	2,8992	-,06651	,12492	,855
		SMMM		-,07038	,12351	,836
EDU	SM	SMMM	1,6133	,00649	,09967	,998
		YMM		-,00656	,16374	,999
	SMMM	SM	1,9315	-,00649	,09967	,998
		YMM		-,01305	,16189	,996
	YMM	SM	1,4559	,00656	,16374	,999
		SMMM		,01305	,16189	,996
EDK	SM	SMMM	3,9640	,31822*	,08937	,001
		YMM		-,15743	,14681	,532
	SMMM	SM	3,9575	-,31822*	,08937	,001
		YMM		-,47565*	,14515	,003
	YMM	SM	3,9706	,15743	,14681	,532
		SMMM		,47565*	,14515	,003
EDM	SM	SMMM	4,1914	,04360	,08381	,862
		YMM		-,07922	,13769	,833
	SMMM	SM	4,1478	-,04360	,08381	,862
		YMM		-,12282	,13613	,639
	YMM	SM	4,2706	,07922	,13769	,833
		SMMM		,12282	,13613	,639

Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Tukey Post Hoc testi yapılmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde; SM ile SMMM ($p<0.05$) grupları arasında ve YMM ile SMMM ($p<0.05$) grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Diğer gruplar arasında bulunamamıştır ($p>0.05$). İncelemeler yapıldığında kaygı düzeylerinin en

yüksek YMM (Ort= 3,9706) olmak üzere SM (Ort=3,9640), SMMM (Ort=3,9575) olarak sıralandığı görülmektedir.

Alt boyutların eğitim durumları açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla “H4a, H4b, H4c, H4d, H4e” hipotezleri kurulmuştur. Bu kapsamda Anova analizi yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 13.’deki veriler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tablo 13.
Eğitim Durumu Açısından Alt Boyutların Farklılaşması
(ANOVA Analizi)

Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	N	\bar{x}	ss	f	p
YMY	Ön Lisans	25	4,0017	,81254	,142	,707
	Lisans	255	4,0142	,94773		
	Lisansüstü	50	4,0130	,99249		
DMSİZ	Ön Lisans	25	3,8414	,90907	,066	,798
	Lisans	255	4,2633	,65739		
	Lisansüstü	50	4,2441	,63990		
EDU	Ön Lisans	25	3,9914	,64081	,039	,843
	Lisans	255	3,9444	,88461		
	Lisansüstü	50	4,0017	,77792		
EDK	Ön Lisans	25	3,9724	,85323	6,517	,843
	Lisans	255	4,2652	,74183		
	Lisansüstü	50	4,2197	,88372		
EDM	Ön Lisans	25	7,1414	,76412	,852	,357
	Lisans	255	4,1027	,70677		
	Lisansüstü	50	4,1697	,74853		

Yapılan Anova analizi sonucunda tüm alt boyutların eğitim durumu açısından farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu bağlamda; **H4a, H4b, H4c, H4d, H4e** hipotezleri reddedilmiştir ($p>0.05$).

Alt boyutların yaşları açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla “H5a, H5b, H5c, H5d, H5e” hipotezleri kurulmuştur. Bu kapsamda ANOVA analizleri yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 14.’deki bilgiler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tablo 14.
Yaşları Açısından Alt Boyutların Farklılaşması
(ANOVA Analizi)

Alt Boyutlar	Yaş	n	\bar{x}	ss	f	p
YMY	21-30	86	4,1362	,81254	,567	,687
	31-40	86	4,0066	1,00989		
	41-50	62	3,9631	1,08672		
	51-60	68	3,9706	,90907		
	61 +	28	3,8776	1,06814		

Tablo 14. Devamı

<i>Alt Boyutlar</i>	<i>Yaş</i>	<i>n</i>	<i>\bar{x}</i>	<i>ss</i>	<i>f</i>	<i>p</i>
DMSİZ	21-30	86	4,0139	,95986	1,108	,353
	31-40	86	4,2403	,73146		
	41-50	62	4,2694	,60508		
	51-60	68	4,3737	,59955		
	61 +	28	4,2353	,64081		
EDU	21-30	86	4,0714	,65645	,375	,826
	31-40	86	4,2576	,65128		
	41-50	62	4,0000	,81610		
	51-60	68	3,9729	,82163		
	61 +	28	3,8844	,91665		
EDK	21-30	86	3,9167	,94303	,211	,932
	31-40	86	4,0893	,70926		
	41-50	62	3,9616	,85323		
	51-60	68	4,2733	,82482		
	61 +	28	4,2267	,80406		
EDM	21-30	86	4,3145	,76412	1,108	,352
	31-40	86	4,2279	,68259		
	41-50	62	4,1786	,92511		
	51-60	68	4,2515	,78599		
	61 +	28	4,1744	,72650		

Yapılan ANOVA analizleri sonucunda incelenen tüm alt boyutların yaş değişkeni açısından farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu bağlamda **H5a, H5b, H5c, H5d, H5e** hipotezleri reddedilmiştir ($p>0.05$).

VIII. SONUÇ

Küreselleşen dünyada dijitalleşmenin önemi her geçen gün artmaktadır. Özellikle COVID-19 salgın hastalık sürecinde hayatın olağan akışının devam edebilmesi için dijitalleşme çağın dijital ürünlerinden ve tüm olanaklarından en üst seviyede yararlanılmıştır. Bu çalışmada dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve muhasebe meslek mensupları üzerinde yarattığı etkilere yönelik algılar ve algıların demografik faktörler özellikler açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Çalışma kapsamında Adana ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları üzerinde araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma ile dijitalleşme, muhasebe mesleği, muhasebe meslek mensupları ve COVID-19 salgın hastalık dönemi ele alınmıştır.

Araştırmada kurulan hipotezlere yönelik genel bir değerlendirilme yapıldığında; alt boyutlarının katılımcıların unvanları ile kısmen anlamlı farklılıkların bulunduğu ancak cinsiyetleri, medeni durumları, eğitim durumları, yaşları arasında anlamlı farklılıkların bulunmadığı belirlenmiştir. Tüm bu sonuçlar elde ettiğimiz bulgular karşılaştırılmıştır. Bu tez çalışması ile Tekbaş (2018) çalışmasından elde edilen sonuçların kısmen paralellik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum; unvan faktörü açısından farklılık göstermesi şeklinde açıklanabilmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar çerçevesinde değerlendirmeler yapıldığında; Adana ilinde mesleğini icra eden ve örnekleme dahil edilen meslek mensuplarının dijitalleşmeyi önemsedikleri, bu alandaki gelişmeleri yakından takip ederek destekledikleri, dijital ürünlere uyum sağlayabildikleri görüşüne ulaşılmıştır. Hatta dijitalleşmenin muhasebe mesleğine olan saygıyı arttırabileceği, haksız rekabeti önleyebileceğini, gelişmeler doğrultusunda muhasebe mesleğinin gelecekte yok olmak yerine tüm bunlar doğrultusunda fayda görebileceğini de ifade etmişlerdir. Bununla birlikte ileride yapılacak olan teknolojik alt yapıya dayalı köklü değişikliklerin merkeze alındığı yeni bir muhasebe modeline ihtiyaç duyulduğu ve yeniden tasarlanması durumunda da destekleyeceklerini belirtmişlerdir.

Buradan hareketle; dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler muhasebe muhasebe mesleği için oldukça önem arz etmektedir. Bu nedenle, sektörde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının dijital çağın dijital ürünlerine önem ve değer vermeleri gerekmektedir. Özellikle halen devam eden veya ileride olması muhtemel bir küresel boyuttaki kriz veyahut salgın hastalık durumlarından etkilenmemek için yeni planlar ve stratejiler geliştirilmelidir. İleride yapılacak olan araştırmalara daha fazla muhasebe meslek mensubunun katılımının sağlanması, araştırmaya farklı kurumların dahil edilmesi ve anket formuna yeni ifadelerin eklenmesi elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca bundan sonraki çalışmaların, farklı il, farklı sektör ve farklı meslek gruplarına daha geniş kapsamlı, farklı veri toplama teknik ve analiz yöntemleriyle yapılması önerilmektedir.

Dijitalleşmenin**MAKALE BİLGİ FORMU****Muhasebe**

Yazar Katkıları

Mesleğine Ve**Fikir/Kavram:** Başak ŞITAK ve Mahmut YARDIMCIOĞLU**Muhasebe Meslek****Araştırma Tasarımı:** Başak ŞITAK**Mensuplarına****Makale Yazımı:** Başak ŞITAK**Etkilerinin Covid-****19 Pandemi****Veri Toplama:** Başak ŞITAK**Döneminde****Analiz:** Başak ŞITAK**İncelenmesi****Eleştirel Okuma:** Mahmut YARDIMCIOĞLU

156

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akın, O. & Özdaşlı, K. (2014). Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Faaliyetlerinde Uymaları Gereken Etik İlkelere Uyuma Düzeyine Yönelik Meslek Mensupları İle Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Algıları, *Muhasebe Ve Finansman Dergisi, Temmuz Sayısı*, 59-74.
- Ayboğa, H. (2002). Globalleşme Sürecinde Muhasebe Alanındaki Gelişmelere Ülkemizin Uyumu, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8) 39-55.
- Barnira, A., Gallagher, J. & Augerc, P. (2003). Business Process Digitization, Strategy, And The Impact Of Firm Age And Size: The Case Of The Magazine Publishing Industry, *Journal Of Business Venturing*, 18(6), 789-814.
- Brennen, S. & Kreiss, D. (2014). Digitalization And Digitization, [Http://Culturedigitally.Org/2014/09/Digitalization-And-Digitization/Symbol=En/A/59/Hlpm/Corp.1/Rev.1](http://Culturedigitally.Org/2014/09/Digitalization-And-Digitization/Symbol=En/A/59/Hlpm/Corp.1/Rev.1) (20.04.2021).
- Büyükmirza, K. (2008). *Maliyet Ve Yönetim Muhasebesi Tek Düzene Uygun Bir Sistem Yaklaşımı*, Gazi Kitapevi, Ankara, 809.
- Carnegie, G. (2014). The Present And Future Of Accounting History, *Accounting, Auditing & Accountability Journal Emerald Group Publishing*, 27(8), 1241-1249.
- Cengiz, Ö. (2008). Sm Ve Smmm Mesleği, <http://Www.Muhasebetr.Com/Yazarlarimiz/Ozkan/006/> (02.02.2021).
- Dağ, Y. (2016). Muhasebe Meslek Mensuplarının Bilgi Teknolojileri Kullanım Kararına Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Alan Araştırması; (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

- Drew, J. (2017). *Real Talk About Artificial Intelligence And Blockchain*, *Journal Of Accountancy*, <https://Www.Journalofaccountancy.Com/Issues/2017/Jul/Technology-Roundtable-Artificial-Intelligence-Blockchain.Html> (23.12.2020).
- Evstafyeva, E., Kıslaya, I. & Kruchanova, I. (2019). Advanced Accounting Perspectives İn The Light Of Leading Economic Digitalisation Processes, *Advances In Social Science, Education And Humanities Research*. 359, 146-152.
- Gacar, A. (2019). Yapay Zekâ Ve Yapay Zekânın Muhasebe Mesleğine Olan Etkileri: Türkiye'ye Yönelik Fırsat Ve Tehditler, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 389-394.
- Gassmann, O., Frankenberger, K. & Csik, M. (2014). The St. Gallen Business Model Navigator, <https://Www.Academia.Edu/7479090/The-St-Gallen-Business-Model-Navigator> (20.04.2021).
- Ghasemi, M., Shafeiepour, V., Aslanı, M. & Barvayeh, E. (2011). The Impact Of Information Technology (It) On Modern Accounting Systems, *Procedia Social And Behavioral Sciences*, 28,112-116.
- Gökgöz, A. (2011). Tarihsel Perspektifte Muhasebenin Doğuşunu Ve Gelişimini Etkileyen Faktörler, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1),167-177.
- Güvemli, O. (2009). Muhasebe Eğitim Ve Uygulamalarını Etkileyen Ve Yeni Yüzyılın Başlarını Biçimlendiren Gelişmeler Ve Bu Gelişmelerin Mufad'ın Faaliyetlerini Etkilemesi, *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, (42), 229-232.
- Henriette, E., Fekı, M., & Boughzala, I. (2015). The Shape Of Digital Transformation: A Systematic Literature Review, *In: Proceedings Of The Mediterranean Conference On Information Systems*, 431-443.
- Kane, C., Palmer, D., Phillips, N., Kiron, D. & Natasha, B., (2015). Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation, *Mit Sloan Management Review And Deloitte University Press*, (14), 1-25.
- Kavanagh, M., & Drennan, L. 2008. What Skills And Attributes Does An Accounting Graduate Need? Evidence From Student Perceptions And Employer Expectations, *Accounting And Finance*, 48(2), 279-300.
- Kurnaz, E., Tekbaş, İ., Bozdoğan, T., & Çetin, O. (2020). Dijitalleşmeyle Birlikte Muhasebe Eğitiminin Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Değerlendirilmesi, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(1), 81-96.
- Mcrae, H., (1996). *2020 Yılında Dünya*, Anadolu Grubu Yayınları, Ankara, 343s.
- Mercan, N., (2010). Dijital Dünyada Zaman, Mekân, İnsan İlişkileri Ve Yabancılaşma, *Silahlı Kuvvetler Dergisi*, (403), 100-111.
- Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L., (2013). Content Or Community? A Digital Business Strategy For Content Providers İn The Social Age, *Mıs Quarterly*, 37(2), 591-616

- Parker, L. (2001). Back To The Future: The Broadening Accounting Trajectory, *British Accounting Review*, 33(1), 421–453.
- Sayım, F., & Usman, Ö., (2016). Muhasebe Mesleği İçin Mesleki Durum Analizi Kriterlerinin Belirlenmesi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(12), 105-122.
- Stolterman, E., & Fors, A., (2004). Information Technology And The Good Life. Londra: Kluwer Academic Publishers, <https://www8.informatik.umu.se/~Acroon/Publikationer%20anna/Stolterman.Pdf> (20.04.2021).
- Şıtak, B. (2021). Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine, Muhasebe Meslek Mensuplarına ve Muhasebe-Finans Eğitime Etkilerinin Salgın Hastalık Döneminde İncelenmesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Şıtak, B., & Şıtak, P., (2021). Öğrencilerin Adli Muhasebesi Kavramına Yönelik Farkındalık Düzeylerinin Salgın Hastalık Döneminde İncelenmesi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 98-108.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020. *Covid-19 (Sars-Cov-2 Enfeksiyonu) Rehberi* (Bilim Kurulu Çalışması), Ankara.
- Tekbaş, İ. (2018). Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Ve Meslek Mensuplarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma Ve Yeni Bir Kavram Önerisi: Mali Mühendislik; (Yüksek Lisans Tezi), Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Tekbaş, İ., Kurnaz, E., & Azaltun, M., (2018). Dijital Muhasebe Okuryazarlığı: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma, 5. *International Congress On Accounting And Finance Research Bildiri Kitabı*, İzmir: Icafr.
- Tihinen, M., & Kääriäinen J., (2016). The Industrial Internet In Finland: On Route ToSuccess?, <https://www.vttresearch.com/sites/default/files/pdf/technology/2016/T278.Pdf> (20.04.2021).
- Todorović, M., Slobodan, M., & Janjić, V. (2012). The Globalization Of Professional Accountants Education And The Achieved Level In Serbia, *International Scientific Conference Ebm*.
- United Nations, (2005). Revised Draft Outcome Document Of The High-Level Plenary Meeting Of The General Assembly Of September 2005 Submitted By The President Of The General Assembly, <https://undocs.org/Pdf?> (20.04.2021).
- Yardımcıoğlu, M., Şıtak, B., & Şıtak, P. (2021). İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Muhasebe Eğitime Karşı Tutumlarının Covid-19 Pandemi Döneminde İncelenmesi, *İşletme Bilimi Dergisi*, 9(1), 25-49, DOI: 10.22139/jobs.844634

- Yardımcıoğlu, M., Şıtak, B., & Yörük, A. (2021). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitime Karşı Tutumlarının Covid-19 Pandemi Döneminde İncelenmesi, *Uluslararası Sosyal Bilimler Ve Eğitim Dergisi*, 3(4), 155-180.
- Yardımcıoğlu, M., & Şıtak, B. (2020). Yapay Zekâ Teknolojisinin Muhasebe Alanına Yansımaları: Literatür İncelemesi, *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2),342-353. DOI: 10.33905/Bseusbed.809795
- Yoo, Y., Lyytinen, K., Thummadi, V., & Weiss, A., (2010). Unbounded İnnovation With Digitalization: A Case Of Digital Camera. In: *Proceedings Of The Annual Meeting Of The Academy Of Management, Aom.*

**Dijitalleşmenin
Muhasebe
Mesleğine Ve
Muhasebe
Meslek
Mensuplarına
Etkilerinin
Covid-19
Pandemi
Döneminde
İncelenmesi**

**INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF
DIGITALIZATION ON ACCOUNTING
PROFESSIONAL AND ACCOUNTING
PROFESSIONALS DURING THE COVID-19
PANDEMIC DISEASE
EXTENDED ABSTRACT**

When the literature on the effects of digitalization on the field of accounting is examined, this issue is included in the national and international literature. Parker (2001) discussed contemporary accounting practices. The study showed signs of expanding the scope of benefits and services from accounting. Ayboğa (2002) deals with the adaptation and adaptation process of Turkey to the developments in the field of accounting in the globalizing world. Barnir et al., (2003) conducted an empirical research in their article based on a sample of 150 firms in the journal publishing industry. Kavanagh and Drennan (2008) discussed what skills and qualifications accounting graduate students should have and what expectations the employer has. Güvemli (2009) examined the contemporary developments affecting accounting practices and education. Yoo et al., (2010) proposed a four-layer innovation model that explains the tight connections between different layers of digital innovation. Ghasemi et al., (2011) discussed the effects of information technology on modern accounting in their studies. In the study conducted by Todorovic et al., (2012) in Serbia, it was aimed to evaluate the education of professional accountants on a global scale and to make suggestions based on the results. In their article, Oestreicher and Zalmanson (2013) focused on digital content strategies for businesses in the social age. Carnegie (2014) discusses the present and past of accounting. Henriette et al., (2015) examined the digital market experiencing its busiest period so far due to the increasing demand of users who have a say in the sector and the increase of new competitors entering the sector. Dağ (2016) discussed the study of professional accountants on the factors that affect the decision to use information technologies. Drew (2017), in his study where he talked about the changes that the accounting profession will experience in the future, drew attention to artificial intelligence and blockchain technology and predicted that the accounting profession will go through a new structuring. Tekbaş (2018) revealed the impact of digitalization and technological developments on accounting professionals in his study. Tekbaş et al., (2018) conducted their studies on digital accounting literacy. Evstafyeva et al., (2019) examined the economy, which they center in their studies, together with the field of accounting and digitalization processes.

Kurnaz et al., (2019) aimed to reveal the effect of technological developments on accounting education and whether the current accounting education is sufficient in practice. In their study, Yardımçioğlu and Şıtak (2020) drew attention to the concept of artificial intelligence brought about by digitalization, the superior aspects of artificial intelligence, types of artificial intelligence, the current application areas of artificial intelligence and its reflections in the field of accounting. Şıtak and Şıtak (2021) investigated the level of awareness of the students who took accounting courses during the COVID-19 epidemic disease, towards the concept of forensic accounting. Yardımçioğlu et al., (2021) examined the attitudes of students taking accounting courses in vocational school towards accounting education during the period of COVID-19 epidemic disease. In their study at Çankırı Karatekin University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yardımçioğlu et al., (2021) examined the attitudes of students who took accounting courses towards accounting education during the period of COVID-19 epidemic. When the relevant literature is examined, it can be said that the studies gained momentum after 2000. Şıtak and Şıtak (2021) associated this situation with the Enron scandals that affected the whole world.

The aim of this study is to examine the perceptions of the effects of digitalization on the field of accounting, the accounting profession, accounting professionals and accounting-finance education during the COVID-19 epidemic period. Another aim of the study is to determine whether the perceptions about this subject differ in terms of demographic variables.

The universe of the study consists of 2356 professionals operating in Adana. The research was carried out with 330 professionals between 01.12.2020 and 01.02.2021, when the COVID-19 pandemic was common. In order to achieve the aims of the research, the questionnaire form, which is the data collection method, was used. Tekbaş (2018) was used to determine the scale to be used in the research. The research was supported by Kahramanmaraş Sütçü İmam University Research Projects and was distributed and collected by the intermediary surveyor company within the scope of the Scientific Research Project (BAP).

When a general evaluation is made for the hypotheses established in the research; It was determined that the sub-dimensions had partially significant differences with the titles of the participants, but there were no significant differences between their gender, marital status, educational status, and age.

**Dijitalleşmenin
Muhasebe
Mesleğine Ve
Muhasebe Meslek
Mensuplarına
Etkilerinin Covid-
19 Pandemi
Döneminde
İncelenmesi**

Another result obtained from the research is that the professionals who practice their profession in Adana and included in the sample care about digitalization, follow the developments in this field closely and support them and adapt to digital products. They even stated that digitalization can increase respect for the accounting profession, prevent unfair competition, and that, in line with developments, the accounting profession can benefit from all these instead of disappearing in the future. In addition, they stated that a new accounting model centered on the radical changes based on the technological infrastructure to be made in the future is needed and they will support it in case it is redesigned.