

Makale Türü: Araştırma Makalesi

SAĞLIKTA YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMİ OLARAK MHRS'İN TEKNOLOJİ KABUL MODELİ İLE ANALİZİ

Ethem TOPÇUOĞLU¹

Onur KAVAK²

Erdogan KAYGIN³

Öz

Gelişen teknoloji insanların hayatlarını kolaylaştırmak için birçok yeniliği de beraberinde getirmektedir. Yaşanan yeniliklere paralel olarak, sağlık alanında da yeni yönetim bilişim sistemleri geliştirilmektedir. Bu anlamda ülkemizde kullanılan Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRS) de hizmet kalitesinin artırılması, maliyetlerin azaltılması, planlama ve koordinasyonun artırılması için geliştirilen bir çözümdür. Yapılan çalışmada teknoloji kabul modeli ile MHRS sisteminin etkinliğinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda 248 kişiden oluşan örnekleme anket formu uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS, AMOS ve WarpPLS programları ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar bakımından MHRS sistem kalitesinin algılanan fayda açısından etkili ($\beta=0,242$) olduğu belirlenmiştir. Ancak ortaya çıkan değer MHRS sistemi kullanan her dört kişiden yaklaşık birinin fayda sağladığını göstermesi açısından önem arz etmektedir. Doktorların istifa etmesi sonucunda birçok polikliniğe randevu almak maalesef imkânsız hale gelmiştir. İlerleyen dönemde bu sorunların düzeltileceği ve sistemin tekrardan işlerlik kazanacağı düşünülmektedir. Bu düşünce MHRS sisteminin kullanım kolaylığından kaynaklanmaktadır. Sistem kalitesinin, tutum üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin bulunduğu görülmektedir. Sistem kalitesinin artması hastaların MHRS sistemine olan tutumunu artırıcı bir şekilde yön vermektedir. Kullanım kolaylığı algılanan faydayı arttırmakta, hastaların sistemi daha fazla kullanmasını ve faydalanmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: MHRS, Teknoloji Kabul Modeli, Yönetişim, Bilişim Sistemleri

ANALYSIS OF MHRS AS A MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM IN HEALTH WITH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

Abstract

Developing technology brings many innovations to make people's lives easier. In parallel with the innovations experienced, new management information systems are being developed in the field of health. In this sense, the Central Physician Appointment System (MHRS) used in our country is a solution developed to increase service quality, reduce costs, and increase planning and coordination. In

¹ Dr., Jandarma Genel Komutanlığı, Ankara, Türkiye, ethemtopcuoglu@jandarma.gov.tr, ORCID ID: 0000-0003-3563-0566

² Dr.Öğr.Üyesi, Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kars, Türkiye, onurkavak@kafkas.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-8623-614X

³ Prof. Dr., Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kars, Türkiye, erdogankaygin@hotmail.com, ORCID ID:0000-0002-2125-5032

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin: Topçuoğlu, E., Kavak, O. & Kaygın, E. (2022). Sağlıkta Yönetim Bilişim Sistemi Olarak MHRS'nin Teknoloji Kabul Modeli İle Analizi. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2 (1), 1-16.

this study, it is aimed to analyze the effectiveness of the technology acceptance model and the MHRS system. In this context, data were collected by applying a sampling questionnaire consisting of 248 people. The obtained data were analyzed with SPSS, AMOS and WarpPLS programs. In terms of the results obtained, it was determined that the quality of the MHRS system was effective in terms of perceived benefit ($\beta=0.242$). However, the resulting value is important in terms of showing that approximately one out of every four people using the MHRS system benefits. As a result of the resignation of doctors, it has unfortunately become impossible to make an appointment with many polyclinics. It is thought that these problems will be corrected in the coming period and the system will become functional again. This idea stems from the fact that the MHRS system has an easy-to-use system that can be accessed from many areas. It is seen that system quality has a significant and positive effect on attitude. The increase in the quality of the system directs the attitude of the patients towards the MHRS system in a way that increases. Ease of use increases the perceived benefit and enables patients to use and benefit from the system more.

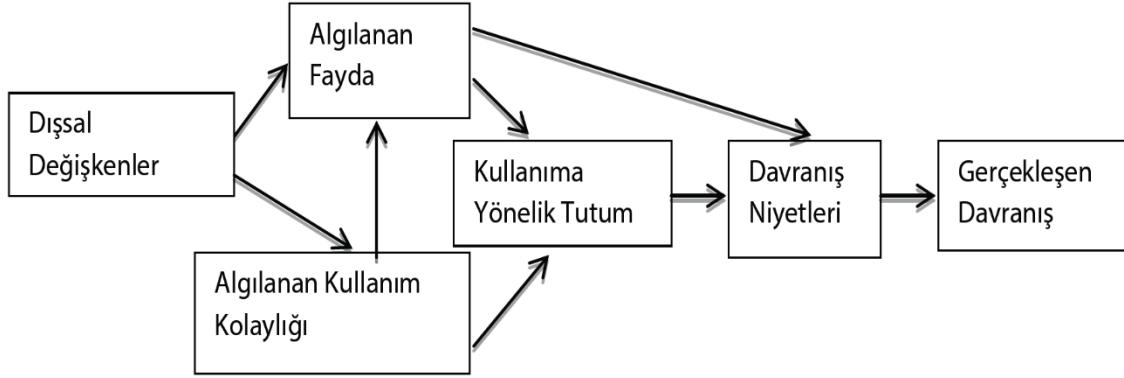
Keywords: MHRS, Technology Acceptance Model, Governance, Information Systems

1. Giriş

Teknolojinin gelişimi ile birlikte küreselleşen dünyada birçok yenilik ve gelişim ülke sınırları kavramı olmadan hareket etmektedir. Ülke sınırlarının ortadan kalkmasına yönelik küreselleşen yenedünya düzeninde teknolojiye her nokta ve alandan erişim mümkün olmaktadır. Sağlık alanı da gelişen teknoloji ve imkânlar ölçüsünde dijitalleşmektedir. Ülkemizde MHRS, e-reçete, e-nabız, teletıp gibi birçok uygulama bu kapsamda yer almaktadır. Sağlık sistemlerinin dijitalleşmesi ve bir sağlık yönetim bilgi sistem altyapısının evrilmesi sonucunda vatandaşların daha iyi hizmet aldığı bir ağın oluşturulması amaçlanmaktadır. Vatandaşa daha iyi hizmetin verilmesinin yanında planlanabilir ve öngörülebilir sağlık altyapısının da oluşması mümkün olmaktadır. Sağlık alanında bilgisayar ve internet ile birlikte yaşanan değişim günümüzde mobil cihazlar ve giyilebilir teknolojiler ile devam etmektedir. İşyerinde bilgi teknolojilerinin benimsenmesi ve kullanılması, çalışanların işsiz kalmaya yönelik bir endişesi olmaya devam etmektedir. Donanım ve yazılım yeteneklerindeki etkileyici gelişmelere rağmen, yeterince kullanılmayan sistemler, yapılan yatırımların geri dönüşü olmaması sebebiyle can sıkıcı bir sorun olmaktadır. Kurulu sistemlerin düşük kullanımı, bilgi teknolojisine yapılan kurumsal yatırımlardan elde edilen cansız getirileri çevreleyen “verimlilik paradoksunun” altında yatan ana faktör olarak tanımlanmaktadır. Bilgi sistemlerinin insan organizasyonu tarafından benimseneceği koşulları anlamak ve yaratmak, yüksek öncelikli bir araştırma konusu olmaya devam etmektedir (Venkatesh ve Davis, 2000). Gelişmekte olan bilgi teknolojilerinin kullanıcı kabulünü ve kullanım davranışını incelemek için birçok teorik model bulunmaktadır. Modellerin çoğu birbirine yakın ifadeler ve özellikler içerse de Teknoloji Kabul Modeli (Davis vd., 1989, 1989), araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen ve yaygın uygulanan modelidir. Online alışveriş, sosyal medya, eğitim yöntemleri, bankacılık, elektronik belge yönetimi, e-devlet uygulamaları gibi birçok konu halen Davis vd., (1989) tarafından geliştirilen teknoloji kabul modeli ile analiz edilmektedir (Avcı ve Yıldız, 2021; Maksüdünov ve Baktybekova, 2021; Şahin vd., 2019; Ünal ve Çokyaman, 2021; Zeybek ve Çam, 2020).

Teknoloji kabul modeli (TKM), Mantıklı Eylem Teorisinden (Fishbein ve Ajzen, 1967, 1975) uyarlanmıştır. Teknoloji kabul modeli algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirliğin bireylerin bir teknolojiyi kullanmak için sonraki davranışları ile bağlantılı davranışsal tutumlarını belirlediğini öne sürmektedir (Venkatesh, 2000). TKM, işçilerin kendilerine sunulan bilgisayar teknolojilerini neden kullanmadıkları endişesi ışığında 1980'lerde geliştirilmiştir. Modelin gelişiminde, bilgisayar kullanımını artırmanın anahtarının, bireylere gelecekteki bilgisayar teknolojileri kullanma niyetlerini sorarak

değerlendirilebilecek olan, öncelikle bilgisayar teknolojilerinin kabulünü artırmak olduğu sonucuna vardı. Bir kişinin niyetlerini şekillendiren faktörleri bilmek, kuruluşların kabulü teşvik etmek ve böylece bilgisayar teknolojilerini kullanımını artırmak için bu faktörleri manipüle etmesine izin verecektir (Holden ve Karsh, 2010). Tutum algısı, algılanan kullanım kolaylığının ve algılanan kullanışlılığın, ilginin temel bağımlı değişkeni olan niyet üzerindeki etkisinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Davis vd., 1989). Model Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Teknoloji Kabul Modeli

Kaynak: Davis vd. (1989)

Teknoloji kabul modeli sosyal etki ve bilişsel süreçler açısından algılanan kullanışlılığı ve kullanım niyetlerini açıklamaktadır (Venkatesh ve Davis, 2000). Algılanan fayda, kullanılan teknolojik cihaz ve uygulama sonucunda kullanıcıların elde edeceği mutluluk, sevinç ve hazzı ifade etmektedir. Algılanan fayda model içerisinde teknolojik gelişmeyi kabul eden çalışanın performansını geliştiren unsur olarak öne çıkmaktadır (Çakır ve Kazançoğlu, 2020). Özellikle bilgisayarların kullanımı ile birlikte günler süren evrak tasnif işlemleri büyük bir karmaşa ve düzensizlikten kurtulmuştur. Günlük hayatta kullanılan giyilebilir ürünler sayesinde kişiler günlük kaç adım attığı, kaç metre yürüdüğü, yaktığı kalori miktarı gibi birçok bilgiye anlık ulaşabilmektedir. Kredi, havale, para çekme gibi işlemler için bireylerin banka kapısında saatlerce beklemek yerine anlık olarak işlemleri telefon ile yapması, banka kartı yanında olmasa dahi QR kod ile işlem yapılabilmesi gelişen teknolojinin hayatımıza olan etkisini göstermektedir (Altındağ, 2020). Gelişen teknoloji ve uygulamalar hayatımızın her alanında kendine yer bulmakta ve insanlara büyük faydalar sağlamaktadır (Doğrul ve Koşar, 2017).

Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıcıların hazırlanan uygulama ve sistemleri kullanımını öğrenebilme zorluğunu ifade etmektedir. Teknolojik cihazların karmaşık sistem altyapısının bulunması, kullanımı için özel eğitimlere ihtiyaç duyulması, menülerinin zor anlaşılabilir yapıda olması kullanıcılar tarafından kabulünü zorlaştırmaktadır. Kullanıcılar rahat kullanılabilir, ulaşılması kolay, anlaşılır sistemleri daha kolay kabul etmektedir (Güntepe ve Usta, 2022). Algılanan kullanım kolaylığı, bilgi teknolojilerinin kullanıcı kabulünü ve kullanım davranışını etkileyen önemli bir faktör olmak ile beraber kullanıcıların içsel ve dışsal özellikleri de kolaylık algısını etkilemektedir (Venkatesh, 2000). Kullanıcıların yeni bir sistemin kullanımına ilişkin motivasyonları, yönetimin sistemin kullanılmasına dair teşvikler kullanım kolaylığı algısını etkilemektedir. Kullanıcıları tarafından kabul görmeyen sistemler, yatırımcıları tarafından kullanışsız olduğu için kısa zamanda kullanım dışına çıkarılmaktadır (Özcan vd., 2019).

Kullanıma yönelik tutum, çalışanların teknolojinin kabulüne yönelik sergiledikleri olumlu ve olumsuz davranışların gerçekleşmesini sağlayan duygusal belirtilerdir. Modele göre tutumu, sağlanan fayda ve kullanım kolaylığı etkilemektedir (Bozpolat ve Seyhan, 2020). Davranış niyetleri, çalışanların

tutumlarına uygun olarak teknolojik ekipmanların kullanımına yönelik olumlu veya olumsuz olarak bir yönelimde bulunmasıdır. Davranış niyeti, tutuma göre değişmekte ve etkilenmektedir (Toraman ve Yüksel, 2022).

Teknolojik gelişmelerin insan hayatına entegrasyonu sonucunda birçok kolaylık yaşamda yerini almıştır. Özellikle ülkemizde Avrupa Birliği adaylığı neticesinde ön fasıllar ile birlikte birçok eylem planı uygulamaya konulmuştur. Bunlardan biri olan e-Avrupa+ girişimine paralel olarak “E-Dönüşüm Türkiye” uygulamaları Devlet Planlama Teşkilatınca hazırlanmıştır. 2003 yılında sağlık alanında planlanan elektronik dönüşümler Merkezi Hekim Randevu Sisteminin (MHRS) temelini oluşturmuştur (Evirgen ve Yorulmaz, 2019). MHRS sistemi ilk olarak pilot uygulama ile 2010-2011 yılları arasında 11 ilde faaliyete alınmıştır. Söz konusu illerde “ilk gelen ilk hizmeti alır” mantığından vazgeçildiği ve uzun bekleme sürelerinin azalarak, sağlık sistem sunucularına planlama konusunda büyük yararlılıkları görülmüştür (Demirdağ ve Tuğrul, 2022). 2012 yılında MHRS sistemi 81 ilde hizmet vermeye başlamıştır. MHRS sisteminin asıl amacını vatandaşların ve doktorların ortak payda da birleşerek en iyi hizmeti alması/vermesi ile birlikte bekleme süreleri, adil hizmet, maliyet konusunda olumlu katkıların yaratılmasıdır (Kurşun ve Kaygısız, 2018). MHRS sistemi Alo182 üzerinden telefon hattı ile MHRS mobil uygulaması, “mhrs.gov.tr” web sitesi ile 7/24 hizmet vermektedir. Söz konusu iletişim kanallarından hastalar istedikleri hastane ve doktora sıra alabilmekte, randevu saati ve tarihini belirleyebilmektedir (Kıraç, 2019). Randevu almanın dışında MHRS sistemi randevu bilgilendirme ve hatırlatma mesajlarını e-mail ve SMS olarak hastalara iletmektedir. Söz konusu bildirimler randevu alınan doktorun bir mazereti olduğunda, çalışmadığında da hastaya randevu iptali olarak iletilmektedir (Bucak vd., 2019). Sağlık alanında teknoloji kabul modeli ile birçok farklı araştırma yapılmıştır. Teletıp teknolojisi (Chau ve Hu, 2002; Hu vd., 1999), mobil sağlık sistemleri (Wu vd., 2007), Radyo Frekanslı Tanımlama (RFID) sistemi ile hastaların anlık olarak durumlarının izlenmesi (Chen vd., 2007), üç boyutlu düşük maliyetli sistemlerin geliştirilmesi (Van Schaik vd., 2002), personel dijital asistan sistemi (Liang vd., 2003) bunlardan bazılarıdır. Yapılan çalışmada MHRS sistemi, Sistem Kalitesi alt boyutunda incelenmiştir.

2. Araştırma

Yapılan araştırmanın amacı teknoloji kabul modeli kapsamında MHRS Sisteminin etkinliğinin ve kullanıcıların söz konusu sistemi kabulünü belirlemektir. Uygulama alanı olarak Kars ilinde bir devlet hastanesine müracaat eden hastalar tercih edilmiştir. Yapılan çalışma ele alınan örnekleme sınırlı olup herhangi bir genelleme amacı gözetilmeden analizler yapılmıştır.

Bu kapsamda teknoloji kabul modeli ve kişisel bilgi formunu içeren bir anket formu oluşturulmuş olup anket formu yüz yüze uygulanmıştır. Teknoloji Kabul Modeli için Yavuz ve Akkiliç (2021) tarafından oluşturulan ölçek kullanılmış, ölçek 18 soru ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Kişisel bilgi formunda cinsiyet, medeni durum, eğitim, yaş ve gelire ilişkin sorulara yer verilmiştir. Toplam 23 sorudan oluşan anket formu, Kars ilinde 04-05 Nisan 2022 tarihleri arasında kişilere yüz yüze kolayda örnek yöntemi ile uygulanmıştır. Ankete toplam 248 kişi katılmış olup elde edilen verilerin analizi için IBM SPSS 25, AMOS 24 ve WarpPLS 7.0 paket programları kullanılmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına göre olup katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

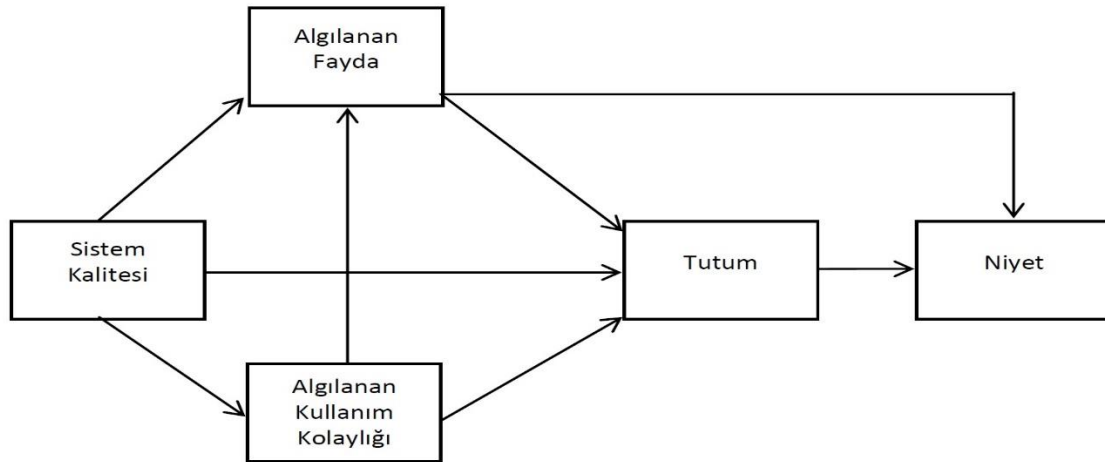
Tablo 1. Demografik Değişkenler

Demografik	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	58	23,40
	Erkek	190	76,60
Yaş	20-30 Yaş Arasında	71	28,60

	31-40 Yaş Arasında	116	46,80
	41-50 Yaş Arasında	61	24,60
Medeni Durum	Evli	159	64,10
	Bekar	89	35,90
Eğitim Durumu	Lise	42	16,90
	Önlisans	56	22,60
	Lisans	123	49,60
	Lisansüstü	27	10,90
Gelir	4.000-6.000 TL Arasında	53	21,40
	6.001-8.000 TL Arasında	98	39,50
	8.001-10.000 TL Arasında	64	25,80
	10.001 TL Üzerinde	33	13,30

2.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Yapılan çalışma hastanelerden hizmet alan bireylerin MHRS mobil ve web uygulamaları ile Alo 182 Randevu sistemi kalitesi algılarının teknoloji kabul modeli ile ölçülmesini amaçlamaktadır. Sistem kalitesi kullanıcıların sistem üzerinden algıladıkları fayda ve kolaylığı ölçümleyen bir araçtır. Kullanıcılara göre sistem kalitesi bir performans ölçütüdür (Yavuz ve Akkılıç, 2021). Buradan hareket ile araştırma modeli oluşturularak Şekil 2’de sunulmuştur.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Literatürden yararlanarak araştırma modeli ve hipotezler oluşturulmuştur. Günlük yaşamın bir parçası olarak teknolojik cihazlar ve uygulamalar insan yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle teknolojik cihazlar sayesinde bankaya gitmeden işlem yapılması, devlet dairelerinde beklemeden dijital olarak işlem yapılması, alışveriş yapmak için mağaza mağaza gezmeye gerek kalmaması gibi birçok unsur artık olağan bir durumdur. Bu nedenle kullanılan teknolojik cihaz ve uygulamaların sistem kalitesinin, bireylerin yaşam dengesinin sağlamlasında önemli düzeyde etkisi bulunmaktadır (Gopinathan ve Raman, 2016). Sistem kalitesi, kullanım kolaylığı, işlevsellik, güvenilirlik ve esneklik gibi niteliklerle bağlantılıdır (Delone ve Ephraim, 2003). Sistem kalitesi kullanıcı perspektifinden sistem özellikleri, kullanımı kolay, iyi tasarlanmış, hızlı geri dönüş süresine sahip ve sistemlerin kullanıcı dostu

olmasını sağlayan modern teknolojiyi kullanan kullanıcı dostu bir sistem olarak ifade edilmektedir (Peters vd., 2016). Buradan hareket ile H₁, H₂ ve H₃ hipotezleri oluşturulmuştur.

H₁ Sistem kalitesinin, algılanan fayda üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₂ Sistem kalitesinin, kullanım kolaylığı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₃ Sistem kalitesinin, tutum üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

Literatürde yer alan (Akgün, 2021; Aras vd., 2015; Fussell ve Truong, 2022; Güntepe ve Usta, 2022; Ishfaq ve Mengxing, 2021; Kurt Efiloğlu, 2016; Rajak ve Shaw, 2021; Su vd., 2022; Yeo vd., 2022) çalışmalar ışığında Teknoloji Kabul Modelinin içerisinde yer alan değişkenlerin birbiri ile etkileşimi sonucunda H₄, H₅, H₆, H₇ ve H₈ hipotezleri oluşturulmuştur.

H₄ Kullanım Kolaylığının, Algılanan Fayda üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₅ Kullanım Kolaylığının, Kullanıma Yönelik Tutum üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₆ Algılanan Faydanın, Kullanıma Yönelik Tutum üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₇ Algılanan Faydanın, Davranış Niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

H₈ Kullanıma Yönelik Tutumun, Davranış Niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

3. Bulgular

Hipotezlerin test edileceği veri setinin parametrik testlerin uygulanabilmesi için normal dağılımı gerekmektedir. Normallik analizi SPSS 25 programı aracılığıyla Basıklık ve Çarpıklık (Skewness ve Kurtosis) testi kullanılarak yapılmaktadır. Basıklık ve Çarpıklık değerlerinin +1 ile -1 aralığında olması örneklemin normal dağıldığı göstermektedir (Hair vd., 2014). Teste ilişkin sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Normallik Analizi

Ölçek ve Alt Boyutları	Kolmogorov-Smirnov			Merkezi Eğilim Ölçümleri			
	Statistic	df	p	Mean	Median	Skewness	Kurtosis
Teknoloji Kabul Modeli	0,086	248	0,000	4,243	4,235	-0,238	-0,587

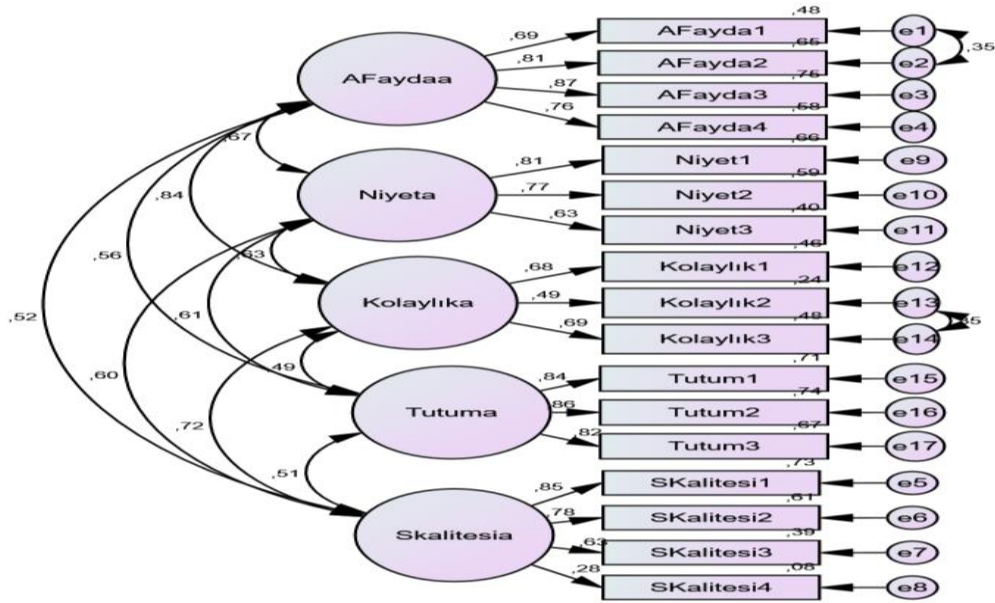
Kullanılan ölçeklerin faktör yük değer dağılımlarının belirlenmesi amacıyla açımlayıcı faktör analizi testi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda faktör yük değerlerinin 0,30'un üstünde olması gerekmektedir (Hair vd., 2014). Bu nedenle 0,30'un altında değere sahip olan Tutum4 maddesi ölçekten çıkarılmıştır. Hair vd., (2014)'e göre ölçekten %20'ye kadar soru çıkarılması küçük değişiklik olarak görülmektedir. Yapılan açımlayıcı faktör analizinde maddeler kendi boyutlarında dağılmış, ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,900 olarak, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test sonucu 0,885 olarak belirlenmiştir. Yapılan analizlerde güvenilirlik katsayısının (Cronbach Alpha) 0,60'ın

üzerinde, KMO'nun 0,70'in üzerinde olması kabul edilebilir değerler olarak nitelenmektedir (Hair vd., 2014). Açımlayıcı faktör analizine ilişkin detaylı veriler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Açımlayıcı Faktör Analizi

Değişken	İfadeler	Faktör Yükleri					Cronbach's Alpha	KMO	Barlett Küresellik Testi (p)	Açıklanan Varyans
		1	2	3	4	5				
Teknoloji kabul Modeli	AFayda2	0,906					0,900	0,885	2.109,022; p < 0,001	55,74%
	AFayda3	0,749								
	AFayda4	0,696								
	AFayda1	0,693								
	Niyet2	0,806								
	Niyet1	0,806								
	Niyet3	0,477								
	Kolaylık3		0,511							
	Kolaylık1		0,427							
	Kolaylık2		0,325							
	Tutum3			0,853						
	Tutum1			0,773						
	Tutum2			0,707						
	SKalitesi2				0,709					
	SKalitesi1				0,686					
	SKalitesi3				0,420					
SKalitesi4				0,390						

Açımlayıcı faktör analizi ile belirlenen yapının doğruluğunu ölçmek ve test etmek amacıyla ölçeğe Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanmış, analiz için AMOS 24 programı kullanılmıştır. Yapılan analizin sonucunda $X^2(df)$ değerinin 5'in altında, p değerinin anlamlı düzey olan 0,05'in altında, RMSEA değerinin 0,08'in altında, CFI değerinin 0,90'ın üzerinde, GFI değerinin 0,90'ın üzerinde, NFI değerinin 0,90'ın üzerinde, SRMR değerinin 0,08'in altında, AVE değerinin 0,50'nin üstünde, CR değerinin 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir (Büyüköztürk vd., 2012; Hair vd., 2014; Schermelleh-Engel vd., 2003; Yaşlıoğlu, 2017). Yapılan analize ilişkin görsel Şekil 3'te sunulmuştur.



CMIN=200,233; DF=107; CMIN/DF=1,871; RMSEA=,059; CFI=,954; GFI=,914

Şekil 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Şekil 3’de görüldüğü üzere yapılan analiz standart değerleri sağlayarak, analiz için uygun bir ölçüt oluşturmaktadır. Yapılan analizler sonucunda daha önce yapılan çalışmalar ile benzer sonuçlar elde edilmiştir (Bozpolat ve Seyhan, 2020; Kalyoncuoğlu, 2018; Kurt Efiloğlu, 2016). Analize ilişkin sonuçlar detaylı olarak Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

χ^2/df	p	RMSEA	CFI	GFI	NFI	TLI	SRMR
1,871	0,000	0,059	0,954	0,914	0,908	0,942	0,058

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) uygulamalarında kovaryans temelli programlar (AMOS ve LISREL gibi) ve en küçük kareler (PLS) temelli programlar (SmartPLS, WarpPLS gibi) kullanılmaktadır. YEM uygulamalarında PLS temelli programlar, kovaryans temelli programlara göre daha iyi sonuçlar vermektedir (Hair vd., 2017). Ayrıca PLS temelli programlar normal dağılım istememesi, kullanışlılık ve analiz kolaylığı nedeniyle araştırmacılar için büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu sebeple araştırmanın devamında PLS tabanlı WarpPLS yazılımı kullanılarak analizler devam edecektir.

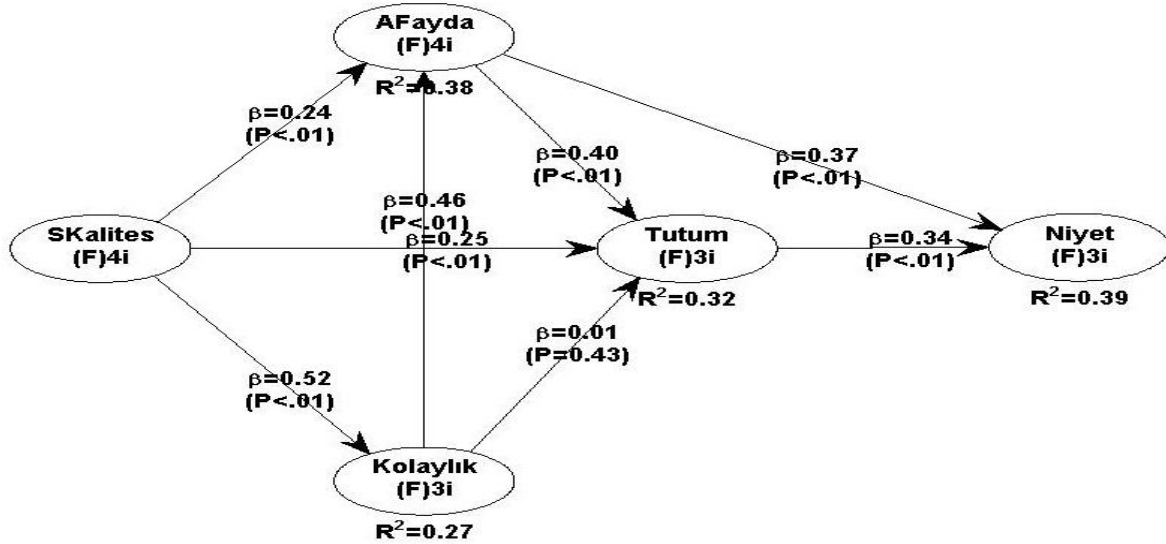
WarpPLS ile yapılan analiz sonucunda elde edilen faktör yük değerleri ve YEM’ e ilişkin değerler Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Sonuçlar

		β	Ss	p	Cronbach's Alpha	AVE	CR
Ölçüm Modeli							
AFayda1	<---	A.Fayda	0.828	0.055	<0.001	0.873	0.725
AFayda2	<---	A.Fayda	0.892	0.054	<0.001		
AFayda3	<---	A.Fayda	0.865	0.055	<0.001		
AFayda4	<---	A.Fayda	0.820	0.055	<0.001		
Niyet1	<---	Niyet	0.863	0.055	<0.001	0.774	0.869
Niyet2	<---	Niyet	0.857	0.055	<0.001		
Niyet3	<---	Niyet	0.768	0.056	<0.001		

Kolaylık1	<---	Kolaylık	0.742	0.056	<0.001			
Kolaylık2	<---	Kolaylık	0.808	0.055	<0.001	0.723	0.645	0.845
Kolaylık3	<---	Kolaylık	0.855	0.055	<0.001			
Tutum1	<---	Tutum	0.903	0.054	<0.001			
Tutum2	<---	Tutum	0.902	0.054	<0.001	0.878	0.804	0.925
Tutum3	<---	Tutum	0.885	0.055	<0.001			
S.Kalitesi1	<---	S.Kalitesi	0.867	0.055	<0.001			
S.Kalitesi2	<---	S.Kalitesi	0.854	0.055	<0.001			
S.Kalitesi3	<---	S.Kalitesi	0.744	0.056	<0.001	0.721	0.561	0.830
S.Kalitesi4	<---	S.Kalitesi	0.460	0.059	<0.001			
Yol Analizi						Hipotez Sonucu		
A.Fayda	<---	S.Kalitesi	0.242	0.061	<0.001			H1 Kabul
Kolaylık	<---	S.Kalitesi	0.518	0.058	<0.001			H2 Kabul
Tutum	<---	S.Kalitesi	0.252	0.061	<0.001			H3 Kabul
A.Fayda	<---	Kolaylık	0.464	0.059	<0.001			H4 Kabul
Tutum	<---	Kolaylık	0.011	0.063	0.431			H5 Red
Tutum	<---	A.Fayda	0.400	0.059	<0.001			H6 Kabul
Niyet	<---	A.Fayda	0.367	0.060	<0.001			H7 Kabul
Niyet	<---	Tutum	0.338	0.060	<0.001			H8 Kabul

Yapılan analiz sonucunda ölçeklerin faktör yük değerleri ile geçerlilik ve güvenilirliklerinin istenilen standart değerler içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan yol analizi sonucunda H₁, H₂, H₃, H₄, H₆, H₇ ve H₈ hipotezleri kabul edilmiş, H₅ hipotezi red edilmiştir. Yol Analizine ilişkin görsel Şekil 4'te sunulmuştur.



Şekil 4. YEM Analiz Sonuçları

Yapılan analizler sonucunda kullanılan modelin anlamlı ve kabul edilebilir olduğu $APC=0,324$; $ARS=0,341$, $AARS=0,336$ değerlerinden anlaşılmaktadır (Kock, 2015; Kock ve Gaskins, 2014). Modelin içerisinde yer alan bölüm ve maddelerin birbirleriyle oto korelasyona girmeden, yeterli düzeyde dağıldığı $AVIF=1,504$, $AFVIF=1,972$ değerleri ile belirlenmiştir. Tenenhaus Goodness of Fit değeri ile modelin uyum iyiliğinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca modelin nedensellik sorunlarının bulunmadığı da SPR , $RSCR$, SSR ve $NLBCDR$ testleri ile belirlenmiştir. Yapılan analizler

sonucunda modelin anlamlı olduğu, madde içeriklerinin güvenilirlik ve geçerlilik katsayılarının yeterli düzeyde olduğu, nedensellik sorununun bulunmadığı görülmüştür (Kock ve Lynn, 2012; Kock ve Moqbel, 2016; Sarstedt ve Ringle, 2010). Yapılan analize ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Uyum İyiliği Değerleri

Yöntem	Değer	Kriter	Sonuç
Ortalama Yol Katsayısı (APC) (Average path coefficient)	0,324 p<0.001	p<0.05 Kabul Edilebilir	Kabul Edilebilir
Ortalama R-kare (ARS) (Average R-squared)	0,341 p<0.001	p<0.05 Kabul Edilebilir	Kabul Edilebilir
Ortalama Düzeltilmiş R-kare (AARS) (Average adjusted R-squared)	0,336 p<0.001	p<0.05 Kabul Edilebilir	Kabul Edilebilir
Ortalama Blok VIF (AVIF) (Average block VIF)	1,469	AVIF=<5 Kabul Edilebilir AVIF=<3 Mükemmel Uyum	Mükemmel Uyum
Tam Doğrusal VIF (AFVIF) (Average full collinearity VIF)	1,711	AFVIF=<5 Kabul Edilebilir AFVIF=<3 Mükemmel Uyum GoF=>0.1 Düşük Düzey Uyum	Mükemmel Uyum
Tenenhaus Uyum İyiliği Değeri (GoF) (Tenenhaus Goodness of Fit)	0,483	GoF=>0.25 Orta Düzey Uyum GoF=>0.36 Yüksek Düzey Uyum SPR=>0.7 Kabul Edilebilir	Yüksek Düzey Uyum
Sympson'un Paradoks Oranı (SPR) (Sympson's paradox ratio)	1,000	SPR=1 Mükemmel Uyum RSCR=>0.9 Kabul Edilebilir	Mükemmel Uyum
R-kare Katkı Oranı (RSCR) (R-squared contribution ratio)	1,000	RSCR=1 Mükemmel Uyum SSR=>0.7 Kabul Edilebilir	Mükemmel Uyum
Nedensellik Problemi Oranı (SSR) (Statistical suppression ratio)	1,000	SSR=>0.7 Kabul Edilebilir	Kabul Edilebilir
İki değişkenli doğrusal olmayan katsayıların ortalama R-kare oranı (NLBCDR) (Nonlinear bivariate causality direction ratio)	0,875	NLBCDR=>0.7 Kabul Edilebilir	Kabul Edilebilir

Yapılan analizler sonucunda model test edilmiş MHRS sisteminin sistem kalitesine ilişkin bulgular oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular sonuç bölümünde ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

4. Tartışma ve Sonuç

MHRS sistemi kişilerin sabah kuyruğa girerek, hasta durumunda saatlerce beklemelemlerini engelleyen önemli bir sistem olmuştur. İnsana yakışır ve nitelikli bir sağlık sisteminin oluşması için diğer sağlık altyapıları olan e-reçete, e-nabız, teletıp gibi birçok uygulama ile beraber sağlık sisteminin etkinliğinin artırılması ve vatandaş memnuniyetinin artırılması noktasında ülkemizde sağlık alanında devrim yaratmıştır. Elbette bütün sistemlerde olduğu gibi aksaklıklar bu sistemde de bulunmakta ve iyileştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Geçmişte olduğu gibi bugün de hastalar tarafından istenilen gün ve saatte randevu alınması konusunda problemler yaşandığı görülmektedir. Sistemin ilk kurulduğu zamanlarda bu problemlerin temelini vatandaşların gitmeyecekleri muayenelere randevu almaları oluşturmaktadır. Özellikle SMS ve e-mail ile hatırlatma sistemi gereksiz randevuları azaltmıştır (Özmen ve Güleç, 2019). Ancak günümüzdeki sıkıntının kaynağını iyileştirmek isteyen doktorların yaptığı iş yavaşlatma ve grev hareketleri ile birlikte istifalar oluşturmaktadır. Özel sağlık kuruluşları tarafından deneyimli doktorlara aldıkları ücretlerin çok üzerinde ücret ve yeni imkânlar tanınması doktorları cezbetmektedir. İlerleyen dönemde bu sorunların düzeltileceği ve sistemin tekrardan işlerlik kazanacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışma hastanelerden hizmet alan bireylerin MHRS mobil ve web uygulamaları ile Alo 182 Randevu sisteminin kalitesi algılarının teknoloji kabul modeli ile ölçülmesini amaçlamaktadır. Bu açıdan oluşturulan sekiz hipotez analiz edilmiştir. MHRS sistem kalitesinin algılanan fayda açısından etkili ($\beta=0,242$) olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen sonuç incelendiğinde literatüre uygun bir sonucun ortaya çıktığı görülmektedir (Akgün, 2021; Doğan vd., 2015; Kalyoncuoğlu, 2018; Kurt Efiloğlu, 2016; Toraman ve Yüksel, 2022). Ancak ortaya çıkan değer MHRS sistemi kullanan her dört kişiden yaklaşık birinin fayda sağladığını göstermesi açısından önem arz etmektedir. Doktorların istifa etmesi sonucunda birçok polikliniğe randevu almak maalesef imkânsız hale gelmiştir. Özellikle göz hastalıkları, diş gibi branşlarda randevu için 2 aylık süreler önerilmektedir. Ortaya çıkan sonuç yaşanan gelişmelerin bir tezahürü olup zaman içerisinde eksikliklerin giderileceği düşünülmektedir.

MHRS sistemi birçok alandan ulaşılabilmesi açısından kullanımı kolay bir sisteme sahiptir. Bu nedenle H_2 hipotezinin yüksek ($\beta=0,518$) bir düzeyde kabul edildiği görülmektedir. MHRS sisteminin telefonla arayarak, web tabanlı ve mobil tabanlı erişimi ile diğer e-devlet uygulamaları ile paralellikleri sebebiyle ulaşılması gayet kolay ve kullanımı oldukça sade olması sebebiyle böyle bir etkinin oluştuğunu söylemek mümkündür.

Sistem kalitesinin, tutum üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin bulunduğu görülmektedir. Sistem kalitesinin artması hastaların MHRS sistemine olan tutumunu artırıcı bir şekilde yön vermektedir. Kullanım kolaylığı algılanan faydayı arttırmakta, hastaların sistemi daha fazla kullanmasını ve faydalanmasını sağlamaktadır. Ancak sistem üzerinden randevu alınamaması ve uzun süreli beklemelemlerin bir tezahürü olarak kullanım kolaylığının tutumu etkilemediği görülmektedir. Literatür incelendiğinde kullanım kolaylığının tutumu arttırması gerektiği görülmektedir (Bozpolat ve Seyhan, 2020; Güntepe ve Usta, 2022; Yavuz ve Akkılıç, 2021).

Algılanan faydanın birçok değişkeni etkilediği, bu nedenle sistemin kalitesinin büyük ölçüde algılanan fayda üzerinden ölçümlendiği görülmektedir. Genel itibari ile yapılan çalışmada algılanan faydanın tutum ve niyeti etkileyerek, hastaların sisteminin kabulünü açıkladığını söylemek mümkündür.

Yapılan çalışmanın Kars ili ile sınırlı olması, çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca Kars İlinin nüfusuna oranla büyük sayılabilecek yeni yapılmış bir devlet hastanesine, aynı zamanda üniversite hastanesine de sahip olması sebebiyle hastaların doktor tercihlerinin ve ulaşımının diğer illere göre daha kolay olduğunu söylemek mümkündür. Aynı çalışmanın başka illerde yapılmasının

sonucunda elde edilen bulguların belirtilen sebepler ile farklılaşacağı düşünülmektedir. Yapılan çalışmanın daha sonra yapılacak olan çalışmalara bir öncül olacağı düşünülmektedir. Günümüz teknolojik gelişmeleri toplumu alacak şekilde ilerlemekte, yeni yapılacak çalışmaların Toplum 5.0 gibi güncel konuları da içerecek şekilde yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akgün, İ. H. (2021). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Mobil Anlık Mesajlaşma Servisi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi: WhatsApp Örneği. *International Journal of Field Education*, 7(2), 166-179. <https://doi.org/10.32570/ijofe.1034582>
- Altındağ, İ. (2020). Examining the Factors Affecting Customers' Adoption of Mobile Banking with Structural Equation Model. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi*, 36(2), 254-263.
- Aras, M., Özdemir, Y., & Bayraktaroğlu, S. (2015). The Investigation of Perceptions for Human Resource Information Systems via Technology Acceptance Model. *Ege Academic Review*, 15(3), 343-352.
- Avcı, İ., & Yıldız, E. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitimi Kullanan Öğrencilerin Memnuniyet ve Davranışlarının Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 814-830. <https://doi.org/10.36362/gumus.886553>
- Bozpolat, C., & Seyhan, H. (2020). Mobil Ödeme Teknolojisi Kabulünün Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi: Ampirik Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 119-145. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.619852>
- Bucak, İ. H., Doğan, F., Almis, H., Songur, L., & Turgut, M. (2019). Sending outpatient clinic appointment reminder information by short messages. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6(3), 218-221.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demiral, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Yayıncılık.
- Chau, P. Y. K., & Hu, P. J. (2002). Examining a Model of Information Technology Acceptance by Individual Professionals: An Exploratory Study. *Journal of Management Information Systems*, 18(4), 191-229. <https://doi.org/10.1080/07421222.2002.11045699>
- Chen, C. C., Wu, J., & Crandall, R. E. (2007). Obstacles to the adoption of radio frequency identification technology in the emergency rooms of hospitals. *International Journal of Electronic Healthcare*, 3(2), 193-207. <https://doi.org/10.1504/IJEH.2007.013100>
- Çakır, İ., & Kazançoğlu, İ. (2020). Sanal Market Alışverişi Yapma Niyetinde Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli Bileşenleri ile Risk Algılarının Etkisi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 305-326. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.685067>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Delone, W. H., & Ephraim, R. M. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Demirdağ, H. G., & Tuğrul, B. (2022). Dermatoloji Biriminde Merkezi Hekim Randevu Sistemi İle Kuyruk Sistemi Başvuruları, Şikâyet Sayısı Ve Hastalıkların İncelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 25(1), 1-16.
- Doğan, M., Şen, R., & Yılmaz, V. (2015). İnternet Bankacılığına İlişkin Davranışların Planlanmış Davranış Teorisi ve Teknoloji Kabul Modeli Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 1-22. <https://doi.org/10.12780/uusbd.89010>

- Doğrul, Ü., & Koşar, A. (2017). Perakendecilik sektöründe tüketicilerin kasiyersiz kasalara adaptasyonunu etkileyen faktörlerin incelenmesi üzerine ampirik bir çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 101-116. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.323098>
- Evirgen, H., & Yorulmaz, M. (2019). Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRS): Bir Kamu Hastanesi Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 432-443. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.543825>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1967). A behavior theory approach to the relations between beliefs about an object and the attitude toward the object. *İçinde Readings in attitude theory and measurement* (ss. 389-400). John Wiley & Sons.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fussell, S. G., & Truong, D. (2022). Using virtual reality for dynamic learning: An extended technology acceptance model. *Virtual Reality*, 26(1), 249-267. <https://doi.org/10.1007/s10055-021-00554-x>
- Gopinathan, S., & Raman, M. (2016). Information system quality in work-life balance. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 8(2), 216-226.
- Güntepe, E. T., & Usta, N. D. (2022). Eğitim Teknolojilerinin Öğrenme Ortamında Kullanımı: Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde Algodoo. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 19-29.
- Hair, J. F., Black, C. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7.Baskı). Pearson Education Limited.
- Holden, R. J., & Karsh, B.-T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics*, 43(1), 159-172. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2009.07.002>
- Hu, P. J., Chau, P. Y. K., Sheng, O. R. L., & Tam, K. Y. (1999). Examining the Technology Acceptance Model Using Physician Acceptance of Telemedicine Technology. *Journal of Management Information Systems*, 16(2), 91-112. <https://doi.org/10.1080/07421222.1999.11518247>
- Ishfaq, N., & Mengxing, H. (2021). Consumer usage behavior of internet-based services (IBS) in Pakistan during COVID-19 crisis from the perspective of technology acceptance model. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-16. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-15868-1>
- Kalyoncuoğlu, S. (2018). Tüketicilerin Online Alışverişlerindeki Sanal Kart Kullanımlarının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 193-213. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.434874>
- Kıraç, R. (2019). Hastane randevu sistemlerinin hastalar açısından değerlendirilmesi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6(3), 189-195.
- Kock, N. (2015). PLS-based SEM Algorithms: The Good Neighbor Assumption, Collinearity, and Nonlinearity. *Information Management and Business Review*, 7(2), 113-130. <https://doi.org/10.22610/imbr.v7i2.1146>
- Kock, N., & Gaskins, L. (2014). The Mediating Role of Voice and Accountability in the Relationship Between Internet Diffusion and Government Corruption in Latin America and Sub-Saharan Africa. *Information Technology for Development*, 20(1), 23-43. <https://doi.org/10.1080/02681102.2013.832129>

- Kock, N., & Lynn, G. (2012). Lateral Collinearity and Misleading Results in Variance-Based SEM: An Illustration and Recommendations. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7). <https://doi.org/10.17705/1jais.00302>
- Kock, N., & Moqbel, M. (2016). Statistical power with respect to true sample and true population paths: A PLS-based SEM illustration. *International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies*, 8(4), 316-331. <https://doi.org/10.1504/IJDATS.2016.081365>
- Kurşun, A., & Kaygısız, E. G. (2018). Merkezi Hekim Randevu Sistemi MHRS Uygulamalarına Yönelik Memnuniyet ve Erişilebilirlik Düzeyinin Belirlenmesi. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4, 401-409.
- Kurt Efiloğlu, Ö. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Bakış Açılarının Teknoloji Kabul Modeli ve Bilgi Sistemleri Başarı Modeli Entegrasyonu ile Belirlenmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(3).
- Liang, H., Xue, Y., & Byrd, T. A. (2003). PDA usage in healthcare professionals: Testing an extended technology acceptance model. *International Journal of Mobile Communications*, 1(4), 372-389. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2003.003992>
- Maksüdünov, A., & Baktybekova, B. (2021). Mobil Cüzdanların Üniversite Öğrencileri Tarafından Benimsenmesi: KTMÜ Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 179-195. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.743086>
- Özcan, H. P., Çelik, Ş. S., & Özer, A. (2019). Bireysel Müşterilerin Mobil Bankacılık Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörler. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 475-506. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.590493>
- Özmen, A., & Güleç, K. (2019). Merkezi Hekim Randevu Sisteminin İşleyişi İle İlgili Medyaya Yansıyan Haberlerin İçerik Analizi. *Journal of Awareness*, 3(5), 581-590. <https://doi.org/10.26809/joa.2018548670>
- Peters, T., Işık, Ö., Tona, O., & Popovič, A. (2016). How system quality influences mobile BI use: The mediating role of engagement. *International Journal of Information Management*, 36(5), 773-783. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.05.003>
- Rajak, M., & Shaw, K. (2021). An extension of technology acceptance model for mHealth user adoption. *Technology in Society*, 67, 101800. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101800>
- Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2010). Treating unobserved heterogeneity in PLS path modeling: A comparison of FIMIX-PLS with different data analysis strategies. *Journal of Applied Statistics*, 37(8), 1299-1318. <https://doi.org/10.1080/02664760903030213>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8, 23-74.
- Su, D. N., Nguyen, N. A. N., Nguyen, L. N. T., Luu, T. T., & Nguyen-Phuoc, D. Q. (2022). Modeling consumers' trust in mobile food delivery apps: Perspectives of technology acceptance model, mobile service quality and personalization-privacy theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 1-35. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2020199>
- Şahin, F., Alkaya, A., & Taşkin, E. (2019). Determinants of Users' Intention to Use Social Media Apps. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 686-702. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.478170>

- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Toraman, Y., & Yüksel, C. (2022). Covid-19 salgını sürecinde tüketicilerin yeni teknolojileri benimsemelerinin teknoloji kabul modeli (TKM) çerçevesinde temassız teslimat özelinde incelenmesi: Mobil uygulamalar üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23(COVID-19 ÖZEL SAYISI), 17-34. <https://doi.org/10.31671/doujournal.928518>
- Ünal, M., & Çokyaman, M. (2021). Bir Öğrenme Yönetim Sistemi Üzerinden Yürütülen Lisansüstü Derslerin Süreç Değerlendirmesi: AYDEP Örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 620-639. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.907624>
- Van Schaik, P., Bettany-Saltikov, J. A., & Warren, J. G. (2002). Clinical acceptance of a low-cost portable system for postural assessment. *Behaviour & Information Technology*, 21(1), 47-57. <https://doi.org/10.1080/01449290110107236>
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342-365. <https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wu, J.-H., Wang, S.-C., & Lin, L.-M. (2007). Mobile computing acceptance factors in the healthcare industry: A structural equation model. *International Journal of Medical Informatics*, 76(1), 66-77. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2006.06.006>
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74-85.
- Yavuz, M. S., & Akkılıç, M. emin. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Covid-19 Sürecinde Çevrimiçi Eğitime İlişkin Tutum Ve Niyetlerinin Tespiti: Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde Bir Araştırma. *International Review of Economics and Management*, 9(2), 250-271. <https://doi.org/10.18825/iremjournal.1028130>
- Yeo, S., Rutherford, T., & Campbell, T. (2022). Understanding elementary mathematics teachers' intention to use a digital game through the technology acceptance model. *Education and Information Technologies*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11073-w>
- Zeybek, H. İ., & Çam, H. (2020). Mobil Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(Ek), 14-26. <https://doi.org/10.36362/gumus.641493>

Makale Türü: Araştırma Makalesi/Research Article

ÇALIŞANLARIN TEKNOLOJİK STRES ALGILARININ BİREYSEL İŞ PERFORMANSINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ: DÜZCE İLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bekir KÜÇÜKDURSUN¹

Songül ÖZKAN²

Sena ŞAHİN³

Burhan DOĞAN⁴

Öznur BOZKURT⁵

Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimler hayatın her alanında olduğu gibi iş dünyasında da oldukça etkili olmaya başlamıştır. Günümüzde işletmelerin rekabet ortamında hayatta kalabilmeleri için teknolojik değişimlere hızla uyum sağlamaları önemli bir başarı ölçütü haline gelmiştir. İşletmelerin yaşadığı bu değişim süreci, çalışanlarını da büyük oranda etkilemiştir. Çalışanların yaşanan değişimlere hızla ayak uydurma gereklilikleri, teknoloji kaynaklı strese neden olabilmektedir. Teknolojik stres ise çalışanların performansını etkileyebilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışmanın amacı, teknolojik stresin bireysel iş performansına etkisini incelemektir. Araştırma verileri Düzce’ de tekstil sektöründe çalışan 160 kişiden anket tekniği ile toplanmıştır. SPSS26 programı kullanılarak yapılan analizler neticesinde, araştırmaya katılanların orta derecede teknolojik stres yaşadıkları ve bireysel iş performanslarının da yüksek olduğunu düşündükleri sonucuna erişilmiştir. Çalışanların yaşadığı teknolojik stres ise bireysel iş performansını negatif olarak etkilemektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre de teknolojik stres ve bireysel iş performansı algısı da farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Teknolojik Stres, Teknolojik Belirsizlik, Teknolojik Karmaşıklık, Teknolojik İş Yüğü, Bireysel İş Performansı

EXAMINATION OF THE EFFECT OF TECHNOLOGICAL STRESS PERCEPTIONS OF EMPLOYEES ON INDIVIDUAL WORK PERFORMANCE: A RESEARCH ON DÜZCE PROVINCIAL TEXTILE SECTOR

Abstract

¹ Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, TKY Anabilim Dalı, bekirkucukdursun@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2547-2763

² Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı, ozkantugcesongul@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4585-3894

³ Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, TKY Anabilim Dalı, senaasahinn@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7160-6649

⁴ Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı, burhandogan_1999@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7979-1778

⁵ Doç.Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Düzce, Türkiye, oznurbozkurt@duzce.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8846-1850

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin: Küçükdursun, B., Özkan, S., Şahin, S., Doğan, B. & Bozkurt, Ö. (2022). Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bir Durum Analizi: Düzce Merkez Örneği. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2(1), 17-34.

Changes in information and communication technologies have begun to be quite effective in the business world as well as in all areas of life. Today, it has become an important success criterion for businesses to adapt rapidly to technological changes in order to survive in a competitive environment. This change process experienced by businesses has also greatly affected their employees. The requirements of employees to keep up with the changes experienced can cause technology-induced stress. Technological stress has the potential to affect the performance of employees. The aim of this study is to examine the effect of technological stress on individual job performance. The research data were obtained from 160 people working in the textile sector in Düzce, through questionnaires. As a result of the analyzes made using the SPSS26 program, it was concluded that the participants of the study experienced moderate technological stress and thought that their individual job performance was high. Technological stress experienced by employees negatively affects individual job performance. In addition, the perception of technological stress and individual job performance differs according to the demographic characteristics of the participants.

Keywords: Technological Stress, Technological Uncertainty, Technological Complexity, Technological Workload, Individual Job Performance

1. Giriş

Stres, karşılaşılan yeni bir durumda vücudun verdiği fiziksel ve zihinsel tepkidir. Karşılaşılan bu yeni duruma uyum sağlamak için vücudun gösterdiği tepkilere de stres tepkisi denmektedir (Güçlü, 2001: 92). Stres doğası gereği insanın bulunduğu her ortamda iç ve dış etkenlere bağlı olarak ortaya çıkan bir durumdur (Selye, 1956). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) örgütsel bağlamda stresi, insanların bilgi ve yetenekleriyle eşleşmeyen ve başa çıkma becerilerine meydan okuyan iş taleplerine ve baskılarına verilen tepkilerdir şeklinde açıklamaktadır (Ateş ve Aldawoodı, 2021). Günümüzde stres metabolik, fiziksel, ruhsal birçok hastalığın nedeni olarak gösterilmektedir. Ayrıca stresin örgütlere de olumsuz etkileri vardır. Bunlara örnek olarak; performans düşüklüğü, iş gören devamsızlığı, yüksek personel devir oranı, iş kazaları, işe geç gelme verilebilir (Tekingündüz, vd., 2015). Teknolojik stresin şüphecilik, yorgunluk, uykusuzluk, iş memnuniyetinde azalma, düşük verimlilik, düşük performans, örgütsel bağlılıkta azalma, iletişim sorunu gibi etkileri olduğu düşünüldüğünde iş ve sosyal hayat açısından önemli bir konu olduğu ortaya çıkmaktadır (Akgün, 2019: 43). Günümüzde rekabet koşullarının değişmesi ile birlikte teknoloji, iş süreçlerinde daha fazla yer almaya başlamıştır. Teknolojinin hızla gelişmesi ve değişmesi ile iş görenlerin görev tanımları da değişmekte ve eskiye kıyas ile çok daha fazla iş sorumluluğunu üstlenebilmektedirler. Değişen teknoloji çalışanlarda uyum sağlamaya yönelik endişeleri de beraberinde getirmektedir.

Teknolojik stresle ilgili yapılan çalışmalarda, iş hayatında personel verimliliğini ve örgütsel davranışları olumsuz yönde etkilediğine dair sonuçlar vardır (Hung vd., 2015). Teknolojik stresin, insan sağlığını bozması ve performansını zayıflatmasına yönelik araştırma bulguları da literatürde bulunmaktadır (Pflügner, 2022). Teknolojik stresin kaynağı, teknolojinin gelişmesine paralel ortaya çıkan yeni yaşam tarzı ve ülke ekonomisinde yaşanan teknoloji odaklı değişimlerin insanların hayatlarına yaptığı etkidir (Ateş ve Aldawoodı, 2021) Jos Üniversitesi'nde 144 akademik personel üzerinde yapılan araştırma da teknolojik stresin bireyler üzerinde fiziksel sorunlara neden olduğundan bahsedilmiş, baş ağrısı, bulanık görme gibi etkileri üzerinde durulmuştur (Tagurum vd., 2017). Bozkurt ve Ercan (2017)'in akademisyenler üzerine yaptığı çalışmada ise stres yerine iyimserlik konusu performans ile ilişkili olarak ele alınmış ve iyimser bakış açısına sahip bireylerin performanslarının bu iyimserlikten olumlu olarak etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Özbozkurt (2019)'un teknolojik stresin verimliliğe etkisini araştırdığı çalışmada, teknolojik strese maruz kalan bireylerin daha düşük performans gösterdiği ve verimliliklerinin düştüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Özbozkurt ve

Kırmızısaç (2019), stres faktörlerinin performansa etkisi ile ilgili kuyumculuk sektöründe yaptığı çalışmada, teknolojik etkenlerin teknolojiye uyum sağlayamayanlarda olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığı sonucuna ulaşmıştır. Yener (2018)'in ofis çalışanlarının tükenmişlik algılarının teknostres ve bağlamsal performans arasındaki ilişkide aracı rolünü incelediği çalışmasında, teknostresin iş performansı üzerinde olumsuz bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yener, 2018). Bankacılık sektöründe çalışan 202 kişi ile yapılan çalışmada stresin performans üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ateş ve Aldawoodı, 2021). Suharti ve Susanto (2014) tarafından yapılan çalışmada da artan teknolojik stresin bireysel iş performansını düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Hung vd. (2015) tarafından yapılan ve 836 çalışmanı kapsayan araştırmanın sonucuna göre ise, teknolojik stresin alt boyutlarından biri olan teknolojik iş yükünün çalışanların performanslarını artırıcı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buradan yola çıkarak bu çalışmada tekstil sektörü çalışanlarının yaşadıkları teknolojik stres ve bu stresin bireysel iş performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Teknolojik Stres

Günümüzde her alanda hızlı gelişmeler yaşanmaktadır ve bu gelişmeler bireylerde strese neden olabilmektedir (Tagurum vd., 2017). Yapılan araştırmalar bilgi teknolojilerini stresin nedenlerinden biri olarak kabul etmektedir (Upadhyaya ve Acharya, 2021). Literatürde ilk kez Brod (1984) tarafından “modern bir hastalık” olarak bahsedilmesiyle birlikte teknolojik stres kavramı hayatımıza girmiştir. Teknolojik stres bazı araştırmacılar tarafından dijital stres olarak tanımlanmaktadır. Tarafdar vd. (2007) çalışmalarında bilgi ve bilgisayar teknolojilerinin oluşturmuş olduğu bu stres türüne “Tekno-Stres” adını vermektedir. Teknolojik stres, kişilerin sürekli değişen teknolojiler sonucunda görev çokluğu, bilgi yüklemesi, yeni bir teknolojinin öğrenilmesi gibi konularda yaşadığı sorunlar sonucu ortaya çıkan strestir (Tarafdar vd., 2011). Teknolojik stres, bilgi ve iletişim teknolojilerinde oluşan değişimler sonucu kişilerin yaşadıkları kaygı ve endişe durumudur. Teknolojik stres, teknolojiye uyum yetersizliğidir (Erer, 2021: 81). Teknolojik stres, teknolojilere karşı cehalet, yetersizlik hissi, yeni teknolojiyi öğrenememe endişesi, güncel kalma zorunluluğu, özel hayatın ihlal edileceği korkusu, yeni teknolojiyi anlamamanın kendisini aşan bir şey olduğu düşüncesi neticesinde ortaya çıkan bir durumdur (Baş, vd., 2021: 455).

Teknolojik stres teknolojinin sürekli değişmesi, uygun iş gören eğitimi eksikliği, artan iş yükü, teknolojilerin standardizasyon eksikliği ile donanım ve yazılımın güvenilirliği gibi unsurların tümü veya bir kısmından kaynaklanmaktadır (Özbozkurt, 2019: 61-62). Teknolojik stres ilk olarak teknolojik yüklenme, teknolojik istila, teknolojik karmaşıklık, teknolojik güvensizlik ve teknolojik belirsizlik olmak üzere beş boyutta ele alınmıştır (Tarafdar vd., 2007). Daha sonra Alam (2015) tarafından sadeleştirilerek teknolojik yüklenme, teknolojik karmaşıklık ve teknolojik belirsizlik olmak üzere üç boyut olarak ele alınmıştır (Türen vd., 2015: 5). Bu çalışmada da bu üçlü sınıflama ele alınmıştır.

Teknolojik İş Yükü

Teknolojik iş yükü, örgüt üyelerinin bilgi kapasitesini artırmak amacıyla geliştirilen teknolojilerin çalışanların aşırı yüklenmesine neden olması neticesinde ortaya çıkan strestir. Teknolojiyi yoğun olarak kullanan işletmelerde çalışanların birim zamanda yapacakları işin artması sonucu daha çok performans gerekmekte ve buna bağlı olarak çalışan mental olarak yorulduğu için stres yaşamaktadır. Kapasitesi sınırlı olan çalışanın verilen her yeni görevi yapmaya çalışması sonucu, çalışanın beyni farklı ve karmaşık bilgileri sınıflandırarak yönetmeye çalışır. Bu durum çalışanın mental olarak yıpranmasına sebep olur (Türen vd., 2015:

5-6). Teknolojik iş yükü, kullanıcıları daha fazla ve daha hızlı çalışmaya zorlayan durumlardır (Erer, 2021: 82).

Teknolojik Karmaşıklık

Yeni çıkan teknolojilere ait özelliklerin karmaşık olması nedeniyle çalışanların yaşadığı yetersizlik hissi olarak ifade edilen teknolojik karmaşıklık, güncel donanım ve yazılımların kullanılmasının çalışanlar üzerinde yaptığı baskı olarak tanımlanmaktadır (Erer, 2021: 82). Yeni teknolojilerin öğrenilmesi aylar alabilir, kullanım kılavuzları yeterli ve açıklayıcı olmayabilir. Kişiler öğrenmede güçlük çekerek kendini yetersiz hissedebilir ve sonuç olarak da stres yaşayabilirler (Taraftar vd., 2011). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin karmaşıklığı sonucu, çalışanların bu teknolojilere uyum sağlayacak öz yeterliliğe sahip olduğu konusundaki şüphesi neticesinde ortaya çıkan teknolojik karmaşıklık, bireyin karmaşık teknolojide görev ve sorumluluklarını yerine getirmek için daha fazla çalışma ve öğrenme ihtiyacı duyması, işle daha çok vakit geçirmesine yol açmaktadır (Yener, 2018: 89).

Teknolojik Belirsizlik

Teknolojilerin hızlı değişmesi, çalışanların bu yeni teknolojileri öğrenmesi, sürekli yenileme ve güncellemelere gereksinim duyulması sonucu oluşan belirsizlik ve tedirginliktir (Çoban ve Aydoğdu, 2020: 2446). Yenileme ve güncellemelere ayak uyduramayan, geri kalan çalışanlar tedirginlik ve belirsizlik yaşar (Taraftar vd., 2007). Büyük çoğunlukla yüksek teknolojinin fazla kullanıldığı iş ortamlarında teknolojinin gelişimi dolayısı ile yaşanan hızlı değişim, belirsizliğe önyak olur. Bunun sonucunda çalışanlar yetersizlik, yenilmişlik hatta yeni gelen teknolojileri öğrenip kullanma konusunda çaresizlik hissi yaşayabilmektedir. Teknoloji yoğun ortamların, çalışanlardaki stres seviyesini yükselteceği düşünülmektedir (Türen vd., 2015: 7). Teknolojik stres olarak nitelendirilen bu durum çalışma yaşamında giderek artmakta ve çalışanlar üzerinde oldukça önemli etkilerinin bulunduğu görülmektedir (Erer, 2021: 82).

2.2.Bireysel İş Performansı

Performans, belirlenen koşullara göre bir işin yerine getirilme düzeyi veya iş görenin davranış biçimidir. Performans hem davranışı hem de sonuçları ifade etmektedir (Bingöl, 2019: 386-387). Performans, kişilerin sorumluluklarını yerine getirme aracıdır ve bir derece birimi olarak ifade edilir (George ve Jones, 2012). Çalışanların görev tanımlarına ne kadar uyduklarının göstergesidir (Charles, 2014). Performans, bireylerin yapmak istedikleri iş için sarf ettikleri tüm gayretlerini kapsayan ve nihayetinde de kazanılan başarı seviyesidir (Büte, 2011). Bireysel iş performansı, işletme amaçları için, çalışanların katkıda bulunması durumudur. İşletme hedeflerine yönelik bu katkıyı içeren eylem ve davranışların sonuçlarının ölçülmesini ifade eder (Viswesvaran ve Ones. 2000). Bireysel iş performansı örgütlerde belirlenen amaç ve hedeflere ulaşmak için görevin yürütülmesi ve gerçekleştirilmesi ile ilişkili bir kavramdır. Bireysel iş performansı, çalışanın işini yerine getirmek için harcamış olduğu gayretin karşılığında elde ettiği başarı düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Fındıklı, 2016: 39-40). İş performansı alan yazında genellikle iş memnuniyetinin sonucunda oluşan bir sonuç olarak kabul edilmektedir (Yener, 2018: 93). Bireysel iş performansı, çalışanın, organizasyonun hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunması için yaptığı ve kontrol edebildiği her türlü faaliyet ve davranış şeklinde tanımlanmaktadır (Topcu vd., 2017: 507; Rotundo ve Sackett, 2002). Çalışanlar yapabileceklerine inandıkları iş görevlerini yerine getirirken daha düşük stres yaşayabilirler. Bunun tersine ise görevlerin başarı ile yerine getirilmesi noktasında kendilerini yetersiz hissettiklerinde veya iş koşullarını yönetemeyeceklerine inandıklarında stres yaşayabilirler.

Örgütlerde hedefe ulaşmak için performans önem arz etmektedir. Çalışan verimliliğini yükseltmek işletmelerin temel hedefi olarak ifade edilebilir. İşletmeler terfi, ödüllendirme ve maaş artışlarında çalışanın iş performansını ölçü olarak kullanırlar (İrge ve Şen, 2020: 2560-2561). İşletmelerin rekabet avantajına sahip olması da çalışanlarının bireysel iş performansına bağlıdır (Topcu vd., 2017). İş performansı, hem kişi için hem de işveren için önemlidir. Bireyler görevli oldukları işlerinde yüksek iş performansı gösterdiklerinde kendi başarılarından gurur duyarak motivasyonlarını artırmaktadırlar. Ayrıca işverene karşı olan sorumluluklarını yerine getirdikleri düşüncesi ile vicdani rahatlık da hissetmektedirler (Kargün ve Koç, 2021). Bireysel iş performansı, bireyin kendisiyle aynı seviyedeki diğer çalışanlarla kıyaslandığında, iş ile ilgili tutum ve eylemlerinin etkinlik ve yeterlilik düzeyidir (Kohli, 1985). Bireysel iş performansını etkileyen unsurlarla ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde, etik iklim, örgütsel güven (Altaş ve Kuzu, 2013); mesleki memnuniyetin derecesi, mesleğe bağlılık (Günlük vd., 2017); girişimci davranış, yenilikçi davranış (Çalışkan ve Akkoç, 2012) gibi birçok farklı etkenin bireysel iş performansı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Topcu vd., 2017). Kişilik özelliklerinin de çalışanların bireysel iş performansına etkisinin bulunduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (Yelboğa, 2006).

Teknolojinin hızla gelişimi ile örgütlerin bu gelişime ayak uydurma ihtiyacı doğmuştur. Çalışanların teknolojinin bu gelişimi sonrasında sergilediği davranış olan teknolojik stresin bireysel iş performansına etkisine yönelik Tarafdar vd. (2015)'nin yaptığı çalışmada, internet satışı yapan çalışanların teknolojik streslerinin bireysel iş performansını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yener (2018)' in ofis çalışanları üzerinde yaptığı çalışma, bu çalışmayı destekler nitelikte sonuçlara ulaşmıştır. Özbozkurt ve Kırmızısaç (2019)'ın stresin iş performansı üzerindeki etkisine dair kuyumculuk sektöründe yaptıkları çalışmada, teknolojiye adapte olan kuyumcularda stresin olumlu etkileri gözlenirken, adapte olamayan kuyumcularda ise olumsuz şekilde etkilerinin meydana geldiği görülmüştür. Teknolojinin ilerlemesi ile işletmeler ürün kalitesini arttırmak, maliyetleri azaltmak, üretim hatalarını azaltmak ve iş performansını arttırmak amacıyla yeni teknolojileri kullanmaya başlamışlardır. Yeni teknolojiler ise bazı çalışanların performansını olumlu olarak etkilerken, teknolojiye uyum yeteneği olmayan veya bu konuda kaygı duyan çalışanların ise performansları düşecektir.

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Teknolojik değişimler endüstrileri değişime yöneltmekte ve bunun sonucu olarak değişen endüstri yapısı da iş süreçlerini dönüştürmektedir. İşletmelerin teknoloji karşısında kayıtsız kalması ise mümkün olmamakta ve üretim süreçlerinden yönetim süreçlerine kadar pek çok konuda değişimi başlatmakta ve sürdürmektedirler. Teknolojik değişimler onlara uyum sağlayan örgütler için başarının kapısını aralarken, buna uygun dönüşümleri sağlayamayanlar için ise rekabette ayakta kalmalarını güçleştirmektedir. İşletmelerin başarılarında en belirleyici faktör olan çalışanların da bu teknolojik değişimlerden etkilenmesi söz konusudur. Bu noktada teknoloji çalışanlar içinde olumlu ve olumsuz sonuçları doğurabilmektedir. Yetenekli ve değişim süreçlerine uyumu sağlayabilen ve kendini bu değişim fırsatlarından yararlanmak için motive eden çalışanlar teknolojinin ortaya çıkardığı stresi daha kolay yönetebileceklerdir. Yeni dönem iş koşulları öğrenen ve kendi gelişim sorumluluğu üstlenen yeteneklere ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple teknolojik stresi yönetmek ve en aza indirmek oldukça önemlidir; çünkü bu stres çalışanların iş süreçlerinde sorun yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu sebeple çalışanların yaşadığı teknolojik stresin ölçülmesi ve yönetilmesi için özel çalışmaların yapılması gerekmektedir. Yaşanan teknolojik stres hem iş performansına etki edecek hem de değişimler önünde engel oluşturacaktır.

Buradan yola çıkarak bu çalışmada üretim hatlarında teknolojik değişimlerin oldukça sık yaşandığı ve de personel devir oranının diğer sektörlere oranla daha yüksek olduğu tekstil sektörü çalışanlarının teknolojik stres seviyeleri ve bireysel iş performanslarına yönelik algıları birbiri ile ilişkili olarak ele alınıp incelenmiştir. Teknolojik stresin bireysel iş performansını olumsuz olarak etkileyeceği varsayımına dayalı olarak yürütülen bu çalışmada ayrıca demografik özellikler açısından katılımcıların teknolojik stres seviyeleri ve bireysel iş performansı algılarının farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Araştırmanın Hipotezleri

H1. Araştırmaya katılanların teknolojik stres algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir.

H1a. Araştırmaya katılanların teknolojik iş yükü algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir.

H1b. Araştırmaya katılanların teknolojik karmaşıklık algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir.

H1c. Araştırmaya katılanların teknolojik belirsizlik algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir.

H2. Araştırmaya katılanların teknolojik stres algıları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H3. Araştırmaya katılanların bireysel iş performansı algıları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

4. Yöntem

4.1.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel verilere dayalı olarak tasarlanmıştır ve birincil veriler yüz yüze anketlerle toplanmıştır. Düzce ilinde tekstil sektöründe çalışan 160 kişiden elde edilen veriler ile analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni belirsiz evrendir; çünkü personel devir oranının yüksek olduğu bir sektördür ve bu sebeple kayıtlı çalışan sayılarına net olarak erişmek mümkün değildir. Bu belirsiz evrenden 175 anket toplanmış; ancak eksik ve yanlış doldurulan 15 anket analiz dışında bırakılmıştır. Verilerin analizinde SPSS26 paket programı kullanılmıştır. Elde edilen bulguların genellenebilmesine yetecek kadar anket toplanmadığı için bulgular sadece örneklem özelinde değerlendirilmiştir. Örneklem yöntemi olarak evrende yer alan her bireyin eşit şekilde örneklem içinde yer almasını sağlayan ve ankete cevap vermeyi kabul eden herkesin örneklem içinde yer almasına olanak veren kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır.

4.2.Veri Toplama Araçları

Teknolojik stres seviyesini ölçmek için Tarafdar vd., (2007) tarafından geliştirilen ve Alam (2015) tarafından 14 madde ve üç boyut (teknolojik iş yükü, teknolojik karmaşıklık, teknolojik belirsizlik) olarak sadeleştirilen beşli likert tipindeki teknostres ölçeği kullanılmıştır. Her iki çalışmada da ölçek ve alt boyutlarına ait güvenilirlik katsayılarının, %80'den büyük olduğu ifade edilmiştir. Türen vd. (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlama, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan ölçeğin güvenilirlik katsayıları; tekno iş yükü, %90, tekno belirsizlik, %88 ve tekno karmaşıklık, %81'dir. Bu çalışmada Türen'in Türkçeye uyarladığı ölçek kullanılmıştır.

Çalışanların iş performansının ölçülmesinde, ilk olarak Kirkman ve Rosen (1999)'in geliştirdiği ve daha sonra ise Sigler ve Pearson (2000) tarafından son şekli verilen iş performansı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 5'li likert şeklinde, tek boyutlu ve 4 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin güvenirlik katsayısı her iki çalışmada da %70'in üstündedir. Çöl(2008) tarafından Türkçeye uyarlama, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan ölçeğin güvenirlik katsayısı %82 olarak ifade edilmiştir. Türkçe uyarlaması yapılan bu ölçek ise araştırmada kullanılmıştır.

5. Bulgular

Tablo 1. Demografik Özellikler

Değişken		Yüzde	Frekans
Cinsiyet	Kadın	72	114
	Erkek	28	46
Yaş	18-25	26,3	42
	26-33	30	48
	34-41	34,4	55
	42 ve üstü	9,3	15
Medeni Durum	Evli	60,6	97
	Bekar	39,4	63
Eğitim Durumu	İlkokul/Ortaokul	41,9	67
	Lise	45,6	73
	Üniversite	9,4	15
	Resmi Eğitim Almayan	3,1	5
Çalışma Süresi	1 yıldan az	26,3	42
	1-5 yıl	68,1	109
	6 yıl ve üzeri	5,6	9

Tablo 1'de araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve kurumda çalıştığı süre gösterilmiştir. Çalışmaya katılanların %72'si kadındır. Medeni duruma bakıldığında katılımcıların %60,6'sı evlidir. Katılımcıların %41,9'u ilkokul/ortaokul, %45,6'sı lise, %9,4'ü üniversite mezunudur ve %3,1'i resmi eğitim almamıştır. Araştırmaya katılanların %26,3'ü 1 yıldan az, %68,1'i 1-5 yıl arası, %5,6'sı ise 6 yıl ve üzeri süredir kurumda çalışmaktadır.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Ortalama	St. Sapma	Güvenilirlik	Basıklık	Çarpıklık
Teknolojik stres	2,96	,947	,894	0,831	0,395
Teknolojik iş yükü	2,99	1,276	,922	1,208	-0,035
Teknolojik belirsizlik	2,89	1,233	,880	1,044	0,058
Teknolojik karmaşıklık	2,98	1,162	,845	1,150	0,151
Bireysel iş performansı	4,11	,845	,794	1,806	-1,330

Tablo 2’de araştırmaya katılanların değişkenlere yönelik genel algıları, ölçeğin güvenilirlik değerleri ve veri setine ait normallik testi sonuçları yer almaktadır. Araştırmaya katılanların orta derecede teknolojik stres yaşadıkları (ort: 2,96), bireysel iş performanslarını ise yüksek olarak değerlendirdikleri (ort: 4,11) görülmektedir. Teknolojik stresi oluşturan alt boyutlara bakıldığında, teknolojik iş yükü, teknolojik belirsizlik ve teknolojik karmaşıklık algılarının da orta dereceli olduğu görülmüştür. Ölçeğe ait güvenilirlik sonuçları değerlendirildiğinde, literatür de kabul gören sınırlar içinde yer aldığı görülmektedir. Teknolojik stres, %89 ve bireysel iş performansı, %79 güvenilirlik değerine sahiptir. Hair vd., (2006)’ye göre bir ölçeğin güvenilirliğinin “iyi” olarak değerlendirilebilmesi için güvenilirliğinin %70 ve üzerinde olması gerekmektedir. George ve Mallery (2010)’a göre veri setinin normal dağılım sergilemesi için basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında değer alması gerekmektedir. Bu çalışmada doğru analizleri kullanabilmek için normal dağılıma uygunluk testleri yapılmıştır ve veri setinin normal dağılım sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Değişkenler Arası İlişki Tablosu

Bireysel İş Performansı

Teknolojik Stres	r	-,275**
	p	,000
Teknolojik İş Yükü	r	-,127
	p	,110
Teknolojik Belirsizlik	r	-,243**
	p	,002
Teknolojik Karmaşıklık	r	-,282**
	p	,000

** . Korelasyon anlamlılığı 0.01

Tablo 3’te verilen doğrusal korelasyon analizi sonucuna göre, teknolojik stres ile bireysel iş performansı arasında düşük dereceli, negatif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır ($p=,000$). Teknolojik stresin alt boyutları olan teknolojik belirsizlik ve teknolojik karmaşıklık ile bireysel iş performansı arasında da düşük dereceli, negatif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuca göre, teknolojik stresin artması performansı düşürürken azalması da artırmaktadır.

Tablo 4. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansı Arasındaki Regresyon

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		t	F	df	Sig.
	B	Std. Hata	Beta					
1 (Sabit)					-3,593	12,912	1	,000
Teknolojik stres	-,245	,068	-,275					

a. Bağımlı değişken: Bireysel iş performansı; R kare: ,076; Durbinwatson:1.885

Tablo 4’teki regresyon analizi sonucuna göre, teknolojik stresin bireysel iş performansındaki değişimleri açıklaması ile ilgili model anlamlıdır (0,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.070’tir. Beta değerine bakıldığında bireysel iş performansındaki %27’lik bir düşüşün teknolojik strese bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Durbin Watson değerinin 1,885 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Öztürk (2006); Tabachnick ve Fidell (2001)’e göre iki değişken arasında

otokorelasyon olmaması için Durbinwatson katsayısı, 1,5-2,5 aralığında olmalıdır. Bu sonuca göre, H1 “Araştırmaya katılanların teknolojik stres algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 2. Teknolojik İş Yükü ve Bireysel İş Performansı Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		t	F	df	Sig.
	B	Std.Hata	Beta					
1 (Sabit)					-1,609	2,588	1	,110
Teknolojik iş yükü	-0,084	,052	-,127					

a. Bağımlı değişken: Bireysel iş performansı; R kare: ,010 Durbinwatson:1.653

Tablo 5’ teki regresyon analizi sonucuna göre teknolojik iş yükünün, bireysel iş performansındaki değişimleri açıklaması ile ilgili modelin anlamlı olmadığı (0,110) görülmüştür. Teknolojik iş yükündeki değişimlerin bireysel iş performansı üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Bu sonuca göre, H1a “Araştırmaya katılanların teknolojik iş yükü algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3. Teknolojik Belirsizlik ve Bireysel İş Performansı Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		t	F	df	Sig.
	B	Std.Hata	Beta					
1 (Sabit)					-3,152	9,932	1	,002
Teknolojik belirsizlik	-,167	,053	-,243					

a. Bağımlı değişken: Bireysel iş performansı; R kare: ,053 Durbinwatson:1.869

Tablo 6’da ki regresyon analizi sonucuna göre teknolojik karmaşıklığın bireysel iş performansındaki değişimleri açıklaması ile ilgili model anlamlıdır (0,002). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.053’tür. Beta değerine bakıldığında bireysel iş performansındaki %24’lük bir düşüşün teknolojik stresin alt boyutlarından birisi olan teknolojik belirsizliğe bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu iki değişken arasında otokorelasyon olmadığı da görülmüştür. Durbinwatson katsayısı 1.869’dur. Bu sonuca göre, H1b “Araştırmaya katılanların teknolojik karmaşıklık algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Teknolojik Karmaşıklık ve Bireysel İş Performansı Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	Sig.
	B	Std.Hata	Beta				
1 (Sabit)				-3,688	13,600	1	,000
Teknolojik karmaşıklık	-,205	,056	-,282				

a. Bağımlı değişken: Bireysel iş performansı R kare: ,073 Durbinwatson:1.819

Tablo 7’de yer alan regresyon analizi sonucuna göre teknolojik karmaşıklığın bireysel iş performansındaki değişimleri açıklaması ile ilgili model anlamlıdır (0,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.073’tür. Beta değerine bakıldığında bireysel iş performansındaki %28’lik bir düşüşün teknolojik stresin alt boyutlarından birisi olan teknolojik karmaşıklığa bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu iki değişken arasında otokorelasyon olmadığı da görülmüştür. Durbinwatson, 1.819’dur. Bu sonuca göre, H1c “Araştırmaya katılanların teknolojik belirsizlik algıları onların bireysel iş performanslarını negatif olarak etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansının Cinsiyet Açısından Farklılığı

Değişken (Cinsiyet)	Ortalama		F	T	df	Sig.	
	Kadın	Erkek					
Teknolojik Stres	2,97	2,93	1,217	,260	73,934	,796	
Teknolojik İş Yükü	3,12	2,67	,199	2,051	83,797	0,043	
Teknolojik Belirsizlik	2,85	3,01	1,256	-,723	74,867	,472	
Teknolojik Karmaşıklık	2,92	3,11	0,003	-,919	78,502	,361	
Bireysel Performansı	İş	4,23	3,83	9,921	2,400	62,874	,019

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının cinsiyet açısından farklılığını test etmek için yapılan T-Testi analizine göre teknolojik stresin alt boyutu olan teknolojik iş yükü değişkeni (p=0,043) ve bireysel iş performansı (p=0,019) hariç diğer değişkenlerin cinsiyet açısından anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların teknolojik iş yükü algıları ve bireysel iş performansı algıları erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 9. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansının Medeni Durum Açısından Farklılığı

Değişken (Cinsiyet)	Ortalama		F	T	df	Sig.	
	Evli	Bekâr					
Teknolojik Stres	3,01	2,88	,039	,872	129,472	,385	
Teknolojik İş Yükü	İş	3,13	2,78	,346	1,670	127,354	,097

Teknolojik Belirsizlik	2,86	2,94	,602	-,420	134,934	,675
Teknolojik Karmaşıklık	3,01	2,92	,128	,509	127,746	,612
Bireysel İş Performansı	4,18	4,02	1,191	1,100	121,378	,274

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının medeni durum açısından farklılığını test etmek için yapılan T-Testi analizi sonucuna göre teknolojik stres ve bireysel iş performansı medeni durum açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 10. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansının Yaş Açısından Farklılığı

		df	F	Sig.
Teknolojik Stres	Gruplar Arası	3	1,472	,224
	Grup İçi	156		
	Toplam	159		
Teknolojik İş Yükü	Gruplar Arası	3	1,417	,240
	Grup İçi	156		
	Toplam	159		
Teknolojik Belirsizlik	Gruplar Arası	3	1,510	,214
	Grup İçi	156		
	Toplam	159		
Teknolojik Karmaşıklık	Gruplar Arası	3	1,252	,293
	Grup İçi	156		
	Toplam	159		
Bireysel İş Performansı	Gruplar Arası	3	2,039	,111
	Grup İçi	156		
	Toplam	159		

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının yaş açısından farklılığını test etmek için yapılan Anova testinin sonucuna göre teknolojik stres ve bireysel iş performansı araştırmaya katılan bireylerin yaşı açısından istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 11. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansının Çalışma Süresi Açısından Farklılığı

		df	F	Sig.
Teknolojik Stres	Gruplar Arası	2	,009	,991
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Teknolojik İş Yükü	Gruplar Arası	2	,725	,486
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Teknolojik Belirsizlik	Gruplar Arası	2	1,906	,152
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		

Teknolojik Karmaşıklık	Gruplar Arası	2	,024	,977
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Bireysel İş Performansı	Gruplar Arası	2	1,968	,143
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının çalışma süresi açısından farklılığını test etmek için yapılan Anova testinin sonucuna göre teknolojik stres ve bireysel iş performansı araştırmaya katılan bireylerin çalışma süresi açısından istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 12. Teknolojik Stres ve Bireysel İş Performansının Eğitim Durumu Açısından Farklılığı

		df	F	Sig.
Teknolojik Stres	Gruplar Arası	2	1,019	,363
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Teknolojik İş Yükü	Gruplar Arası	2	,837	,435
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Teknolojik Belirsizlik	Gruplar Arası	2	2,013	,137
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Teknolojik Karmaşıklık	Gruplar Arası	2	2,701	,070
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		
Bireysel İş Performansı	Gruplar Arası	2	1,886	,155
	Grup İçi	157		
	Toplam	159		

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının eğitim durumu açısından farklılığını test etmek için yapılan Anova testinin sonucuna göre teknolojik stres ve bireysel iş performansı araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumu açısından istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır ($p>0,05$).

Teknolojik stres ve bireysel iş performansının demografik özellikler açısından bir farklılığının olup olmadığını test etmek için yapılan t- testi ve anova testi sonucuna göre H2 “Araştırmaya katılanların teknolojik stres algıları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır” ve H3 “Araştırmaya katılanların bireysel iş performansı algıları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır” hipotezleri kısmen kabul edilmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde teknolojik değişimlerin etkileri birçok sektörde gözlenmektedir. Bu değişimlerin başarılı olarak uygulanması ve sürekliliğinin sağlanması ise çalışanların teknolojiye yönelik yaklaşımları ile doğrudan ilişkilidir. Teknolojinin kabulünde ve uyum sorunlarının en aza indirilmesinde ise teknolojinin çalışan üzerinde oluşturduğu stresin etkilerinin ölçülmesi oldukça önemlidir. Çalışanın teknolojik değişimlere karşı direnç göstermesi ve teknoloji kaynaklı stres yaşamaması iş performansını da etkileyecek bir güce sahiptir. Çalışanların performansının düşmesi doğrudan işletme karlarına etki etmektedir. Bu

sebeplerdir ki teknolojiye karşı çıkma yeniliklere kapalı olma gibi durumların yaşanmasına sebebiyet verecek teknolojik stresin önlenmesi gerekir. Teknolojik stres aynı zamanda çalışanların işe karşı olan bağlılıklarını ve verimliliklerini de etkileyebilecek bir kavramdır. Bu sebeple performansı düşürme yönünde olumsuz etkileri vardır. Teknolojik stresin çalışan üzerine oluşturacağı olumsuz etkiler arasında yer alan bireysel iş performansı düşüklüğü bu çalışmada ele alınan temel konu olmuştur. Tekstil sektöründe çalışanlar özelinde ele alınan konunun genelleme yapmak gibi bir amacı bulunmamaktadır. Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir.

Araştırmaya katılanların teknolojik stres algıları orta derecedir. Teknolojik stresi oluşturan alt boyutlarında, teknolojik iş yükü, teknolojik belirsizlik ve teknolojik karmaşıklık algılarının da orta dereceli olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların bireysel iş performansı algılarının ise yüksek olduğu görülmüştür. Düzce ilinde tekstil sektöründe çalışan ve örneklem içinde yer alan bireylerin teknolojik stres yaşama eğilimleri yüksek değildir ve kendi bakış açıları ile de yüksek performans gösterdiklerini düşünmektedirler. Tekstil sektöründe üretim hattında kullanılan teknoloji ve buna bağlı olarak iş yapış biçimleri değişmektedir. Hızlı değişen tüketici taleplerinin olduğu bu sektör birbirinden eşsiz ürün ortaya çıkarma odaklı çalışmaktadır. Bu kapsamda, özellikle vasıf gücü düşük çalışan ağırlıklı bir sektör olması nedeni ile de orta dereceli bir teknolojik stres yaşama durumu normal karşılanabilecek bir sonuçtur.

Teknolojik stresin bireysel iş performansı üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonucuna göre teknolojik stres bireysel iş performansını negatif olarak etkilemektedir. Teknolojik stresin alt boyutlarının bireysel iş performansı üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonucuna göre; teknolojik iş yükünün bireysel iş performansını etkilemediği, teknolojik belirsizlik ve teknolojik karmaşıklığın bireysel iş performansını negatif olarak etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu durum teknolojik değişimlerdeki belirsizlik ve karmaşıklığın performansı düşürdüğünü göstermektedir. Ezer (2021)'in yaptığı çalışmada da teknolojik stresin iş performansını düşürdüğü sonucuna ulaşmıştır. Kestane ve Özbek (2021)'in yaptığı çalışmada teknolojik stresin iş performansını düşürdüğü; fakat iş yükü ve iş kalitesini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Bozkurt, Meriç ve Bozkurt (2017) tarafından yapılan çalışmada deneyime açık olan bireylerin yeniliklere karşı olumlu yaklaşım sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Teknolojik değişimler karşısında stres yaşayan bireylerin yenilikçi uygulamalara yönelik eğilimlerinin düşük olması ve alışılmışı sürdürme eğilimlerinin stresi tetikleme potansiyeli olduğu bu çalışmalarda da vurgulanmaktadır.

Araştırmada teknolojik stres ve bireysel iş performansı algılarının demografik özelliklere göre farklılaştığı bulgusu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların teknolojik iş yükü ve bireysel iş performansı algıları erkeklerden daha yüksek çıkmıştır. Bu durum kadınların teknolojik değişimlere uyum sağlamak için daha çok çaba göstermesi gerektiğini ve bu kapsamda işletme içinde de daha çok desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Tekstil sektörü kadın çalışanların yoğun olarak görev aldığı bir sektördür. Kadınların ailevi sorumlulukları zaman zaman iş ve aile arasındaki çatışmaların yaşanmasına kaynaklık edebilmektedir. Kadınların iş dışındaki yaşam alanlarında var olan ve toplumsal değerler çerçevesinde kendisine yüklenen rolleri de kadınların olaylara olan tepkileri etkileyerek yaşayacakları stresi artırabilmektedir. Çalışma saatleri dışında fiziksel ve ruhsal olarak erkeklere kıyas ile daha fazla yorulan kadınların, teknolojik değişimlere uyum sağlamak için de daha fazla çaba harcamaları gerektiğinde stres seviyeleri artabilmektedir. Türen vd. (2015)'in yaptığı çalışmada teknolojik belirsizlik algısının kadınlarda daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özbozkurt (2019)'un yaptığı çalışmada teknolojik stres algısı ve verimlilik algısının cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılanların teknolojik stres ve bireysel iş performansı algıları medeni durum açısından farklılaşmamaktadır. Çoban ve Aydoğdu (2020)'nin yaptığı çalışmada teknostres algısının medeni durum açısından anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Aktaş ve Gürkan (2015)'in yaptığı çalışmada ise bireysel iş performansı algısının medeni durum açısından anlamlı şekilde farklılık gösterdiği ve evli olanların bireysel performans algısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Teknostres ve bireysel iş performansı algıları yaş açısından farklılık göstermemektedir. Özbozkurt (2019)'un yaptığı çalışmada teknostresin yaş açısından farklılık gösterdiği ve 20-35 yaş aralığındaki katılımcıların teknostres algısının diğerlerinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada verimlilik algısının yaş açısından farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Teknostres ve bireysel iş performansı algıları eğitim durumu açısından farklılık göstermemektedir. Çoban ve Aydoğdu (2020)'nin yaptığı çalışmada teknostres algısının eğitim durumu açısından farklılaştığı ve lise mezunu olanların diğer eğitim durumuna sahip olanlara göre daha düşük teknostres yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Teknostres ve bireysel iş performansı algıları çalışma süresi açısından farklılık göstermemektedir. Kopuz ve Aydın (2020)'in yaptığı çalışmada teknostres algılarının çalışma süresi açısından anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Özbozkurt (2019)'un yaptığı çalışmada verimlilik algısının çalışma süresi açısından farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak teknolojik değişimlere uyum sağlanması hem çalışanların hem de işletmelerin performansının artırılması noktasında, teknolojik stresin yönetilmesine önem verilmesi gerekmektedir. Teknolojik stresin çalışanlar ve işletmeler için olumsuz etkileri dikkate alındığında; teknolojik stresin önlenmesi için çalışanlara ve işletmelere birtakım öneriler sunulabilir. Çalışanlar teknolojik değişimlere karşı direnç gösteren değil bu değişimlere karşı istekli olan tarafta yer almalıdır. İşletmeler de teknolojik değişimlerin nedenlerini ve gerekçelerini çalışanlara doğru bir şekilde anlatarak, çalışanların değişimlere istekli ve gönüllü olmasını sağlamalıdır. Çalışanlar öğrenme ve bilgi edinmeye açık olmalıdır. İşletmeler çalışanların teknolojik stres seviyelerini en aza indirmek için, yeni kullanılacak teknolojilere özel eğitim programı hazırlamalıdır. İşletmeler, yeni kullanılan teknolojilerde çalışanlar tarafından yapılacak olası hatalarda hoşgörü göstermelidir. Teknolojik değişimlere birdenbire ve hızlı bir şekilde geçilmemeli, bir geçiş programı hazırlanmalıdır. Çalışanlara sürekli teknik destek sağlanmalıdır. Teknolojik stresin olumsuz etkilerini önlemek için çalışanlar stres yönetimi yapabilecek beceriler kazanmanın yollarını aramalıdır. Bu kapsamda yöneticiler de çalışanları destekleyici eğitim programları düzenlemelidir.

Bu çalışmanın tekstil sektöründe yapılması bir kısıt olarak görülebilir. Bu kapsamda kamu ve farklı özel sektörlerde çalışma yapılması araştırma sonuçlarının genelleştirilmesine katkı sağlayacaktır. Alan araştırması yapıldığında teknolojik stresin performans ile ilişkisini içeren çalışmaların sayıca az olması engel olarak görülebilir. Karşılaştırmalı değerlendirmeler yapılması ve sonuçların genelleştirilmesine katkı sağlanması adına araştırmacılara özellikle teknolojik stres ve performans ilişkisini temel alan araştırmalara ağırlık vererek, bu çalışmaya benzer çalışmaların, farklı değişkenleri de göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Akgün, F. (2019). Öğretim Elemanlarının Bilgi ve İletişim Teknolojilerine Yönelik Kabulleri ve Teknostres Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları*, 9(2), 40-66. doi:10.22521/jesr.2019.92.1
- Aktaş, H. ve Gürkan, G. Ç. (2015). İş-Aile ve Aile-İş Çatışması ile Bireysel Performans Etkileşiminde Meslekî Bağlılığın Aracı Rolü: Hemşireler Üzerinde Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi*, 16(2), 139-154. doi: 10.31671/doğuş.2018.66
- Alam, M. A. (2015). Techno-Stress and Productivity: Survey Evidence From The Aviation Industry. *Journal Of Air Transport Management*, 50, 62-70. doi: 10.1016/j.jairtraman.2015.10.003
- Altaş, S. ve Kuzu, A. (2013). Örgütsel Etik, Örgütsel Güven ve Bireysel İş Performansı Arasındaki İlişki: Okul Öncesi Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar*, 1(2), 29-41. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejoir/issue/5375/72944>
- Baş, M., Balaman, F. ve Balcı, S. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Teknoloji Destekli Öğrenme Ortamında Teknostres Düzeyleri Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik-Güvenirlilik Çalışması. *Ekev Akademi*, 87, 451-470. <http://www.ekevakademi.org/>
- Bingöl, D. (2019). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Bozkurt, Ö. ve Ercan, A. (2017). Akademik İyimserlik İle Performans Arasındaki İlişkinin Akademisyenler Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 251-263. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijmeh/issue/54601/744463>
- Bozkurt, Ö. , Meriç, S. ve Bozkurt, İ. (2017). Kişilik Özelliklerinin Yenilikçilik Eğilimi Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Kamuda Çalışan Yöneticiler Üzerinde Bir Araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 58-70. <https://dergipark.org.tr/en/pub/dusbed/issue/30510/330145>
- Brod, C. (1984). *Technostress: The Human Cost Of The Computer Revolution*. Addison Wesley Publishing Company.
- Büte, M. (2011). Etik İklim, Örgütsel Güven ve Bireysel Performans Arasındaki İlişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler*, 25(1), 171-192. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2697/35633>
- Charles, P. A. (2014). Ict Competence And Lecturers Job Efficacy In Universities In Cross River State, Nigeria. *International Journal Of Humanities And Social Science*, 4(10): 259-266.
- Çalışkan, A. ve Akkoç, İ. (2012). Girişimci ve Yenilikçi Davranışın İş Performansına Etkisinde Çevresel Belirsizliğin Rolü. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler*, 9(1), 1-28. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cagsbd/issue/44620/554286>
- Çoban, R. ve Aydoğdu, T. (2020). Havacılık Sektöründe Zaman Baskısının Teknostrese Etkisi: Uçak Bakım Teknisyenleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları*, 12(3), 2242-2460. doi: 10.20491/İsarder.2020.985
- Çöl, G. (2008). Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri. *Doğuş Üniversitesi*, 9, 35-46. <https://dergipark.org.tr/en/pub/doujournal/issue/66658/1042932>

- Erer, B. (2021). Teknolojinin Karanlık Yüzü: Teknostres. *Management And Political Sciences Review*, 3(1), 80-90. <https://dergipark.org.tr/pub/mpsr/issue/63017/933676>
- Fındıklı, M. A. (2016). Sanal Kaytarma ve İş Performansı İlişkisi: Sağlık Ve Tekstil Sektörü Çalışanlarının Karşılaştırılması. *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 9(1), 32-62. http://193.140.245.211/bitstream/11452/7279/1/9_1_2.pdf
- George, J.M. & Jones, G.R. (2012). *Understanding And Managing Organizational Behavior*, Sixth Edition, New Jersey, Pearson Education Inc.
- George, D. & Mallery, M. (2010). *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference*, 17.0 Update (10a Ed.) Boston: Pearson
- Güçlü, N. (2001). Stres Yönetimi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi*, 21(1), 91-109. <https://dergipark.org.tr/pub/gefad/issue/6769/91096>
- Günlük, M., Özer, G.ve Özcan, M. (2017). Meslek Memnuniyeti ve Bireysel İş Performansı İlişkisinde Mesleki Bağlılığın Ara Değişken Etkisi: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerinde Bir Çalışma. *International Review Of Economics And Management*, 5(4), 1-22. doi: 10.18825/iremjournal.335535
- Hair, J. F. Black, W.Anderson, R. Babin, B. R. & Tahtam, R. L. (2006). *Multivariate data Analysis With Readings*, London: Mcmillanbookcompany
- Hung, W., Chen, K., & Lin, C. (2015). Telematics And Informatics Does The Proactive Personality Mitigate The Adverse Effect Of Technostress On Productivity İn The Mobile Environment. *Telematics And Informatics*, 32(1), 143-157. doi: 10.1016/J.Tele.2014.06.002
- İrge, T.N., Şen, E. (2020). Çalışanların Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumlarının ve İş Girişimcilik Özelliklerinin Bireysel İş Performanslarına Etkisi. *İşletme Araştırmaları*, 12 (3), 2556-2579. doi: 10.20491/İsarder.2020.993
- Kirkman, B. L., Rosen, B. (1999). Beyond Self-Management: Antecedents And Consequences Of Team Empowerment. *Academy Of Management Journal*, 42(1), 58-74. doi: 10.2307/256874
- Kargün, S. ve Koç, H. (2021). İşgörenlerin Motivasyon Düzeylerinin Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir İnceleme, *İşletme Araştırmaları*, 13 (4), 3786-3800. doi: 10.20491/isarder.2021.1356
- Kestane, A. ve Özbek, A. (2021). Teknostresin Muhasebe Meslek Mensuplarının Bireysel İş Performanslarına Etkisi: Kütahya İlinde Araştırma. *Muhasebe ve Finansman*, 2021 Özel Sayı, 333-350. doi: 10.25095/Mufad.933974
- Kohli, A. K. (1985). Some Unexplored Supervisory Behaviors And Their Influence On Salespeople's Role Clarity, Specific Self-Esteem, Job Satisfaction, And Motivation. *Journal Of Marketing Research*, 22(4), 424-433. Doi: 10.2307/3151587
- Kopuz, K. ve Aydın, G. (2020). Sağlık Çalışanlarında Teknostres: Bir Özel Hastane Örneği. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları*, 2(3), 249-264. doi: 10.38009/Ekimad.780928
- Özbozkurt, O.B. (2019). Teknostres ve Verimlilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal ve Beşeri Bilimler*, 61-73.
- Özbozkurt, O. B. ve Kırmızısaç, E. (2019). Stres Oluşturan Etmenlerin İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Mersin İlinde Kuyumculuk Sektörü Yöneticileri Üzerine, *Journal Of Yaşar University*, 14(55), 288-298 doi: 10.19168/jyasar.553388.

- Öztürk, E. (2006). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli. Şeref Kalaycı (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri İçinde* (259-269). Ankara: Asil
- Pflügner, K. (2022). Technostress Management At The Workplace: A Systematic Literature Review. *Wirtschaftsinformatik 2022*, <https://aisel.aisnet.org/wi2022>
- Rotundo, M., Sackett, P. R. (2002). The Relative Importance Of Task, Citizenship, And Counterproductive Performance To Global Ratings Of Job Performance: A Policy-Capturing Approach. *Journal Of Applied Psychology*, 87(1), 66–80. doi:10.1037/0021-9010.87.1.66
- Selye, H. (1956). *The Stress Of Life*. New York: Mcgraw-Hill.
- Sigler, T.H., Pearson, C.M. (2000), Creating An Empowering Culture: Examining The Relationship Between Organizational Culture And Perceptions Of Empowerment, *Journal Of Quality Management*, 5, 27–52. doi:10.1016/S1084-8568(00)00011-0
- Suharti, L., Susanto, A.A. (2014). The İmpact Of Workload And Technology Competence On Technostress And Performance Of Employees. *Indian Journal Of Commerce And Management Studies, Educational Research Multimedia & Publications*, 5(2), 01-07 <https://ijcms.in/index.php/ijcms/article/view/403>
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (4th Ed.). Boston: Allyn&Bacon.
- Tagurum, Y. O., Okonoda, K. M., Miner, C. A., Bello, D. A. & Tagurum, D. J. (2017). Effect Of Technostress On Job Performance And Coping Strategies Among Academic Staff Of A Tertiary Institution In North-Central Nigeria. *International Journal Of Biomedical Research*, 8(6), (312-319). doi: <https://doi.org/10.7439/İjbr>
- Tarafdar, M., Pullins, E. B. & Ragu-Nathan, T. S. (2015). Technostress: Negative Effect On Performance And Possible Mitigations. *Information Systems Journal*, 25(2), 103-132. doi: 10.1111/isj.12042
- Tarafdar, M., Pullins, E. & Ragu-Nathan, T. S. (2011). Examining Impacts Of Technostress On The Professional Salesperson's Performance. *AMCIS 2011 Proceedings*, doi:10.1080/08853134.2013.870184
- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B. S. & Ragu-Nathan, T. S. (2007). The Impact Of Technostress On Role Stress And Productivity. *Journal Of Management Information Systems*, 24(1), 301-328. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240109>
- Tekingündüz, S., Top, M. ve Seçkin, M. (2015). İş Tatmini, Performans, İş Stresi ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Hastane Örneği. *Verimlilik*, 4, 39-64. <https://dergipark.org.tr/en/pub/verimlilik/issue/21773/234017>
- Topcu, M. K., Beğenirbaş, M. ve Turgut, E. (2017). Örgütsel Sinizm, Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve İş Tatmininin Bireysel İş Performansına Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik İmalat Sanayide Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 24(2), 505-522. doi:10.18657/yonveek.335261
- Türen, U., Erdem, H. ve Kalkın, G. (2015). İş Yerinde Tekno-Stres Ölçeği: Havacılık ve Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri*, 6(1), 1-19 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cider/issue/29532/316978>

- Upadhyaya, P., Acharya, V. (2021). Impact Of Technostress On Academic Productivity Of University Students. *Education And Information Technologies*, 26(2), 1647-1664. doi:10.1007/s10639-020-10319-9
- Viswesvaran, C. & Ones, D. S. (2000). Perspectives On Models Of Job Performance. *International Journal Of Selection And Assessment*, 8(4), 216-226. doi:10.1111/1468-2389.00151
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *The Journal Of Industrial Relations And Human Resources*, 8(2), 196-217. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isguc/issue/25506/268936>
- Yener, S. (2018). Teknostresin İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Tükenmişliğin Aracı Rolü. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler*, 20(2), 85-101. doi: 10.32709/akusosbil.403114

Makale Türü: Araştırma Makalesi

SİGORTACILIK SEKTÖRÜNE YÖNELİK BİR DURUM ANALİZİ: DÜZCE MERKEZ ÖRNEĞİ¹

Samet BİRİKTİR²

Faruk Kerem ŞENTÜRK³

Öz

İçinde bulunduğumuz yüzyıl sosyal, psikolojik, ekonomik ve teknolojik bağlamda insan hayatına etki eden köklü değişiklikleri bünyesinde barındırmaktadır. Teknoloji özelinde meydana gelen değişimler ise çalışma hayatını yeniden şekillendirmektedir. Araştırma kapsamında bahsi geçen süreçlerin etkilediği sektörlerden biri olan sigortacılık sektörünün hali hazırdaki durumunun Düzce örneklemini üzerinden tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Düzce şehrinde faaliyet gösteren sigorta işletmeleri araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırma sürecinde nicel araştırma yöntemi belirlenmiş ve veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde sigortacılık sektörünün de meydana gelen özellikle teknolojik değişikliklere duyarlı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte sektörde sosyal medya kullanımının pazarlama açısından önemli bir araç olarak görüldüğü, bazı konularda yasal düzenlemelerin yapılmasına gerek duyulduğu, mobil uygulamaların, işletmenin konumlandırılmasının, sektörde çalışan personel niteliklerinin, müşteri ile ilişkilerin sigortacılık sektörü açısından dikkatle ele alınması gereken konular olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Sigortacılık Sektörü, Durum Analizi, Düzce

A SITUATION ANALYSIS FOR THE INSURANCE SECTOR: THE CASE OF DUZCE CITY CENTER

Abstract

The century we live in includes fundamental changes that affect human life in the social, psychological, economic and technological context. Changes in technology, on the other hand, reshape working life. Within the scope of the research carried out, it is aimed to determine the current situation of the insurance sector in the Düzce sample, which is one of the sectors affected by the mentioned processes. In this context, businesses operating in Düzce center constitute the research universe. In the research process, the quantitative research method was determined and the data were obtained by the survey technique. As a result of the analyzes, it has been determined that the insurance sector is also sensitive to technological changes. In addition, it has been determined that the use of social media in the sector is seen as an important tool in terms of marketing, legal regulations are needed in some issues, mobile applications, the positioning of the business, the qualifications of the personnel working in the sector, and the relations with the customers are the issues that need to be handled carefully in terms of the insurance sector.

Keywords: Insurance, Insurance Industry, Situation Analysis, Düzce

¹Bu çalışma, Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme A.B.D’da tamamlanan tezsiz yüksek lisans projesinden üretilmiştir.

²Cedidiye Mah. Necip Güney Sk. Erişen İş Hanı, biriktirsamet@gmail.com, 0000-0001-6868-7054

³Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, keremsenturk@duzce.edu.tr, 0000-0002-3055-0797

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin: Biriktir, S., & Şentürk, F. K. (2022). Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bir Durum Analizi: Düzce Merkez Örneği. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2 (1), 35-55.

1. Giriş

Maddi ve manevi risklerle dolu dünyada insanlar yüz yıllardır bu riskleri yok edecek veya minimum seviyede tutacak yolları aramış ve geliştirmişlerdir. Bu kavramlardan en önemlisi olan sigorta kavramı da bu şekilde hayata geçmiş ve günümüze kadar varlığını korumuştur. Dünya ekonomisinde meydana gelen küreselleşme, giderek artan mobilite ve büyüme bahsi geçen korunma içgüdüsünü arttırmış ve sigortacılık kavramı günümüzde çok önemli bir noktaya ulaşmıştır. Bireylerin eğitim, refah ve penetrasyon oranlarının çok yüksek olduğu Amerika, İngiltere ve Japonya gibi ülkelerde sigortacılık sektörü çok gelişmekle beraber artık pazarın doyma noktasına gelmesi sigortacılık pazarına yönelik yatırımların Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere kaymasına sebep olmaktadır. Bunun nedeni eğitilmiş genç nüfusun artması ve sigorta farkındalığının uyandırılabilir olmasıyla beraber, pazarın gelecek vaat etmesidir. Bu minvalde Türkiye’de sigortacılık sektörünün geleceği hem ekonomi dinamikleri hem de sektörel bazda araştırılması ve açıklaması gereken bir konudur (Özyalçın, 2017; 1-3).

Ticaret Bakanlığının verilerine göre 2020 yılının ilk 6 ayında toplam e-ticaret hacmi 91,7 milyar TL olurken bunun 91 milyar TL'sini yurt içi harcamalar oluşturdu. Türkiye'nin diğer ülkelerden alımları 4,5 milyar TL iken, diğer ülkelerin Türkiye'den alımları 3,7 milyar TL olmuştur. 2020'de e-ticaret hacmi, geçen yılın aynı dönemine göre %64 artış göstermiştir (e-ticaret, 21.12.2020). Sigortacılık sektörünün yapısal özellikleri itibariyle online işlemler aracılığıyla gerçekleştirilebilme potansiyeli sektörü cazip hale getirmektedir.

2019 yılında Türkiye Sigortacılar Birliği tarafından gerçekleştirilen “Sigorta ve Emeklilik Sektörü Strateji Belirleme Çalıştayında sigortacılık sektörünün refahın ve sürdürülebilir bir ekonominin teminatı olduğu vurgulanırken gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYH) 35 katı teminat sağlayan sigortacılık sektörü fonlarının bankacılık sermaye piyasalarında değerlendirilerek ülkenin ekonomisinin kalkınmasına sağlayacağı faydanın üzerinde durularak sektörün gelecek perspektifi değerlendirilmiştir. Maliye Bakanlığı Sigortacılık Genel Müdürü Murat Kayacı “Ekonomik büyümeye katkıda bulunmak, riski yönetmek ve uzun vadeli hane halkı tasarruflarını teşvik etmek için sigortacılık ve özel emeklilik sektörlerinin mali açıdan sağlam bir şekilde çalışması çok önemlidir” ifadelerini kullanmış ve finansal sektördeki payı %4,1 olan sigortacılık sektörünün gelişime daha açık olduğunu ifade etmiştir (Sigortacı Gazetesi, 2019).

Ülke ekonomisine önemli katkı sağlama potansiyeli olan sigortacılık sektörünü daha yakından tanımaya yönelik araştırmaların yapılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen araştırmada Düzce ilinde faaliyet gösteren sigorta şirketleri üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Sektördeki şirketlerin genel durumunu ortaya koymaya yönelik, geleceğe yönelik düşüncelerini ve yatırımlarını anlamaya yönelik, farklı kurumlarla işbirliklerini ve teknolojiye yatırımlarını tespit etmeye yönelik sorular şirket yöneticilerine yöneltilmiştir. Nicel yöntem dahilinde gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen bulgular aracılığıyla Düzce sigortacılık sektörünün güncel ve stratejik hedeflerine fayda sağlayacak birtakım öneriler geliştirilmiştir.

2. Sigortacılık Sektörü

Sigorta acentesi Sigortacılık Kanununun 2. maddesinin 1 bendinde “Ticarî mümessil, ticarî vekil, satış memuru veya müstahdem gibi tâbi bir sıfatı olmaksızın bir sözleşmeye dayanarak muayyen bir yer veya bölge içinde daimî bir surette sigorta şirketlerinin nam ve hesabına sigorta sözleşmelerine aracılık etmeyi veya bunları sigorta şirketleri adına yapmayı meslek edinen, sözleşmenin akdinden önce hazırlık çalışmalarını yürüten ve sözleşmenin uygulanması ile tazminatın ödenmesinde yardımcı olan kişi” olarak tanımlanmaktadır (Sigortacılık Kanunu, Madde:2).

Türkiye’de sigortacılık sektörü, önemli bir hizmet sektörü olarak gelişme göstermektedir. Son yıllarda sigorta şirketlerinde yaşanan yabancı sermaye yatırımları, birleşme ve satın almaların artması, sigortacılık sektöründeki rekabeti de arttırmıştır (Dalkılıç, 2012).

Sigorta, aynı türden tehlikeyle karşı karşıya olan kişilerin, belirli bir miktar para ödemesi yoluyla toplanan tutarın, sadece o tehlikenin gerçekleşmesi sonucu fiilen zarara uğrayanların zararını karşılamada kullanılan bir risk transfer sistemidir (Baştürk vd., 2017).

Sigortanın temel işlevi, zararı ekonomik açıdan önemsiz bir duruma getirmektir. Kişiler tek başına karşılayamayacakları zararları bir organizasyon aracılığıyla aralarında paylaşmaktadırlar (TSB, 2021). Bu organizasyon, “sigorta şirketi”, “sigorta ettiren” ve “bir sigorta sözleşmesinden oluşur”. Bir sigorta sözleşmesinde; bir tarafta sigorta teminatı veren, ilgili kanun ve mevzuata göre sigortacılık faaliyetinde bulunmaya yasal olarak yetkili bulunan “sigortacı”, diğer tarafta da tehlikeyle karşı karşıya olan “sigorta ettiren” bulunmaktadır. Sigortalı; sigorta şirketinin bir tarafı olarak, teminat kapsamındaki tehlikelerden herhangi birinin gerçekleşmesi durumunda, meydana gelen hasarın tazmini talebinde bulunmaya yasal yetkili olan kişidir. Genellikle sigorta ettiren ile sigortalı aynı kişi olmakla birlikte, farklı da olabilmektedir. Sigortacının sigortalıyı koruma yükümlülüğüne karşılık, sigortalının da sözleşme ile saptanan prim adı altındaki bir meblağı ödeme yükümlülüğü bulunmaktadır (TSRSB, 2013).

Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi (SBM) 9 Ağustos 2008 tarihinde 26962 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan yönetmelikle faaliyetine başlamıştır. SBM nezdinde kurulan alt bilgi merkezleri, Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi (TRAMER), Sağlık Sigortası Bilgi Merkezi (SAGMER), Hayat Sigortası Bilgi Merkezi (HAYMER) ve Sigorta Hasar Takip Merkezi (HATMER) kurulmuşlardır. (Sigorta Bilgi Merkezi Yönetmeliği, Madde 9, 10,11, 12, 13, 14).

Trafik Sigortası Bilgi Merkezi (TRAMER) 16.12.2003 tarih ve 25318 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Trafik Sigortası Bilgi Merkezi Yönetmeliği ile kurulmuştur. Trafik sigortası üretimi gerçekleştiren bütün sigorta şirketlerinin 01/01/2003 tarihinden itibaren tüm poliçe bilgileri ve bunların hasar ve ödeme kayıtları TRAMER sistemine transfer edilmiş olup, yeni üretilen poliçeler ve hasar kayıtları günlük olarak transfer edilmektedir (Trafik Sigortası Bilgi Merkezi Yönetmeliği, 2. Bölüm Madde 4).

Aşağıdaki tabloda, 2017 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren 30 civarı sigorta şirketinden prim üretimine göre en fazla üretim yapan 10 şirketin isimleri mevcuttur. İlk sırada % 13’lük pazar payı ile en çok üretimi yapan şirket Almanya menşeli Allianz Sigortadır. 2.

Sırada Türkiye'nin en eski sigorta şirketlerinden İş Bankası iştiraki olan Anadolu Sigorta %12'lik pazar payına sahiptir. 3. sırada %7,32'lik pazar payı ile en çok üretim yapan 3. Sigorta şirketi Fransız menşeli Axa Sigortadır. İlk 10 sigorta şirketi Türkiye'deki toplam üretimin %67'lik payını kapsamaktadır.

Tablo 1: Türkiye Sigortacılık Sektörü Prim Üretimi İlk 10 şirket

	Şirket Adı	Toplam Üretim	Pazar Payı (%)
1	Allianz Sigorta AŞ	5.134.074.128	12,93
2	Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	4.671.409.652	11,76
3	Axa Sigorta AŞ	2.908.210.170	7,32
4	Mapfre Sigorta AŞ	2.680.402.015	6,75
5	Aksigorta AŞ	2.635.576.300	6,64
6	Sompo Japan Sigorta AŞ	2.263.371.718	5,7
7	Ziraat Sigorta AŞ	1.736.337.797	4,37
8	Güneş Sigorta AŞ	1.660.979.253	4,18
9	Doğa Sigorta AŞ	1.491.503.094	3,76
10	Halk Sigorta AŞ	1.480.370.603	3,73
	İlk 10 Şirket Toplamı	26.662.234.730	67,14

Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği, Prim Üretimi Resmi İstatistikleri, 2017.

Türkiye'de sigortacılık faaliyetleri, hayat ve hayat dışı olmak üzere iki ana branştan oluşmaktadır. Hayat dışı branşı yangın, nakliyat, kaza, makine-montaj, dolu, hayvan hayat, hastalık, hukuksal koruma, ferdi kaza, kredi ve trafik, hayat branşı ise sadece hayat alt branşından ibarettir. Ayrıca iş durması kayıpları, üçüncü kişilere verilebilecek zararlar, işçi sağlığı kaybı vb. kayıpların dışında akla gelebilecek her risk sigortaya konu olabilir (Demir, 1996: 2).

Özel sigortalar genel manada literatürde hayat ve sağlık sigortaları, mal ve sorumluluk sigortaları olarak iki ana başlık altında tasnif edilmektedirler (Genç, 2002: 8). TTK (Türk Ticaret Kanunu) da sigorta türlerini aşağıdaki tabloda görüldüğü şekilde sınıflandırmaktadır.

Tablo 2. Zarar ve Can Sigortaları

A. Zarar Sigortaları	B. Can Sigortaları
1- Mal Sigortaları	1- Hayat Sigortaları
2- Sorumluluk Sigortaları	2- Kaza Sigortaları
	3- Hastalık ve Sağlık Sigortası

Kaynak: TTK, 2011.

Bu çalışma kapsamında sigorta türlerini TTK'ya göre özel sigortaların karşılıklı ve ticari oluşuna göre ayırarak ticari sigortaları tabloda görüldüğü gibi, bu türlere ait branşları ise Sigorta Branşlarına İlişkin Tebliğ'i (2007) kapsamında sınıflandırılmıştır. Zarar sigortaları, sigorta ettirenin rizikonun meydana gelmesiyle uğradığı mali zararlarının, sigortacı tarafından sözleşme çerçevesinde somut olarak tazmin edildiği veya borçlanıldığı sigortaları ifade etmektedir. Sigortacının yükümlülüğü sözleşmede çerçevesinde zararın giderilmesini sağlamaktır. Zarar ve meblağ sigortası ayrımı sigortacının edim şekline göre olmaktadır. Meblağ sigortalarında önceden belirlenen ve poliçede olan edim yerine getirilirken zarar

sigortalarında sigortalının somut olarak uğradığı zararın tespiti ve poliçede gerçekleşen riskler vasıtasıyla oluşan meblağın ödenmesi söz konusudur (Mahmutoğulları, 2008: 9).

TTK' da benimsenen sınıflandırma sigorta sözleşmelerini, sigortaya konu olan menfaate göre yapmaktadır. Bu açıdan zarar sigortaları sigorta ettirenin zararlarını somut şekilde karşılamak üzere yapılan mal sigortalarıdır. Bu açıdan sigorta sözleşmeleri, mal sigortası ve can sigortası olarak temelde ikiye ayrılırken konusunu malvarlığı kıymetlerinin oluşturduğu sigortalar mal sigortası; insan hayatına yönelen riskleri güvence altına alan sigortalar ise can sigortası olarak tanımlanmaktadır (Kayıhan, 2016: 1596).

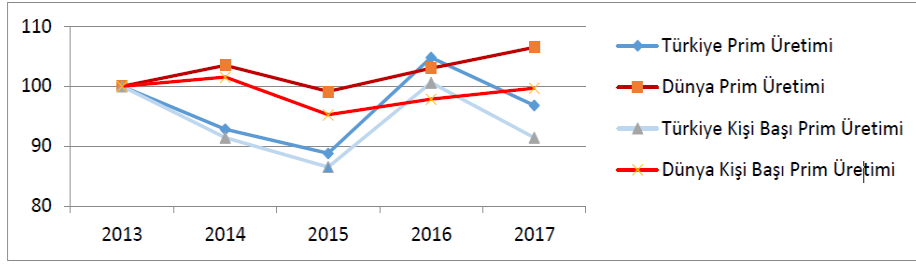
Mal sigortaları, malvarlığının aktifinde azalma meydana getirirken sorumluluk sigortalarında sigorta ettirenin zararları pasif kısmında, tazminat yükümlülüğünün doğması neticesinde, pasiflerde artışın olması sonucu oluşmaktadır. Sorumluluk sigortaları sigorta ettirenin eyleminden ötürü üçüncü kişilerin zararlarını karşılamak veya bu zararların malvarlığında azalma meydana getirmesi durumları için yapılabilirler. Sorumluluk sigortaları görüldüğü gibi TTK'da mal/zarar sigortaları kısmında düzenlenmektedir. Bu nedenle zarar sigortalarına ilişkin hükümler kural olarak sorumluluk sigortalarında da geçerlidir. Fakat sorumluluk sigortalarında malvarlığının pasif kısmının sigorta güvencesi altına alınması amaçlandığından, mal/zarar sigortalarına ilişkin bütün hükümler bu tür sigortalarda aynen uygulanmamaktadır. Örneğin, zarar/mal sigortalarına ilişkin eksik veya aşkın sigorta ilkeleri sorumluluk sigortalarında uygulanmamaktadır (Karasu, 2016: 686; Karasu, 2015).

3. Türkiye'de Sigortacılık

Riskin dağılımını hedefleyen sigortacılık sektörü de diğer sektörlerde olduğu gibi gelişmek için önemli bir yol katetmiştir. Geçtiğimiz yüzyıl dünyada sigortacılık sektörü açısından ani ve hızlı değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. Türkiye'de ise, prim üretimi reel bazda istikrarlı bir şekilde artmakla beraber uluslararası verilerle kıyaslandığında söz konusu değişimin sağlam ve sağlıklı bir trend içinde olmadığı söylenebilir (Çipil, 2004: 25).

Grafik 1'de eldeki verilerden bir endeks oluşturulmuş ve bu sayede dünyada ve Türkiye'de hem toplam hem de kişi başı direkt prim üretimlerinin eğilimi gösterilmeye çalışılmıştır. Diğer bir deyişle söz konusu grafikten dünyada ve Türkiye'de sigortacılık sektörünün gelişimi kısmen de olsa izlenebilir (Yenisu, 2019).

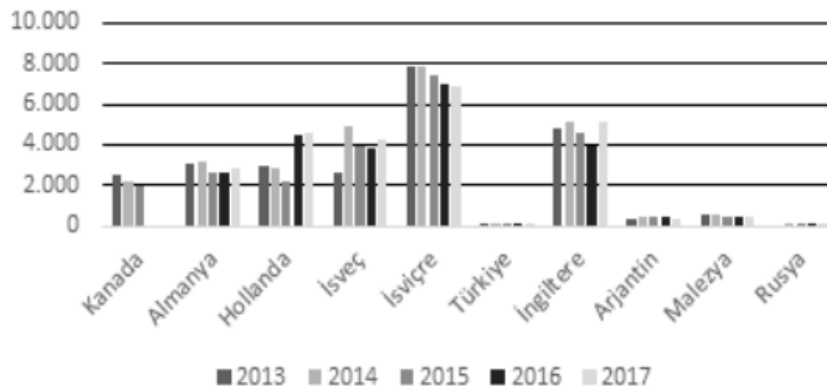
Aşağıdaki grafikte, Dünya'da ve Türkiye'de direkt prim üretimleri endeksi verilmiştir. Türkiye'de ve Dünya'da prim üretimi ve kişi başına prim üretimi ilerleyen yıllara göre kendi içlerinde doğru orantılı olarak değişkenlik göstermiştir. Türkiye 2015 yılına kadar prim üretiminde Dünya geneline göre üretim kayıpları yaşanmış, 2016 yılında bir sıçrama yapmıştır ve daha sonrasında yine prim üretim kaybı yaşanmıştır. 2016-2017 yılında kişi başı primde Türkiye'de düşme olurken Dünya genelinde prim üretimlerinde artış yaşanmıştır.



Grafik 1. Dünya’da ve Türkiye’de Direkt Prim Üretimleri Endeksi

Kaynak: Yenisu, 2019.

*Seriler ABD Doları üzerinden, bir yılda üretilen direkt prim miktarlarıyla 2013=100 endeksine göre hesaplanmıştır.



Grafik 2. Ülke Bazında Kişi Başına Düşen Prim Üretimi

Kaynak: Yayla, 2019.

Yukarıdaki grafikte, ülke bazında kişi başına düşen prim üretimleri 2013 yılından 2017 yılına kadar verilmiştir. Kanada, Almanya, Hollanda, İsveç, İsviçre, İngiltere gibi gelişmiş olan ülkeler, her zaman sigortalanmaya önem vermişler ve kişi başına üretimde Türkiye’ye göre sigortalanma oranı daha yüksektir. Özellikle İsviçre, İsveç ve İngiltere’de prim üretimlerinin diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Avrupa ülkelerinde yaşayan bireylerin hayatlarının her alanında elinde olanları korumak adına tedbirli davranmakta olduğu gözlemlenmektedir. Bazı ülkelerde bir kişinin kendine özel, bireysel ferdi kaza ve hayat sigortalarından birini yaptırdığı görülmektedir. Türkiye de ise halen kişi başına sigortalanma oranı diğer ülkelere göre çok düşüktür.

Swiss Re’nin (2013: 36) yayınlamış olduğu 2013 Dünya Sigorta Raporu’na göre Avrupa kıtasında bulunan tüm ülkelerin 2013 yılında ürettiği toplam prim üretimi, 1,631.699 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve pazardan aldıkları pay %35,16’dır. Avrupa sigorta endüstrisi global sigorta pazarındaki %35’lik payıyla dünyanın en büyük piyasasıdır. Türkiye ise 2013 yılında 12,460 milyon dolar üretim ile Avrupa ülkeleri arasında toplam prim üretiminde 19. sırayı almıştır. Buna göre Türkiye sigortacılık sektöründe toplam prim üretiminde gelişmiş birçok Avrupa ülkesine kıyasla çok geride kaldığı söylenebilir. İlk sıralara baktığımızda İngiltere, Fransa, Almanya ve İtalya gibi ekonomileri güçlü ve gelişmiş olan ülkelerin sigorta prim üretiminde de üst sıralarda yer aldığı görülmektedir.

4. Yöntem

Araştırmanın gerek içerik gerek uygulama alanı noktaları dikkate alınarak, nicel araştırma yöntemi aracılığı ile yapılmasının uygun olduğu düşünülmüştür. Araştırmada elde edilen verilerin ve bulguların sayısal olarak daha iyi ifade edilebilmesi ve yorumlanabilmesi, açısından nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir (Suğur, 2009: 159). Düzce’de faaliyet gösteren sigorta acentelerinin hali hazırdaki sektörel durumunu tespit etmek, sektörü etkileyebilecek durumlara yönelik düşünceleri alabilmek amacıyla nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Tüm sektörler yaşanan teknolojik ve sosyolojik değişimlerden direkt yada dolaylı yollarla etkilenmektedir. Bahsi geçen değişim ve dönüşüm sürecine adapte olabilmek için öncelikle hali hazırdaki durumun tespit edilmesi, sonrasında durumun ortaya koyduğu fırsat ve tehditlere göre yol haritası çıkarılması gerekmektedir. Bu bağlamda dünya genelinde yaşanan teknolojik gelişmelerden etkilendiğini düşündüğümüz sigortacılık sektörünün hali hazırdaki durumunun Düzce örneklemini üzerinden ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte sektörü etkileyen faktörlerin, teknolojik gelişmelerin sektörel yapıya etkisinin, yasal altyapıdaki eksikliklerin tespit edilmesi de amaçlanmış ve bahsi geçen sorulara nicel yöntem aracılığıyla cevap aranmaya çalışılmıştır.

Bu araştırma ile birlikte Düzce’de faaliyette olan sigorta acentelerinin geleceğe bakış açısını, teknolojiye olan ilgilerini ve değişime hazır olup olmadıklarının farkına varılması hedeflenmiştir. Hali hazırda sektörde kullanılan tekniklerin gelişen ve hızla değişen Dünyanın çok gerisinde kaldığı aşikardır. Bu araştırmanın sonucunda sigorta acentelerinde bir farkındalık oluşturulması hedeflenmektedir. Gelişen ve değişen teknolojiye yönelen şirketlerin işlerini daha hızlı ve kontrollü bir şekilde gerçekleştirebilecekleri, acenteleri oluşacak teknolojik tehditlere karşı daha güçlü bir tavır sergileme konusunda bilgilendirmesi bağlamında çalışmanın hem alana hem de sektöre, özelinde Düzce’de faaliyet gösteren Sigorta şirketlerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemini

Araştırmacıların çalışacakları alanı oluşturan, örneğini seçtiği ve elde ettiği sonuçları genelleyebileceği gruba evren denmektedir. Gruplara belli sınırlamalar getirilerek evren oluşturulabilir. Bir araştırma için seçilen büyük grubu yani evreni temsil edebilecek, evrenin içinden belli sayıda denekten oluşan gruba ise örneklem olarak tanımlayabiliriz (Altunışık vd., 2007: 123).

Düzce’de faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin hangilerine ulaşılması gerektiğini tespit etmek amacıyla Düzce Ticaret ve Sanayi Odasından (DTSO) 2020 yılı Ocak ayında alınan veriler incelenmiş ve toplam sayının 66 olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında tüm şirketlerle mail aracılığıyla iletişime geçilmiş, yapılan çalışma hakkında bilgilendirilmiş ve anketi doldurması talep edilmiştir. Ancak yeterli geri dönüş elde edilememiştir. Bu bağlamda yüz yüze anket tekniği de kullanılmıştır. Geline son noktada 66 şirketin 16’sına ulaşılmış ve araştırma bu şirketler üzerinden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.

4.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma kapsamında elde edilen veriler Ulaştırma ve Lojistik Kongrelerine bağlı öğretim üyeleri tarafından hazırlanan Ulaştırma ve Lojistik Sektör Raporu (2018) baz alınarak oluşturulmuş olan ölçekten elde edilmiştir. Ölçekteki sorular içerikleri itibariyle sigortacılık sektörüne uyarlanmıştır. Örneğin yasal düzenlemeler, teknolojik yenilikler gibi sorular sigortacılık sektörünü kapsayacak şekilde güncellenmiştir. Ölçeğin tamamı kategorik nitelikte olup, araştırmaya katılan şirketin durumunu, sektörün şu anki durumunu, sektörü etkileyen faktörleri, kullanılan teknolojiyi, sektör-üniversite işbirliğine yönelik düşünceleri kapsayan ikili ve çoklu sorular içermektedir.

5. Bulgular

Araştırmanın bu kısmında elde edilen veriler dahilinde ortaya konulacak bulgular paylaşılacaktır. Öncelikle katılımcılara ait demografik bulgular, sonrasında şirkete ait tanımlayıcı bulgular, daha sonrasında sigortacılık sektörünün hali hazırdaki durumunu ortaya koymaya yönelik elde edilen bulgular paylaşılacaktır.

5.1. Katılımcılara Yönelik Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara ait cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyi, işyerindeki konum, kurumda çalışma süresi, sektörde çalışma süresi gibi bilgilere yönelik bulgular paylaşılacaktır.

Tablo 3: Demografik bulgular

Cinsiyet	Frekans	%	Kurumda Çalışma Süresi	Frekans	%
Erkek	10	62,5	0-5 Yıl	4	25
Kadın	6	37,5	6-10 Yıl	6	37,5
Toplam	16	100	11-15 yıl	6	37,5
Yaş Grubu	Frekans	%	Toplam	16	100
20-30	7	43,8	Toplam Çalışma Süresi	Frekans	%
31-40	7	43,8	0-5 Yıl	3	18,8
41-50	2	12,5	6-10 Yıl	5	31,3
Toplam	16	100	11-15 yıl	7	43,8
Eğitim Düzeyi	Frekans	%	Eksik Veri	1	6,3
İlköğretim	1	6,3	Toplam	16	100
Lise	3	18,8	Pozisyon	Frekans	%
Önlisans	6	37,5	Teknik Personel	8	50
Lisans	4	25	Sahibi	5	31,3
Lisansüstü	2	12,5	Müdür	3	18,8
Toplam	16	100	Toplam	16	100

Toplam 16 katılımcıdan yarısından fazlasının erkek (%62,5) %37,5'unun ise kadın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bir kısmının (%43,8) 20-30 yaş aralığında olduğu, diğer kısmının (%43,8) 30-40 yaş aralığında olduğu ve 2 kişinin 41-50 yaş aralığında (%12,5) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde önemli bir çoğunluğunun önlisans mezunu olduğu (%37,5), çok az düzeyde katılımcının ilköğretim (%6,3) düzeyinde mezun olduğunu %25'inin lisans ve %12,5'unun lisansüstü düzeyde mezun olduğu görülmektedir. Ayrıca %18,8'inin de lise mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yarısı (%50) teknik personel pozisyonunda çalışmakta iken %31,3'ü şirket sahibi ve %18,8'i ise müdür pozisyonunda çalışmaktadır. Katılımcıların bulunduğu şirkette çalışma süreleri

değerlendirildiğinde önemli çoğunluğun aynı şirkette uzun süreler (6 yıl ve üzeri) çalıştığı (%75), dolayısıyla şirket hakkında tecrübe sahibi olduğu söylenebilir. Katılımcıların toplam çalışma süreleri değerlendirildiğinde önemli çoğunluğun (%43,8) 11-15 yıl aralığında çalışmakta olduğu, 3 kişinin (%18,8) ise çalışma bağlamında daha az tecrübeye sahip olduğu söylenebilir.

5.2. İşletmelere Yönelik Bulgular

Bu başlık altında işletmelere ait hukuki yapı, firmanın faaliyet süresi, farklı il ve ilçelerde şubesi olma durumu, acentede çalışan personel sayısı, hizmet verilen sigorta branşları, en çok hizmet verilen çeşidi, acentede çalışan saha ve ofis personeli sayısı, acenteliğin yerli veya yabancı sermaye dağılımı, yıllık ciro, yıllık ortalama hizmet verilen müşteri sayısı, sahip olunan belge türleri şeklinde bilgiler paylaşılacaktır.

Tablo 4: İşletmeye ait bulgular

Faaliyet Süresi	Frekans	%	Hukuki Yapı	Frekans	%
6-10 Yıl	3	18,8	Anonim	1	6,3
11-15 Yıl	11	68,8	Limited	14	87,5
21-25 Yıl	2	12,5	Şahıs	1	6,3
Toplam	16	100	Toplam	11	100
Şubeleşme Durumu	Frekans	%	Yıllık ciro	Frekans	%
Evet	4	25	1 – 4 Milyon TL arasında	11	68,8
Hayır	12	75	4 Milyon üzeri	5	30,2
Toplam	16	100	Toplam	16	100
Personel Sayısı	Frekans	%	Yıllık Ort. Müşteri	Frekans	%
0-1 Kişi	4	25	600 – 1000 arasında	4	25
2-5 Kişi	9	56,3	1001 – 5000 arasında	7	44,1
6-10 Kişi	3	18,8	5001 ve üzeri	5	30,9
Toplam	16	100	Toplam	16	100
Saha Çalışanı	Frekans	%	Ofis Çalışanı	Frekans	%
Yok	8	50	Yok	1	6,3
1 Kişi	5	31,3	1-3 Kişi	9	56,3
2 Kişi	3	18,8	4 ve üzeri	6	37,4
Toplam	16	100	Toplam	16	100
Çalışılan Yerli Şirket	Frekans	%	Çalışılan Yabancı Şirket	Frekans	%
Yok	5	31,3	Yok	1	6,3
1 Şirket	4	25	1-3 Şirket	9	56,3
2 Şirket ve üzeri	7	43,7	4 Şirket ve üzeri	6	37,4
Toplam	16	100	Toplam	16	100
Stratejik Plan	Frekans	%	Üniversite Katkısı	Frekans	%
Evet Var	14	87,5	Evet Katkısı Var	4	25
Hayır Yok	2	12,5	Hayır Katkısı Yok	12	75
Toplam	16	100	Toplam	16	100
Çalışanların Eğitim Seviyesi	Frekans	%			
Yeterli	4	25			
Yeterli Değil	11	68,8			
Eksik Veri	1	6,3			
Toplam	16	100			

Katılımcıların çalıştıkları veya yönetici olarak görev yaptıkları firmalarının hukuki yapıları incelendiğinde önemli bir çoğunluğun (%87,5) 14 limited şirket olduğu görülmektedir. Acenteler vergi avantajlarından faydalanmak için genellikle limited şirket tercih etmektedirler.

Katılımcıların görev yaptıkları firmaların faaliyet sürelerini incelediğimizde 11 acentenin 11-15 yıl arasında (%68,8) sektörde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Sonrasında 6-10 yıl arasında (%18,8) faaliyet gösteren acenteler ve en son olarak 2 acentenin (%12,5) de sektörde uzun süreli tecrübeye sahip bir şekilde faaliyetlerini devam ettirdiği görülmektedir. Katılımcı acentelerin faaliyetlerinde şubeleşme durumunu incelediğimizde 12 acentenin (%75) münhasır, tekli acente olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir, diğerleri ise şubeleri ile faaliyetlerini yürütmektedir. Şube maliyetleri ve prosedürde çok fazla işlem gerekmesi gibi nedenlerle acentelerin münhasır faaliyet göstermeyi tercih ettikleri söylenebilir. Katılımcı acentelerin firma personel sayısını incelediğinde, 9 adet acentenin (%56,3) 2-5 kişi arasında personel ile çalıştığı, daha sonra 4 acentenin (% 25) faaliyetlerini kendilerinin yürüttüğü ve son olarak 3 acentenin de (%18,8) 6-10 kişi arasında personel çalıştırdığı görülmektedir.

Katılımcı acentelerin saha çalışanı sayıları incelendiğinde 8 adet acentenin (%50), yani yarısının herhangi bir saha çalışanı olmadığı görülmektedir. 5 acentenin (%31,8) 1 adet saha çalışanı olduğu ve sonrasına 3 adet acentenin (%18,8) 2 kişilik saha personeli olduğu görülmektedir. Bu bağlamda acentelerin yarısının pazarlama ve daha fazla üretim elde edebilmek için saha çalışanlarına sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların ofis çalışan sayısı incelendiğinde, 9 adet acentenin (%56,3) 1-3 kişi çalıştırdığı görülmektedir. 6 adet acentenin (%37,4) 4 ve üzeri ofis personeli çalıştırdığı ve sonrasında 1 adet acentenin (%6,3) ise çalışanı olmadığı ofiste kendisinin çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların çalıştığı yerli şirket dağılımı incelendiğinde 7 acentenin (%43,7) 2 adet ve üzeri yerli şirket ile çalıştığı görülmektedir. 5 adet acentenin (%31,3) yerli şirketle çalışmadığı, sadece yabancı şirketlerle çalıştığı, son olarak 4 acentenin (%25) en az 1 yerli şirket ile çalıştığı görülmektedir.

Katılımcıların çalıştığı yabancı şirket dağılımı incelendiğinde 9 acentenin (%56,3) 1-3 adet ve üzeri yabancı şirket ile çalıştığı görülmektedir. Daha sonra 6 adet acentenin (%37,4) 4 ve üzeri sayı yabancı şirketle çalıştığı, son olarak 1 acentenin (%6,3) 1 yabancı şirket ile çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların yıllık ciroları incelendiğinde 11 adet acentenin (%68,8) 1-4 milyon TL'ye kadar yıllık cirolarının olduğu görülmektedir. 5 adet acentenin (%30,2) ise 4 milyon TL den fazla üretim sağladığı görülmektedir. Genellikle acentelerin orta ölçekli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yıllık ortalama müşteri sayıları incelendiğinde 7 acentenin (%44,1) 1001-5000 müşteri arasında, 4 acentenin (%25) 600-1000 müşteri arasında ve 5 acentenin (%30,9) 5001 ve üzeri sayıda müşteriye hitap ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan acentelerin önemli bir çoğunluğu (%87,5) kendilerine ait stratejik bir planlama yaptıklarını bildirmişlerdir. Katılımcıların sektörde çalışan işgücünün eğitim seviyesini yeterli bulup bulmadığına bakıldığında önemli bir kısmını (%68,8) yeterli bulmadığı görülmektedir. Katılımcılar üniversitelerin sigorta alanındaki çalışmalara bilimsel katkı yapma durumuna yönelik negatif (%75) bir görüş bildirmişlerdir. Genelde üniversitenin alanda faaliyet gösteren işletmelere yönelik bilgilendirme, eğitim, sektörel raporlar benzeri çalışmalarla destek vermediği, verilse bile bunun sektör tarafından görülmediği noktasında önemli bir tespittir.

Tablo 5. Hizmet verilen sigorta branşları

	Cevaplar	Durum Yüzdesi
--	----------	---------------

	Sayı	%	
Hayat Dışı Branşları	14	40	87,5
Bireysel Emeklilik Sigortası	11	31,4	68,8
Hayat Branşları	10	28,6	62,5
Toplam	35	100	218,8

Tablo 5’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 35 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre hizmet verilen sigorta branşlarında yoğunluğun (%87,5) ile hayat dışı branşlarda olduğu görülmektedir. Sonrasında (%68,8) ile bireysel emeklilik ve hayat branşları (%62,5) gelmektedir. Genelde sektörel bağlamda dağılımın normal gerçekleştiği çünkü sektörde faaliyet gösteren şirketlerinde hayat dışı branşlara odaklandığı görülmektedir.

Tablo 6. Hizmet verilen sigorta çeşidi

Hizmet Verilen Sigorta	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Dask	15	27,8	93,8
Trafik	14	25,9	87,5
Kasko	13	24,1	81,3
Yangın	9	16,7	56,3
Sorumluluk	3	5,6	18,8
Toplam	54	100	337,5

Tablo 6’da görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 54 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre hizmet verilen sigorta çeşitlerinde en çok tercih edilen sigortanın (%93,8) DASK (Doğal Afet Sigortaları) ve trafik sigortası (%87,5) olduğu en az tercih edilen sigortanın ise %18,8’lik oranla sorumluluk sigortasının olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Sahip olunan belge çeşidi

Sahip Olunan Belge	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
SEGEM	16	43,2	100
BES	10	27	62,5
Katılım Sigortacılığı	9	24,3	56,3
Alacak Yönetimi Sertifikası	2	5,4	12,5
Toplam	37	100	231,3

Tablo 7’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 37 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre sigorta şirketinde çalışanların sahip oldukları belgeler değerlendirildiğinde en çok sahip olunan belgenin (%100) ile SEGEM olduğu görülmektedir. Sigortacılık faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için olmazsa olmaz belgelerin başında SEGEM’in

gelmesi sonucu doğrulamaktadır. Sonrasında ise BES (%62,5), Katılım Sigortacılığı (%56,3) ve Alacak Yönetimi Sigortacılığı (%12,5) şeklinde sıralanmaktadır.

5.3. Düzce Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu kısmında çoklu cevap analizlerine (multiple response analysis) yer verilmektedir. Çoklu cevap analizinin normal frekans dağılımından farkı, katılımcının sorulan soruya birden fazla cevap verme hakkı bulunmasıdır. Dolayısıyla böyle bir durumda yüzdeler dağılım gerçekleştirmek mümkün olmayacağından çoklu cevap analizine başvurulmuştur. Aşağıda işletmelerin ve işletme yöneticilerinin sektör ve işletme yapıları ile ilgili cevaplarına yönelik gerçekleştirilen analizler paylaşılmaktadır.

Tablo 8. Önümüzdeki dönemlerde sigortacılık sektörünü etkileyecek en önemli gelişmeler

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
İnternetle Büyüyen Yeni Nesil	10	26,3	62,5
Mobil Uygulamalar	10	26,3	62,5
Telefonla Satış	8	21,1	50
Sigorta Şirketlerinin Kendileri Online Poliçe Kesmeleri	7	18,4	43,8
Bankalar	2	5,3	12,5
Genel Ofis Giderleri	1	2,6	6,3
Toplam	38	100	237,5

Tablo 8’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 38 işletme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre önümüzdeki dönemlerde sigortacılık sektörünü etkileyecek en önemli ilk 3 gelişmenin (%62,5) ile internet ile büyüyen yeni nesil, mobil uygulamaları (%62,5) ve (%50) oran ile telefonla satış şeklinde sıralandığı görülmektedir. Sonrasında sırasıyla (%43,8) sigorta şirketlerinin kendilerinin online poliçe kesmeleri, (%12,5) bankalar , (%6,3) genel ofis giderleri gibi unsurların sektörü etkileyecek değişkenler olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Tablo 9. Rekabet düzeyi ve performansın artırılmasındaki en önemli faktörler

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Acentenin Konumu (Adresi)	10	21,7	62,5
Acente Ofis Personelinin Performansı	9	19,6	56,3
Acentenin Çalıştığı Sigorta Şirketlerinin Fiyat Politikası	8	17,4	50
Acentenin Çalıştığı Sigorta Şirketlerinin Sektördeki Gücü	6	13	37,5
Acentelerin Reklam Faaliyetleri	6	13	37,5
Acente Saha Personelinin Performansı	3	6,5	18,8
Acentenin Faaliyet Gösterdiği Ofisin Fiziki Şartları	3	6,5	18,8
Diğer	1	2,2	6,3

Toplam	46	100	287,5
--------	----	-----	-------

Tablo 9’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan 16 katılımcı 46 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre rekabet düzeyi ve performansının artırılmasındaki en önemli faktörün (%62,5) oranla acentenin konumu olduğu görülmektedir. Daha sonrasında (%56,3) ofis personelinin performansı ve (%50) oranla acentenin çalıştığı şirketlerin fiyat politikasının geldiği görülmektedir. Ofisin fiziki şartlarının (%18,8) ve saha personeli performansının (%18,8) ise diğer unsurlara kıyasla daha az önemsendiği belirtilmiştir.

Tablo 10. Hangi alanlarda bilgi teknolojilerinden yararlanıyorsunuz?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Sosyal Medya Aktif Kullanımı	11	24,4	68,8
SMS Hatırlatma / Teklif Verme	10	22,2	62,5
Web Whatsapp Kullanımı	10	22,2	62,5
Web Sitesi Online Teklif Sistemi	7	15,6	43,8
Dijital Ortamda Müşteri Poliçe/Borç/Alacak Takibi	7	15,6	43,8
Toplam	45	100	281,3

Tablo 10’da görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 45 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre bilgi teknolojileri bağlamında en çok faydalanılan hizmetin (%68,8) oran sosyal medya olduğu görülmektedir. Ayrıca acenteler (%62,5) hem sms hatırlatma yöntemi ile teklif vermede hem de web whatsapp (%62,5) kullanımına önem vermektedir. Web sitesi online teklif sistemi (%43,8) ve dijital ortamda poliçe/borç/alacak takibinin (%43,8) çok etkin bir şekilde kullanılmadığı görülmektedir.

Tablo 11. Yasal mevzuat altyapısına yönelik öncelikli düzenleme yapılması gerekli alanlar

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Bankacılık Sektörünün Sigorta Faaliyetlerinde Bulunması	9	32,1	56,3
Büyük Ölçekli Acentelerin Yetkili Acente Kriterlerini Sağlayamayan Kişilere/Şirketlere Ekran Açması	9	32,1	56,3
İnternet Sitelerinin Tek Sayfada Birçok Şirketten Teklif Verebilmesi	7	25	43,8
Acentelerin Hukuki/Fiziki Şartları Sağlanmadan Poliçe Tanzim Edebilmesi	2	7,1	12,5
Diğer	1	3,6	6,3
Toplam	28	100	175

Tablo 11’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 28 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçları göre yasal mevzuat altyapısına yönelik öncelikli düzenleme yapılması gerekli alan olarak bankacılık sektörünün sigorta faaliyetlerinde bulunması (%56,3) konusunun ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Aynı oranda büyük ölçekli acentelerin yetkili acente kriterlerini sağlayamayan kişilere/şirketlere ekran açması (%56,3) durumundan da acentelerin

rahatsız olduğu görülmektedir. Sektördeki rekabet koşullarının iyileştirilmesi adına bahsi geçen konularda ilgili yasal mevzuatın düzenlenmesinin önem arz ettiği görülmektedir.

Tablo 12. Sektörde nitelik itibariyle çalışan işgücünün en büyük sorunu nedir?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Pazarlama Yeteneğine Sahip Olmaması	11	35,5	68,8
Analitik Düşünme, Problem Çözme gibi Yetkinliklerine Sahip Olmama	7	22,3	43,8
Alanda Eğitim Almamış Olma	5	16,1	31,3
Teknolojiye Uyum Sağlayamama	5	16,1	31,3
Sektörde Çalışmak İçin Gerekli Yetkinliklere Sahip Olmama	3	9,7	18,8
Toplam	31	100	193,8

Tablo 12’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 31 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre sektörde nitelik itibari ile çalışan işgücünün en büyük sorununun açık ara fark ile (%68,8) pazarlama yeteneğine sahip olmaması gösterilmiştir. Sonrasında (%43,8) oran ile analitik düşünme, problem çözme gibi yetkinliklerine sahip olmama durumu önemli bir sorun olarak ortaya konmuştur. Daha sonrasında (%31,3) ile alanda eğitim almamış olmak ve teknolojiye uyum sağlayamama işgücünün önemli sorunlarından olduğu görülmektedir. Son olarak da (%18,8) oran ile sektörde çalışmak için gerekli yetkinliklere sahip olmama yine sektörde çalışan işgücünün en büyük sorunlarındanındır.

Tablo 13. Poliçe üretim stratejinizde etkili olan faktörler nelerdir?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Müşterilerle Etkin İletişim	12	35,3	75
Sigorta Şirketlerinin Fiyat Politikaları	12	35,3	75
Deneyimli Teknik Personel	5	14,7	31,3
Rakip Acentelerin Poliçe Ürettiği Şirket Sayısı	3	8,8	18,8
Düzce İlinde Bulunan Acente Sayısı	2	5,9	12,5
Toplam	34	100	212,5

Tablo 13’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 34 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre poliçe üretim stratejilerinde en etkili olan faktörlerin başında (%75) acentenin müşterilerle etkin iletişim kurması ve sigorta şirketlerinin fiyat politikalarının olduğu görülmektedir. Deneyimli teknik personele sahip olmanın (%31,3), rakip acentelerin ürettiği poliçe sayısının (%18,8) da poliçe üretiminde önem verilen konular olduğu görülmektedir. Son olarak Düzce ilinde bulunan acente sayısının (%12,5) da poliçe üretim stratejilerinde daha az etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Poliçelerin tahsilatını hangi yollar ile sağlıyorsunuz?

	Cevaplar	Durum Yüzdesi
--	----------	---------------

	Sayı	%	
Kredi Kartı	16	51,6	100
Nakit	11	35,5	68,8
Vadeli / Elden Taksit	3	9,7	18,8
Çek / Senet	1	3,2	6,3
Toplam	31	100	193,8

Tablo 14’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 31 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan tüm acentelerin (%100) tahsilatını öncelikle kredi kartı ile yaptığı görülmektedir. Sonrasında (%68,8) oranla nakit olarak da tahsilat yapıldığı görülmektedir. Çok az bir acentenin (%6,3) ise vadeli ve elden tahsilat şeklinde tahsilat yaptığı görülmektedir. Son olarak tek 1 acentenin (%6,3) oranla çek\ senet şeklinde tahsilat yöntemlerini kullandığını görülmektedir.

Tablo 15. Vadeli tanzim edilen poliçelerinizin finansmanını hangi yollar ile sağlıyorsunuz?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Kredi Kartı	14	73,7	87,5
Öz Sermaye	5	26,3	31,3
Banka Kredisi	-	0	0
Toplam	19	100	118,8

Tablo 15’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 19 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre acentelerin vadeli tanzim edilen poliçelerin finansmanını (%87,5) çoğunlukla kredi kartı ile sağladığı görülmektedir. (%31,3) oran ile 5 acentenin öz sermayesini kullandığı görülmektedir.

Tablo 16. Acente reklam ve tanıtımınızı hangi yollar ile sağlıyorsunuz?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Sosyal Medya	14	51,9	87,5
TV- Radyo	7	25,9	43,8
Bilboard	4	14,8	25
El Broşürü	2	7,4	12,5
Toplam	27	100	168,8

Tablo 16’da görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 27 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre acenteler reklam ve tanıtımlarında yoğun bir şekilde (%87,5) sosyal medyayı tercih etmektedir. Ardından TV- Radyo reklamlarının (%43,8) ve billboardların (%25) tercih edildiği görülmektedir. En az tercih edilen reklam yolunun ise el broşürleri (%12,5) olduğu görülmektedir.

Tablo 17. Müşterilerinizin beklentilerinde hangi unsurların ağırlığı artmaktadır?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Uygun Fiyat	16	32,7	100
Hızlı Hasar Ödemesi	8	16,3	50
Uzun Taksit	7	14,3	43,8
Anlaşmalı Servis Ağı	6	12,2	37,5
Hizmet Kalitesi	6	12,2	37,5
Geniş Teminat	4	8,2	25
Promosyon	2	4,1	12,5
Toplam	49	100	306,3

Tablo 17’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 16 katılımcı 49 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre müşterilerin beklentilerinde en önemli unsurun 16 acentenin tamamı (%100) tarafından **uygun fiyat** olduğu belirtilmiştir. Sonrasında hızlı hasar ödemesi (%50), uzun taksit sayısı (%43,8), anlaşmalı servis ağı (%37,5) ve hizmet kalitesi (%37,5) şeklinde sıralanmaktadır. Geniş teminatın (%25) ve promosyonların (%12,5) ise müşteri tarafından daha ikinci planda tutulan unsurlar olduğu düşünülmektedir.

Tablo 18. Hangi şirketler ile çalışmaktasınız?

	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	Sayı	%	
Allianz	11	17,7	68,8
Bereket	11	17,7	68,8
Neova	10	16,1	62,5
HDI	6	9,7	37,5
Diğer	6	9,7	37,5
Ak	5	8,1	31,3
Axa	5	8,1	31,3
Anadolu	4	6,5	25
Sompo	4	6,5	25
Toplam	62	100	387,5

Tablo 18’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 16 katılımcı 62 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre acentelerin en fazla tercih ettiği ilk 3 şirket Allianz (%68,8), Bereket Sigorta (%68,8) ve sonrasında Neova Sigortadır (%62,5). Anadolu ve Sompo Sigorta ile çalışmayı tercih eden işletmelerin ise en düşük oranda (%25) kaldığı görülmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında Düzce’de sigortacılık alanında faaliyet gösteren 16 şirket üzerinden sektörün genel durumu ve geleceğe yönelik eğilimlerini belirlemeye yönelik bazı bulgular elde edilmiştir. Bu başlık altında elde edilen bulgular değerlendirilecek ve literatür ile sentezlenerek ortaya çıkan sonuçlar üzerinden sektördeki yöneticilere, çalışanlara ve sektöre girme düşüncesinde olanlara (girişim yada çalışan) yönelik öneriler paylaşılacaktır.

Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya reklam ve tanıtım faaliyetlerinde en çok tercih edilen pazarlama aracı olarak görülmektedir. Sigorta şirketleri tüketicilerle iletişime geçmek için sosyal medyayı en iyi şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Markaların sosyal medya performanslarını tamamen istatistiksel verilere göre tarafsız olarak değerlendiren Boomsocial 2020 Kasım ayı raporunda (Boomsocial, 03.12.2020) Türkiye’de sosyal medyayı en iyi kullanan 10 sigorta şirketi yer almaktadır. Bu bağlamda sektörün en büyük hacimli şirketlerinin bile sosyal medya kanalına muazzam düzeyde önem verdikleri görülmektedir. Şirketlerin kendilerini yeniliklere ve değişime sürekli hazır tutma gereksinimleri bu bağlamda önem arz etmektedir. Yapılan bir araştırmada Türkiye’deki nüfusun %36’sının Z kuşağına ait yaş aralığında olduğu belirtilmektedir (Sigorta Medya, 23.05.2022). Bu konu dikkate alındığında acentelerin gelecek için kendilerini bir şekilde internet ortamına hazır etmeleri gerekmektedir.

Önümüzdeki dönemde sigortacılık sektörünü en fazla etkileyeceği düşünülen değişimlerin başında internetle büyüyen nesil ve mobil uygulamaların olduğunu görülmektedir. Hakeza diğer bir bulguya göre acentelerin en fazla kullandığı bilgi teknolojisi herkesin kolaylıkla kendi telefonundan da ulaşım sağlayabildiği sosyal medya olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sektörün dijitalleşme sürecine adapte olması, gerek kurumsal gerek uygulamalarında teknoloji ve sosyal medya gelişimlerini dikkate almaları kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Bu bağlamda yeni neslin tüketim alışkanlıkları da değişmekte online alışveriş hacminin her geçen gün artış gösterdiği görülmektedir.

Rekabet düzeyi ve performansın artasındaki en önemli faktör olarak acentenin konumu görülmektedir. Bu bağlamda acentenin müşteriye yakın olması önem arz etmektedir. Ancak bu yakınlık sadece fiziksel olarak değil sanal ortam üzerinden de görülebilir, anlaşılır ve erişilebilir olmak, hızlı ve güncel bilgileri paylaşmak önemli unsurlar olarak görülmelidir.

Sigorta acentelerinin en fazla şikayet ettiği konulardan bir tanesi de Bankaların yasal olmayan zorunluluklarla müşterilerini kendileri üzerinden sigorta veya kasko gibi hizmetleri almaya yöneltmesidir. Bankalar poliçe kesmekte fakat hasar sonrası müşterilerine sundukları hizmetlerde problem yaşayabilmektedir. Bunun temel nedeni ise sektörel bağlamda sigorta acenteleri kadar tecrübe sahibi olmamaları gösterilebilir. Bankaların karlılıklarını artırmak için çabaları sigortacılık sektöründe daralmaya neden olmakta, sektörel rekabeti olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla bu konu ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması sigortacılık sektörünün geleceği ve uygun rekabet koşullarının oluşması açısından önem arz etmektedir.

Acentelerin büyümemesindeki en büyük etkenlerden bir tanesi de çalışanların pazarlama yeteneğine sahip olmaması olarak görülmektedir. Düzce’nin küçük bir şehir olması ve müşterilerin ilişkileri üzerinden alışveriş yapma alışkanlığına sahip olması piyasadaki talepte dalgalanmalara neden olmakta, dolayısıyla müşterileri bir yıl farklı acenteye diğer yıl farklı bir acenteye sigortalarını yaptırabilmektedir. Bu sebepten sektörde kapsamlı bir büyüme

gerçekleşmemektedir. İç pazarın daralmaması veya sektörün büyümesi için mutlaka daha geniş kapsamlı stratejiler geliştirilmeli ve Düzce dışındaki farklı yerlere de poliçe kesimi sağlanmalıdır.

Acentelerin poliçe üretim stratejilerinde en etkili faktör olarak müşterilerle etkin iletişim görülmektedir. Özellikle ülkemizin ulusal kültür bağlamında dışil özelliklere sahip olması (Hofstede, 28.08.2022), yani ilişkilere, güvene, samimiyete değer veren yapısı dikkate alındığında insanların yüzyüze iletişimi, tokalaşmayı, sarılmayı ön planda tutması normal görülmektedir. Bu durum samimiyet ve güveni arttırmaktadır. Sigortacılık işinin güven odaklı yapısı nedeniyle müşteri ile iletişimi güçlü tutan acentelerin bir adım önde olacağı düşünülmektedir.

Acentelerin reklam ve tanıtımlarını birkaç yıl öncesine kadar el broşürü ve radyo reklamları aracılığıyla yaptığı bilinmektedir. Fakat el broşürünü dağıtmak hem zaman hem de maliyet gerektirmektedir ve ulaşılabilecek kişi sayısı da sınırlıdır. İçinde bulunduğumuz dönemde çok daha düşük maliyetlerle sosyal medyaya reklam verilerek hem ulaşmak istenilen hedef kitlesini seçip hem de çok yüksek sayıda kişiye erişim sağlanabilmektedir. Bu sebepten artık el broşürü vs. gibi reklam türleri pek kullanılmamaktadır.

Katılımcılara göre müşterilerin sigorta poliçesi kestirirken en fazla önem verdikleri konunun uygun fiyat olduğu saptanmıştır. Sektörel eğilim böyle olmakla birlikte müşterilere detaylı bilgi verilip, hasar sonrası hizmetlerin inceliklerle anlatıldığı bir yöntem kullanılması ve müşterileri de bu yönde bilinçlendirmek önem arz etmektedir. Ülkemizde son 10 yıl içerisinde birçok sigorta şirketinin batması göz önünde bulundurulduğunda en uygun fiyattan ziyade müşterilerin daha kapsamlı teminatları bilinçli bir şekilde anlatıp poliçe satılması daha doğru olacaktır.

Katılımcıların önemli bir kısmının (%87,5) geleceğe dair bir stratejik plana sahip olduğu görülmektedir. Bahsi geçen oran gayet umutlandırıcı niteliktedir. Ancak çevresel koşulların değişim hızı dikkate alındığında ve teknolojik gelişmelerin tüm sektörleri dijital bağlamda zorladığı değişim süreçleri çok daha detaylı, öngörülü ve esnek planlara ihtiyaç olduğu konusunda bizlere sinyaller vermektedir. Şirketler tüm bu koşulları stratejik planlarına dahil etmek durumundadır.

Katılımcılar üniversitenin sigortacılık sektörüne yönelik çalışmalarının yeterli düzeyde olmadığı kanaatindedir. Üniversitenin stajyer imkanı haricinde sektöre yönelik faaliyetleri görülmemektedir. Bu bağlamda şehirde İşletme Fakültesi altında bulunan Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik bölümü öğrencilerinin 4 senelik eğitim ile sektöre önemli katkıları olacağı düşünülmektedir. Türkiye’de 4 senelik sigortacılık eğitim veren nadir kurumlardan biri olması ve yüksek lisans seviyesinde de eğitim vermesi nedeniyle önümüzdeki yıllarda sektöre yönelik faaliyetlerinde artış olabileceği beklentisi oldukça yüksektir.

Avrupa’daki sigortacılık sistemi incelendiğinde ülkemizde halen eksik yanların olduğu görülmektedir. Örneğin, Türkiye’de bir poliçenin vadesi zorunlu olarak bir yıldır, trafik sigortası ve kasko ayrı ayrı kesilebilmektedir. Avrupa’da ise müşteriler aynı anda tüm sigortalara ulaşabilmekte, istenilen teminatı satın alıp istenilen teminatı almadan vadesini de ister 3 aylık ister 6 aylık veya 1 yıllık olarak aynı zamanda trafik sigortasına kaskoyu da

ekleyerek satın alabilmektedir. Bu durum Türkiye’de henüz aktif olarak kullanılamamaktadır. Dolayısıyla teknoloji aracılığıyla süreci daha bütüncül görmeyi sağlayabilecek yatırımlara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Ülkemizde sigortacılık sektörü açısından 31/12/2017 itibarıyla toplam sermayenin %70,5’i yabancılara aitken, toplam primin %64’ü yabancılar tarafından üretilmiştir (Çorlu TSO, 28.06.2022). 2015 yılına kadar yerli sigorta şirketi az sayıda ve yabancı ortaklarla hareket etmekteyken son yıllarda yerli sigorta şirketlerine yönelik yatırımlarında artış gösterdiği söylenebilir. Türkiye’deki pazarı bilen profesyonel sigortacılar kendilerine yerli sermayedar bulup sigorta şirketleri kurmaktadır. Bu bağlamda sektördeki yabancı yatırım tekelinin kırılması açısından devlet teşvikine ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Özet olarak bilimsel çalışmalarla sektörel dinamikler bir araya geldiğinde ülkenin potansiyelini daha iyi kullanabileceği belirtilmektedir. Özellikle sektörün online işlemlere yatkın yapısının daha iyi değerlendirilmesi gerektiği, sosyal medya kanallarının özellikle pazarlama açısından daha etkin kullanılması gerektiği tespit edilmiştir. Müşteri açısından fiyat rekabeti ve hasar ödeme konularının öncelikli olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca sigortaların kendine has yapısına yönelik satış becerileri yüksek personel temini ve bankaların sektöre yönelik müdahaleleri makro çerçevede ele alınması gereken konular olarak ön plana çıkmaktadır.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Baştürk, F. H., Çakmak, D., & Demirtaş, B. (2017). *Sigortacılığa Giriş*. Ankara: Bankacılık Akademisi Yayınları.
- Boomsocial. (2020). Boomsocial Kasım Ayı İstatistikleri. <https://www.sigortahaber.com/sosyal-medya/sosyal-medyada-2020-kasim-ayinin-en-basarili-ilk-10-sigorta-sirketi-h11274.html>, Erişim Tarihi: 21.12.2020.
- Çipil, M. (2004) *Dünyada Zorunlu Sigorta Uygulamaları ve Türkiye Örneklerinin İncelenmesi*, Milli Reasürans T.A.Ş. Yayınları: İstanbul.
- Çorlu TSO. (2022). *Sigortacılık Sektörü’nün Ülkemiz Genelinde Değerlendirilmesi*. https://www.corlutso.org.tr/uploads/docs/sigortacilik_sektor_raporu.pdf, Erişim Tarihi: 28.06.2022.
- Dalkılıç, N. (2012). Türkiye’de Hayat Dışı Sigortacılık Sektöründe Etkinlik Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (55), 71-90.
- Demir, F. O. (1996). *Sigorta İşletmesi ve Pazarlaması*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, SBE, İşletme ABD. İstanbul.

- e-ticaret (e-ticaret Bilgi Platfotmu). (2020). “2020 Yılı İlk 6 Ay E-Ticaret Verileri Açıklandı”.
<https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10040/detay#:~:text=Ticaret%20Bakan%C4%B1%20Ruhsar%20Pekcan%2C%20T,700%20milyon%20lira%20oldu%C4%9Funu%20bildirdi>. Erişim Tarihi: 21.12.2020.
- Genç, Ö. (2002). Sigortacılık sektörü ve Türkiye'de sigorta sektörünün fon yaratma kapasitesi. Türkiye Kalkınma Bankası.
- Hofstede, G. (2022). Compare Countries. <https://www.hofstede-insights.com/fi/product/compare-countries/>, Erişim Tarihi: 28.06.2022.
- Karasu, R. (2015). 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun Sorumluluk Sigortalarına İlişkin Hükümlerinin Değerlendirilmesi. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 6(4), 683-706.
- Karasu, R. (2016). Sigorta tahkimi ile ilgili güncel sorunlar ve çözüm önerileri. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 1(26), 49-69.
- Kayıhan, Ş. (2016). Zorunlu mali mesuliyet sigortasında (ZMMS= Trafik sigortası) sigorta ettirenin kendi tam kusuru ile vefatı halinde mirasçıların üçüncü kişi sıfatıyla müteveffanın sigortacısına başvurmaları durumuna ilişkin hukuki düşünceler. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 22(1), 251-264.
- Mahmutoğulları, S. N. (2008). Avukatlık mesleki sorumluluk sigortası. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özyalçın, Z. C. (2017). Türk Sigorta Sektörünün Gelecek Perspektifi: Sorunsuz Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Hukuku ve Avrupa Birliği ABD, İstanbul
- Resmi Gazete, (2007). 26579 Sayılı Sigorta Branşlarına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2007/1) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/07/20070711-6.htm>
- Sigortacı Gazetesi, (2019). “Türkiye'nin sigortası geleceği konuştu”, <https://sigortacigazetesi.com.tr/turkiyenin-sigortasi-gelecegi-konustu/>, Erişim Tarihi: 12.10.2020.
- Sigortacılık Kanunu. (2019). Kanun No.5684, Kabul Tarihi: 3/6/2007, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/06/20070614-2.htm>, Erişim Tarihi: 15.10.2019.
- Sigorta Medya. (2022). Sigorta sektörü Z kuşağını ne kadar tanıyor?. <https://www.sigortamedya.com.tr/sigorta-sektoru-z-kusagini-ne-kadar-taniyor/>, Erişim Tarihi: 28.06.2022.

- Suğur, N. (2009). Sosyolojide Araştırma Yöntem Ve Teknikleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Swiss Re, Sigma World Insurance in 2013: Steering Towards Recovery, <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2014-03.html>
No:3/2014, Erişim Tarihi:07.11.2020
- Trafik Sigortası Bilgi Merkezi Yönetmeliği. (2007). Sayı: 26490, Madde 4. Kabul Tarihi: 11.04.2007, Erişim Tarihi: 02.11.2019. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/04/20070411-3.htm>
- TTK (Türk Ticaret Kanunu). (2011). Kanun No. 1453-1487. Kabul Tarihi: 14.02.2011, <https://www.tsb.org.tr/default.aspx?pageID=654&yid=193>, Erişim Tarihi: 15.10.2019.
- TSRSB (Türkiyede Sigortacılık, Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği). (2013). <https://www.tsb.org.tr/turkiyede-sigortacilik.aspx?pageID=439> Erişim Tarihi: 01.11.2020.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB). (2020). “İstatistikler”. <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909>, Erişim Tarihi: 01.09.2020.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB). (2021). “Sigorta Tanımları”. <https://www.tsb.org.tr/sigortatanimlari.aspx?pageID=648>, Erişim tarihi: 20.02.2021.
- Ulaştırma ve Lojistik Sektör Raporu (2018). <https://www.ulk.sakarya.edu.tr/wp-content/uploads/2018/05/Ula%C5%9Ft%C4%B1rma-ve-Lojistik-Sekt%C3%B6r-Raporu-2018.pdf>, Erişim tarihi: 20.02.2021.
- Yayla, Ş. O. (2019). Sigortacılık ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Durumu. *Liberal Düşünce Dergisi*, 24(94), 107-125.
- Yenisu, E. (2019). Sigortacılık Sektörü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(2), 206-217.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

ALIŞVERİŞ ALIŞKANLIKLARI AÇISINDAN KADIN TÜKETİCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİ İLE MÜZİĞE GÖRE MAĞAZADA KALMA VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ: GİYİM VE KİŞİSEL BAKIM SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Abdulvahap BAYDAŞ¹

Serhat ATA²

Fatma ÇETİNKAYA³

Öz

Hızla değişen perakende sektöründeki mağazalarda tüketiciyi çeken atmosfer gittikçe önem kazanmaktadır. Bu atmosfer içinde en büyük paylardan birine sahip olan müzik de git gide önemli hale gelmektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde müziğin satın alma davranışlarında büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında bireysel yenilikçilik kavramı da gittikçe gelişen ve değişen teknoloji de önemli kavramlardan biri haline gelmiştir. Bu çalışmada kadın tüketicilerin bireysel yenilikçiliğinin çalan müziğe bağlı olarak mağazada kalma süreleri ve satın alma davranışlarına etkisi alışveriş açısından değerlendirilerek giyim ve bakım sektörü üzerinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında 393 kadın katılımcıdan toplanan verilere SPSS (Statistical Package for Social Science) paket programında faktör analizi ve güvenilirlik testleri ile birlikte etki ve aracılık testlerini gerçekleştirmeye yönelik regresyon ve process makro analizleri uygulanmıştır. Ampirik araştırma sonuçları bireysel yenilikçiliğin, çalan müziğe bağlı olarak mağazada kalma süresi ve satın alma üzerinde anlamlı bir şekilde etkili olduğunu, ayrıca mağazadan alışveriş alışkanlıklarının da söz konusu ilişkide kısmi aracılık rolüne sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Mağaza Atmosferi, Müzik, Bireysel Yenilikçilik, Kadın Tüketiciler, Satın Alma Davranışı

IN TERMS OF SHOPPING HABITS, THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL INNOVATIVENESS OF FEMALE CONSUMERS AND TIME SPENT IN STORE, PURCHASE BY MUSIC: AN EVIDENCE FROM CLOTHING AND SELF-CARE INDUSTRY

¹ Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, abdulvahapbaydas@duzce.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4471-3470

² Arş. Gör., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, serhatata@duzce.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5423-5118

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, fatma.mesut.cetinkaya@gmail.com ORCID ID:0000-0003-0481-9446

Bu Yayıma Atıfta Bulunmak İçin: Baydaş, A., Ata, S., & Çetinkaya, F. (2022). Alışveriş Alışkanlıkları Açısından Kadın Tüketicilerin Bireysel Yenilikçiliği ile Müziğe Göre Mağazada Kalma ve Satın Alma Davranışları İlişkisi: Giyim ve Kişisel Bakım Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2 (1), 56-72.

Abstract

The atmosphere that attracts the consumer is gaining more and more importance in the stores trying to survive in the rapidly changing retail sector. Music, which has one of the biggest shares in this atmosphere, is also vital. When the researches are examined, it is seen that music has a large share in purchase behaviors. In addition, the concept of individual innovation has become one of the important concepts in the ever-developing and changing technology. In this study, a survey was carried out on the clothing and self-care industry by evaluating the effect of individual innovativeness of female consumers on the time spent in the store and their purchase behavior in terms of shopping. Within the scope of the study, factor analysis and reliability tests as well as regression and process macro analyzes were applied to the data collected from 393 female participants in the SPSS (Statistical Package for Social Science) package program. Empirical research results show that individual innovativeness has a significant effect on time spent in the store and purchase in line with music in the store, and that in-store shopping habits also have a partial mediation role in this relationship.

Keywords: Store Atmosphere, Music, Individual Innovativeness, Woman Consumers, Purchase Behavior

1. Giriş

Duyguları etkileyen müziğin hayatımızdaki yeri çok önemlidir. Tempolu, coşkulu, insanları etkileyerek motivasyonlarını arttıran şarkıların sportif faaliyetlerde çalınması; seyirci ve oyuncular için motivasyon kaynağıdır. Bu durum müziğin hayatımızdaki yerini gösteren en önemli ipuçlarından biri olarak gösterilebilir. Doğumdan ölüme kadar müziğin her yerde olduğunu kanıtlarından biri de yeni doğan bebeklere ninni söylenerek sakinleştirilmeye çalışılmalarıdır. Müzikle duyguları etkileyerek insanların ruh halinin değiştirilebileceği bilinen bir gerçektir.

Müziğin iş hayatına etkileri de araştırılmaktadır ve bu konu 2 grup üzerinde yoğunlaşır: çalışanlar ve müşteriler. Çalışan grubu için motivasyonlarını arttırmak ve onlara moral vermek amacıyla müzik kullanılmaktadır. Müzik sayesinde morali yüksek olan çalışanlarda daha fazla verim alınabilir. Bunun yanında durmadan aynı işi yapan çalışanlarda konsantrasyonu arttırmak amacıyla da müzik kullanılmaktadır (North ve Hargreaves, 2009).

Müşteri açısından müzik kullanımı ise daha çok müşteri memnuniyetini arttırıp müşteriyi satın almaya yönlendirmek için kullanılmaktadır. Günümüzde perakende kuruluşları düşünüldüğünde satılan üründen çok mağaza atmosferinin ön plan çıktığı görülmektedir. Mağazaların mevcut müşterilerini elinde tutarken aynı zamanda müşteri adaylarını da kendilerine çekmesi gerekir. Bu nedenle mağazalar farklılaşmaya ihtiyaç duymaktadır. Rekabet unsuru olarak genellikle mağaza atmosferleri kullanılmaktadır. Mağaza atmosferini hedef kitlenin demografik özelliklerine göre düzenlemek büyük bir avantaj sağlamaktadır.

Bu araştırmada alışveriş merkezinde çalan müziğin ve bireysel yenilikçiliğin kadın tüketicilerin mağazada kalma süreleri ve satın alma davranışları üzerindeki etkisi; mağazaya yönelik alışkanlıklar açısından incelenmiştir. Bu kapsamda sırasıyla yenilik, yenilikçilik ve bireysel yenilikçilik kavramlarından bahsedilmiş, müzik ile tüketici arasındaki ilişki hem mağazaya yönelik alışkanlıklar hem de satın alma açısından irdelenmeye çalışılmıştır. Sonraki

bölgelerde araştırma yöntemi ile tasarlanan araştırma modeli ve hipotezlere değinilerek gerçekleştirilen analizler ve sonuçlarına yer verilmiştir.

2. Yenilik, Yenilikçilik ve Bireysel Yenilikçilik

Yenilik; kişi, grup, organizasyon veya toplum için önemli faydalar içerecek şekilde tasarlanıp benimsenen düşünce, süreç, eser ve yöntemlerin yönetsel sunum ve uygulaması olarak tanımlanmaktadır. Yenilik terimi, en genel anlamıyla bir şeyleri yapabilmek için kullanılan yeni yol demektir. Yenilikçilik ise yeni düşüncelerin kullanılmasını içine alan, farklı ürün ve hizmet üretimini ve olaylara farklı bakış açıları sunulmasını gerektiren bir kavram olarak tanımlanabilir (Zacher ve Wilden, 2014).

Sosyal yaşamın ve iş yaşamının gelişmesinde bireylerin rolü çok önemlidir. İş yaşamının koşulları ile toplumsal, teknolojik ve bireysel koşullar bireyleri yenilikçi olmaya teşvik etmektedir. Bireyleri iş yaşamında başarılı olmaya zorlayan yenilikler; bilgi ve becerilerin güncel olması ve bunların durmadan geliştirilmesi zorunluluğudur. Her iki zorunluluk da farklı oranlarda fertleri yenilikçi olmaya zorlar. Bu anlamda bireysel yenilikçilik “Herhangi bir ürünün, hizmetin ya da sürecin fert tarafınca yeni olarak algılanması ve tanımlanması olarak anlatılabilir.” (Işık ve Türkmendağ, 2016). Bu açıdan bireysel yenilikçilik, bir tanım ve tanımın yeni olarak kabul edilmesi şeklinde özetlenebilir.

Bireysel yenilikçilik bireylerin öğrenme, kabul ve uygulama yeteneği olarak da görülebilir. Aynı zamanda risk alma, uyum sağlama, kabullenme, tolerans gösterme ve yeni tecrübelerle karşı açık olma gibi durumları da ifade etmektedir (Korucu ve Olpak, 2015). Diğer bir tanımla bireysel yenilikçilik, bireyin yarar sağlayacak ve toplumsal gelişmeye katkısı olacak bir yeniliği isteyerek ortaya koyma veya uygulama eğilimidir (Goepel vd., 2012). Bireysel yenilikçilik, yenilik süreciyle ilgili davranışları içermektedir. Bu açıdan bireysel yenilikçilik, yenilikle alakalı bireysel iş performansını göstermektedir (Handerman ve Cantner, 2017).

Bireysel yenilik davranışları üzerine yapılan çoğu ampirik araştırma, işyerinde bireysel yenilik ve bireysel yaratıcılığa odaklanmıştır (Goepel vd., 2012). Kişisel yenilik, kişisel yaratıcılıkla ilgilidir. Herkesin doğal eğilimlerine ve risk alma eğilimlerine bağlı olarak bir miktar yaratıcılığı vardır. İnsanlar daha yaratıcı düşünme ve yaratıcı düşünme stratejilerini uygulamak için eğitilebilir. Teorisyenler vaka çalışmaları, deneyler ve çeşitli araştırma yöntemleri aracılığıyla bireylerin yaratıcı bileşenlerini ortaya çıkarmaya çalışırlar. Bu bileşenlerin bilgi (bireyin yaratıcı çabalarını destekleyen anlayış), yaratıcı düşünme (insanların problemlere yaklaşma şekli) ve motivasyon (yaratıcılıkta önemli bir faktör) olduğu söylenir (Tewari, 2011).

Bir ihtiyacı belirlemek ve bu ihtiyacı karşılamak için harekete geçmek, yeniliği değerlendirme sürecinin başladığı anlamına gelir (Tolba ve Mourad, 2011). Yeniliği başlatma, öncelikle bireysel yaratıcılığa/yenilikçiliğe dayanır (Kaasa ve Vadi, 2010). Bireysel yenilikçilik, bireyin değişme ve yeni şeyler denemek isteme eğilimini veya teknolojiye ve yeniliğe uyum sağlama yeteneğini ifade eden bir kişilik özelliği olarak tanımlanabilir (Lin ve Filieri, 2015). Toplumdaki insanların bazıları yeni teknolojiye daha kolay uyum sağlarken bazıları bu konuda geride kalabilmektedir. Çünkü yaş ve ikamet edilen bölge gibi demografik veriler, ücret ve sosyal sınıf gibi sosyoekonomik veriler, kişilik gibi psikolojik özellikler ile

değer sistemi ve etnik köken gibi kültürel özellikler; inovasyonu benimseme sürecini etkilemektedir (Kumar, 2014).

3. Müzik – Tüketici İlişkisi

Müzik ve ses, dünyanın her yerindeki insanların hayatının bir parçasıdır. İnsanlar her gün ruh hallerine veya yaptıkları işe göre müzik dinler ve müzik seçimi değişebilir. Pazarlamacılar, kitlesel pazarlama stratejilerinde müziği kullanır. Müziğin bilgiyi ilettiği, bilinç yarattığı ve özellikle fikirleri geliştirdiği; uzun zamandır bilinmektedir (Hultén vd., 2009). Başka bir deyişle müzik; duyguları, niyetleri ve duyguları dinleyiciye ileten bir araçtır. Markalar değerlerini, imajını, kültürel referansını ve stratejilerini müziğe yansıtır; müzik, marka kimliğini tanımlamak, algıları ve değerleri etkilemek, hafızaya yardımcı olmak, satın almaları yönlendirmek gibi birçok amaca hizmet edebilir (North ve Hargreaves, 2009).

Müziğin gücü, farkında olunmasa bile insanlar üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilmektedir. Algı her zaman açık olduğundan, sinyal kalıcı olarak yakalanır. Ayrıca, insanlar hayatlarının bir noktasında duyduğu müziği tekrar işittiğinde, aradan uzun bir süre geçmiş olsa dahi, bu müziği çok iyi hatırlama eğiliminde olduğuna dikkat edilmelidir (O' Reilly vd., 2013). Müziğin, şirketlerin tüketicilerle etkileşimi üzerinde büyük bir etkisi vardır. Etkili bir müzik stratejisi, tüketici deneyimini iyileştirmeye yardımcı olacaktır. Rekabetçi küreselleşmiş bir dünyada, marka çeşitliliğini, bilgiyi, bilgili müşterileri, duysal pazarlamayı ve özellikle deneyimi geliştirmek için müziği kullanmak önemlidir (O'Reilly vd., 2013).

Arka plan müzikleri, bireylerin davranışlarına yön vererek kararlarını etkilemektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak arka plan müziklerinin alışveriş etkinliğinin önemli bir parçası olduğunu söyleyebiliriz. Arka plan müziği, bekleme sırasında geçen zaman algısını, alışveriş süresini, satın alma kararı sürecini ve satın alma kararını, personel ile tüketici arasındaki iletişimi, marka imajını ve kurumsal imajı, çalışanların verimini etkilemektedir. Müzik, psikolojik hastalıkların tedavisinden iş yeri çalışan motivasyonuna kadar geniş bir kullanım alanına sahipken mağaza atmosferi oluşturmada kullanılan en önemli araçlardan biri olduğu göze çarpmaktadır. Müzik temposu ve türünün tüketici üzerindeki büyük etkisi birçok araştırmayla kanıtlandığı için, mağaza yöneticilerinin arka plan müziği kullanması rekabet avantajı sağlayacaktır (North ve Hargreaves, 2009). Günümüz şartlarında hizmet sektöründeki kafe, restoran ve mağaza gibi işletmelerde kendi arka plan seslerine karşı bir maskeleye ya da satış stratejisi olarak arka plan müziği kullanılmaya başlamıştır (Çakır ve İlal, 2013). Mağaza atmosferini doğru ve etkin kullanarak rekabet avantajı elde eden mağazalar, diğerlerine karşı ayakta kalabilmektedir.

Tüketici davranışları ile tüketicilerin mağaza atmosferlerine verdikleri tepkileri ölçen uzmanlar; kullanılan müziklerin tempo, tarz gibi özelliklerini incelemişler ve bu özelliklerin tüketicilerin zamanı algılaması, ruh halleri, harcama miktarları, hızları vb. üzerindeki etkilerini değerlendirmişlerdir (Akkuş ve Karkın, 2009). Mağazalarda kullanılan müziklerin yanlış seçilmesi, müşteri memnuniyetsizliğine sebep olabilmektedir. Bu durum sonucunda yanlış seçilen müzik, tüketicilerin geri dönme isteği olmadan mağazayı terk etmesine, dolayısıyla daha az satışa sebep olacaktır. Diğer taraftan doğru seçilen müzik sadece tüketici mağazada kalmaya değil aynı zamanda mağazaya geri dönmeye de teşvik edecektir (Shin vd., 2015). Müzik,

tüketiciye ulaşma sürecinde tüketiciye çeşitli katma değerler katar ve tüketici için istenilen bilişsel etkiyi yaratır. Müziğin ruh haline göre kullanılması, müziğin tüketiciyle duygusal olarak bağlantı kurmasını sağlayarak ruh haline iletilen mesajı güçlendirir; öne çıkmayı ve tüketicinin dikkatini çekmeyi kolaylaştırır. (Batı, 2018). Mağaza içi müzik, tüketicileri etkiler ve onlara rehberlik eder. Müzik seçimi, mağaza atmosferinde hedef kitlenin özelliklerini dikkate alınmalıdır. Ayrıca müzik, tüketicileri, planlamadan mağazalara çekebilir ve yönlendirebilir. Tüketicilerin mağazada tercih ettiği müzik türünü çalmak mağaza imajına olumlu katkı sağlamaktadır. Müziğin tüketiciler üzerindeki ana etkisi, satın alma davranışını doğrudan etkilemesi, tüketicilerde belirli duygusal tepkiler vermesi, mağaza trafiğini ve tüketicilerin yürüme hızlarını ve ruh hallerini etkilemesi, kişilerin kaygı ve depresyonunu azaltması, tüketim eğilimlerini oluşturmaları şeklinde özetlenebilir (Arslan, 2011).

Müziğin insan psikolojisine etkilerinin araştırılmasına 2000’li yıllarda başlanmıştır ve halen devam etmektedir. Müziğin bireyler üzerinde bilinçli olarak farklı psikolojik etkilerinin olması, bu etkileşimlerin bireysel özelliklere göre farklılık göstermesi ve müziğe ilginin kişiden kişiye, ortamdaki ortama farklılık göstermesi dikkat çekicidir. Müziğin tüketiciler üzerindeki etkisi kendini üç şekilde gösterir: bilişsel, duygusal ve davranışsal. Duygusal faktörler, tüketicinin ruh halini; davranışsal faktörler, satın alma kararları ve mağazada kalma süresini; algı faktörleri, algılama süresi ve müşteri beklentilerini içerir (Mekik, 2018).

Yıllar içinde, mağazalarda farklı tipte arka plan müziği kullanmanın alışverişe etkisini inceleyen çok sayıda çalışma yapılmıştır. Araştırmaların sonucunda, satın alma davranışlarına etki eden bazı müzik özellikleri olduğu tespit edilmiştir. Bunlar; tempo, perde, ses ve türdür. Bu özellikleri en uygun şekilde kullanan firmalar tüketici ile ilişki kurmada problem yaşamamaktadır. Fakat, mağaza atmosferine uygun olan müziğin kolay değildir. Arka plan müziğinden aynı derecede etkilenilen, tüm tüketiciler için elverişli bir alışveriş deneyimi sağlanamamaktadır. Bundan dolayı, firmaların tüketicilerini iyi tanıması ve kendi tüketicilerine uygun müzikler seçerek pazarlamalarına devam etmesi en doğru yoldur. Araştırma sonuçlarına göre, tüketiciler müziğe maruz kaldıklarında daha fazla alışveriş yapma eğilimindedirler. Araştırmalarda, tüketicilerin herhangi bir satın alma planı olmasa bile mağaza içinde çalan müzikten etkilenerek alışveriş yaptıkları dikkat çekici bir unsurdur (Jeon ve Yi, 2016).

Müzik, satın alma ve pazarlama ilişkisini içeren farklı yıllar, yerler ve kişilerle yapılmış çok sayıda araştırma vardır. Bu çalışmaların amacı, arka plan müziğinin satın alma kararları, lokasyona ulaşma süresi, mağaza ruh hali ve marka imajı gibi perakende faktörleri üzerindeki etkisini araştırmaktır (Mekik, 2018). Literatürde yer alan bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir;

Kutlay (2007), müziğin bir pazarlama elementi olarak tüketici üzerindeki duygusal, algısal ve davranışsal etkilerini anlamak için bir çalışma yapmıştır. Müziğin bir pazarlama unsuru olarak kullanılmasının tüketicilerin sunulan ürüne yönelik duygusal, algısal ve davranışsal tepkilerini nasıl yönlendirdiğini ve bununla profesyonel olarak nasıl başa çıkılacağını, pazarlanan ürün ve hizmetlerin marka imajını ve satış rakamlarını nasıl etkilediğini bilimsel yöntemlerle araştırmak istemiştir. Araştırmayla, müziği bir pazarlama öğesi olarak kullanmanın tüketicilerin satışa sunulan ürünlere yönelik duygusal, algısal ve davranışsal tepkilerini nasıl şekillendirdiğini ve pazarlama hizmetlerinin marka imajını ve satışları nasıl olumlu etkileyebileceğini ortaya koymaya çalışmıştır.

Broekemier ve arkadaşları (2008) çalışmalarında müzikteki iki boyuttan satın alma niyeti üzerinde en çok etki edenin hangisi olduğunu belirlemeye çalışmıştır. Araştırmaya göre, katılımcıların mutlu ve popüler müzik çalındığında satın alma niyetinde artış olduğu, müzik çeşidinin satın alma niyeti üzerinde doğrudan etkisi olduğu saptanmıştır.

Barbosa ve Andrade (2009), kadın giyim mağazasında çalan müziğin satıcı motivasyonu ve davranışı üzerindeki etkisiyle algı ve tüketici davranışı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu amaçla müşteriler, tedarikçiler ve kasiyerlere anketler yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde, satın alma niyeti ve mağazadan tekrar alışveriş yapma niyeti ile ilgili maddelerin pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür.

Jain ve Bagdare (2011), müzik değişkenleri ve tüketici tepkileri arasındaki ilişkiyi araştırmak için perakende sektöründe müziğin tüketim davranışları üzerinde etkisini incelemiştir. Araştırmaya göre müziğin; bilişsel, duygusal ve davranışsal bir etki, özellikle tutum ve algı, harcanan zaman ve para, ruh ve duygu olarak tüketim deneyimi olduğu bildirilmiştir. Sonuç olarak müziğin etkisinin, müşteri ve mağaza profillerinden, satın alma süresinden ve diğer atmosferik faktörlerden etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Çınar (2011), satış departmanlarının müzik seçimlerinin çalışanlar ve müşteriler üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak için teknoloji marketleri ve süpermarketlerdeki müzik deneyimini karşılaştırmaktadır. Araştırma sonucunda teknoloji marketi çalışanları hareketli müzik tercih ederken süpermarket çalışanları daha hafif tempolu müzikler tercih etmektedir. Bu durum sonucunda müziğin satış arttırmada ve çalışan motivasyonunda önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir.

Andersson ve arkadaşları (2012) mağaza içinde çalan müziklerin tüketici davranışlarının cinsiyet olarak fark gösterip göstermediğini incelemişlerdir. Sonuçlar incelendiğinde, kadın tüketicilerin müziksiz veya yavaş şarkıların kullandığı ortamlarda daha pozitif, erkek tüketicilerin ise müzikli veya daha hızlı müziklerin bulunduğu ortamlarda pozitif oldukları belirlenmiştir.

Kırkbir, Cañçelik ve Biçer (2013), mağaza müziklerindeki ses beğeninin tüketiciler üzerindeki etkisini demografik özellikler bakımından incelemişlerdir. Çalışmada müziğin, mağaza atmosferindeki etkili elemanlardan biri olduğu ve şiddeti ile tüketici beğenisinin mağazada geçirilen süreyi ve alım potansiyelini arttığı varsayımından yola çıkılarak müziğin tüketici ile mağaza atmosferi arasında iletişim aracı olduğu ve tüketicilerin karar aşamalarında etkisi olduğu tahmin edilmiştir. Bunun yanında çalışma sadece mağazada geçirilen süre üzerinden yapılmış, satın alma kararı üzerindeki etki araştırılmamıştır.

Fettahlıoğlu (2014), mağaza atmosferi elemanlarının erkek ve kadın tüketicileri benzer şekilde etkilediğini belirtmiştir. Bunun yanında çalışma sonucuna göre mağaza arka plan müziğinin kadınların satın alma davranışı üzerinde daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

North ve arkadaşları (2016), müziğin ürün hafızası, algısı ve seçimi üzerindeki armonik etkilerini araştırmıştır. Müzikal armoni etkileri ile tutarlı sonuçlara dayalı olarak, bir ürün veya ürün grubu için arka plan müziğinin kavramsal olarak bilişsel hatırlamayı arttırdığı, ürün seçimini geliştirdiği ve tüketici tarafında armoni ürünlerinden etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Sing (2018), bir perakende ortamında süpermarket müşterileriyle etkileşime giren arka plan müziğinin, tüketici satın alma davranışına etki etmesinin yanında insanları rahatlattığını ve mağazayı bir keyif ortamına dönüştürdüğünü ortaya koymuştur. Sonuçlara göre, perakende mağazalarını tekrar ziyaret eden tüketicilerin hoş bir alışveriş deneyimi aracılığıyla satın alma davranışlarını doğrudan etkilediği sonucuna varılabilir. Singh (2018) araştırmasında, doğru kullanılan arka plan müziği ile müşterilerin tekrar aynı süpermarkete gelip keyifli bir şekilde alışveriş yapabilecekleri sonucuna varmıştır.

Başdeğirmen ve Tunca (2018) araştırmalarında arka plan müzik tür, tempo ve ses yüksekliğinin tüketicilerin satın alma davranışı ve beğenilerinde etkilerini incelemişlerdir. Araştırmaları neticesinde arka plan müziklerinin müşteri beğeni ve satın alma davranışları üzerinde etkisi olduğunu gözlemlemişlerdir.

Reinoso-Carvalho ve arkadaşlarının (2019) mağaza ortamındaki müziğin gerçek ve algılanan alışveriş sürelerine etkisini araştırdığı çalışmada, farklı yıllarda yapılan araştırmalar müziğe maruz kalma başlığı altında; müziğin satın alma kararlarına etkisi, yaş ve cinsiyet faktörleri, müzik türü, hızı ve şiddetinin etkileri, tanınan ya da tanınmayan müziklerin etkileri gibi konular üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mağaza içi arka plan müziklerinin genç tüketiciler üzerinde etkili olup alışveriş süresini uzattığı ama orta yaş ve üzeri tüketicilerde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Literatür çalışmalarına göre müzik, tüketicilerin satın alma kararı üzerinde doğrudan etkilidir. Bunun yanında marka sadakati oluşturmada önemli bir faktördür ve hizmet sağlanan ortam hakkında olumlu izlenim bırakılmasını sağlar. Ayrıca, zaman algısını ve marka imajını da etkilemektedir. Tüketici üzerinde belirli duygusal etkiler oluşturur. Mağaza arka plan müzikleri, mağaza personelinin performansını da doğrudan etkilemektedir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Bu kısımda; araştırmanın amacı, evren ve örnekleme, modeli, hipotezleri, analizi ve bulgular alt başlıklar halinde açıklanmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı kadın tüketicilerin bireysel yenilikçiliğin, mağazada arka plan müziği alışveriş etkileşimine etkisinde mağazaya yönelik alışkanlıklarının aracı rolü olup olmadığını giyim ve kişisel bakım sektörleri açısından incelemektir.

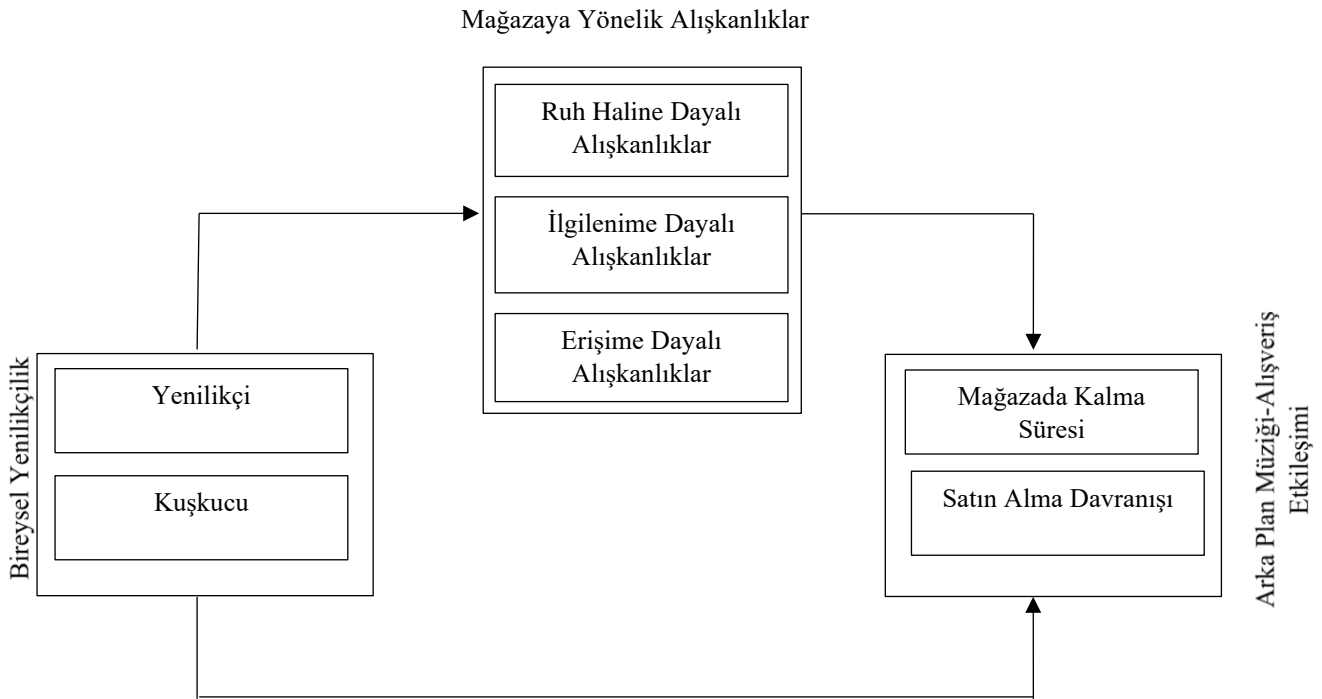
4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın konusu olan ana kütle mağazada alışveriş yapan kadın tüketicilerdir. Mağaza alışverişi yapan kadın tüketiciler için %95 güven aralığı göz önünde bulundurularak kabul edilebilir örneklem büyüklüğü en az 384 olmalıdır (Altunışık vd. 2007). Anket uygulamasına Kasım - Aralık 2021'de yapılmıştır. Kolayda örneklem yöntemiyle seçilen toplam 393 katılımcıya çevrimiçi olarak anketler yapılmış ve toplanan verilerden geçerli 393 adet veri değerlendirmeye alınmıştır. Toplanan veriler SPSS analiz programında analiz edilip yorumlanmıştır.

4.3. Ölçüm Araçları

Çalışmada kullanılan anket 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ve alışverişe çıkma sıklığı ve en çok satın alınan ürün grubunu belirlemeye yönelik sorular ve alışveriş alışkanlıklarına dair 15 soru – 3 boyuttan oluşan 5’li likert ölçek sorusu yöneltilmiştir (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum). İkinci bölümde müzik dinleme alışkanlıklarına dair çoktan seçmeli 3 soru sorulmuştur. Üçüncü bölümde mağazalardaki müziğin alışverişe etkisine dair 15 soru – 2 boyuttan oluşan 5’li likert ölçek sorusu sorulmuştur (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum). Son bölümde ise bireysel dair 10 soru – 2 boyuttan oluşan 5’li likert ölçek sorusu sorulmuştur (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum).

4.4. Araştırmanın Modeli



Şekil 1. Araştırma Modeli

4.5. Araştırmanın Hipotezleri

Literatürde yer alan bu bilgiler doğrultusunda araştırmada aşağıda verilen hipotezler geliştirilmiştir.

H₁: *Bireysel Yenilikçilik mağazaya yönelik alışkanlıkları etkilemektedir.*

H_{1a}: Yenilikçilik ruh haline dayalı alışkanlıkları olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1b}: Yenilikçilik ilgilenime dayalı alışkanlıkları olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1c}: Yenilikçilik erişime dayalı alışkanlıkları olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1d}: Kuşkuculuk ruh haline dayalı alışkanlıkları olumsuz yönde etkilemektedir.

H_{1e}: Kuşkuculuk ilgilenime dayalı alışkanlıkları olumsuz yönde etkilemektedir.

H_{1f}: Kuşkuculuk erişime dayalı alışkanlıkları olumsuz yönde etkilemektedir.

H₂: *Bireysel yenilikçilik arka plan müziği-alışveriş etkileşimini etkilemektedir.*

H_{2a}: Yenilikçilik mağazada kalma süresini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{2b}: Yenilikçilik satın alma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.

H_{2c}: Kuşkuculuk mağazada kalma süresini olumsuz yönde etkilemektedir.

H_{2d}: Kuşkuculuk satın alma davranışını olumsuz yönde etkilemektedir.

H₃: *Mağazaya yönelik alışkanlıklar arka plan müziği-alışveriş etkileşimini etkilemektedir.*

H_{3a}: Ruh haline dayalı alışkanlıklar mağazada kalma süresini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{3b}: Ruh haline dayalı alışkanlıklar satın alma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.

H_{3c}: İlgilenime dayalı alışkanlıklar mağazada kalma süresini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{3d}: İlgilenime dayalı alışkanlıklar satın alma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.

H_{3e}: Erişime dayalı alışkanlıklar mağazada kalma süresini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{3f}: Erişime dayalı alışkanlıklar satın alma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: *Bireysel yenilikçiliğin arka plan müziği-alışveriş etkileşimine etkisinde mağazaya yönelik alışkanlıkların aracı rolü vardır.*

4.6. Bulgular Ve Analizler

4.6.1. Demografik Bulgular

Araştırma katılımcılarına ait demografik bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlar (n=393)

18 – 24	56	14,2	2835 ₺ altı	70	17,8
25 – 31	116	29,5	2836–3499 ₺	64	16,3
32 - 39	120	30,5	3500–5999 ₺	140	35,6
40 – 49	62	15,8	6000-9999 ₺	90	22,9
50 – 59	24	6,1	10000 ₺ üzeri	29	7,4
60 ve üzeri	15	3,8			
			Meslek		
Medeni Hal			Kamu Sektörü	63	16,0
Bekâr	131	33,3	Özel Sektör	162	41,2
Evli	234	59,5	Öğrenci	60	15,3
Dul	28	7,1	Ev Hanımı	63	16,0
			Çalışmıyor	45	11,5
			Eğitim Durumu		
İlköğretim – Ortaokul	33	8,4	Alışverişe Çıkma Sıklığı		
Lise	78	19,8	Her gün	19	4,8
Önlisans – Lisans	221	56,2	Haftada bir	135	34,4
Yüksek Lisans-Doktora	61	15,5	İki haftada bir	96	24,4
			Ayda bir	80	20,4
Ürün Grubu			Daha az	63	16,0
Giyim	209	53,2			
Kişisel Bakım	184	46,8			

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcılardan %30,5'inin 32 – 39 ve %29,5'inin 25 – 31 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %41'i özel sektör çalışanı ve %35,6'sının geliri 3500 – 5999 lira aralığındadır. %56,2'i ön lisans ya da lisans mezunu iken %59,5'i de evlidir. Katılımcılardan %34,4'ü haftada bir alışverişe çıkmaktadır. En çok satın alınan ürün grupları arasında büyük bir fark yoktur, %53,2'si Giyim, %46,8'i kişisel bakım için alışveriş yapmaktadır.

Katılımcılara ait dinlenen müzik türü, hangi zamanda ve hangi seste müzik dinlemeyi Tablo 2 - 3 - 4'de verilmiştir. Tablolara göre 218 katılımcı pop müzik dinlemeyi tercih etmekte, katılımcılardan 215 kişi müziği akşam dinlemeyi tercih etmekte ve 254 kişi (%64) orta seste dinlemeyi tercih etmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Tercih Ettiği Müzik Türleri, Müzik Dinleme Zamanı ve Dinlemeyi Tercih Ettiği Ses Düzeyi

Tercih Edilen Müzik Türü	F	Tercih Zamanı	F	Tercih Ettiği Ses Düzeyi	F
Pop	218	Sabah	113	Kısık Ses Düzeyi	56
Türkü	145	Öğle	146	Orta Ses Düzey	254
Yabancı Müzik	130	Akşam	220	Yüksek Ses Düzeyi	83
Rock	124	Her zaman	19		
Klasik Müzik	113	Stres Durumuna Göre	5		
Arabesk	103				
Sanat Müziği	93				
Rap	90				
İlahi	65				

4.6.2. Faktör Analizleri

Araştırma kapsamında faktör analizi uygulaması ile birlikte boyutlar ortaya çıkarılmıştır. Boyut belirlemesi aşamasında bireysel yenilikçilik ölçeğinden 1 soru (4.soru) çapraz yükleme etkisinden dolayı çıkartılmıştır. Alışveriş alışkanlıkları ölçeğine yapılan faktör analizi neticesinde, toplam varyans değeri ve alışveriş alışkanlıklarına ait faktör yükleri ve boyutlar Tablo 3'te verilmiştir. Elde edilen faktör incelediğinde alışveriş alışkanlıkları varyansın %68'ini açıklamaktadır.

Tablo 3. Alışveriş Alışkanlıkları Faktör Analizi

Maddeler	Bileşen			Cronbach's Alpha	Varyans (%)
	1	2	3		
Ruh Haline Dayalı	RHD4	,823		,918	53,62
	RHD3	,797			
	RHD7	,742			
	RHD5	,729			
	RHD6	,649			
	RHD8	,648			
	RHD11	,628			
İlgilenime Dayalı	ID9		,767	,816	7,58
	ID10		,761		
	ID2		,698		
	ID1		,667		
	ID15		,657		
Etkileşime Dayalı	ED14		,858	,795	7,17
	ED13		,808		
	ED12		,511		

Faktörleştirme Yöntemi: Temel Bileşen Analizi; Döndürme Tekniği: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: ,68,38; KMO Örneklem Yeterliliği: ,914; p=0,000<0.001

Mağaza müziklerinin alışverişe etkisi ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda, toplam varyans değeri ve alışveriş alışkanlıklarına ait faktör yükleri ve boyutlar Tablo 4'te verilmiştir. Elde edilen faktör incelediğinde alışveriş alışkanlıkları varyansın %65'ini açıklamaktadır.

Tablo 4. Arka Plan Müziği- Alışveriş Etkileşimi Faktör Analizi

Maddeler	Bileşen		Cronbach's Alpha	Varyans (%)
	1	2		
Mağazada Kalma Süresi	MKS2	,840	,927	53,61
	MKS1	,806		
	MKS5	,804		
	MKS9	,753		
	MKS11	,740		
	MKS10	,737		
	MKS6	,727		
Satın Alma Davranışı	MSA8	,733	,825	11,75
	MSA7	,678		
	MSA14	,678		
	MSA3	,663		
	MSA13	,649		
	MSA4	,631		
	MSA12	,625		
	MSA15	,614		

Faktörleştirme Yöntemi: Temel Bileşen Analizi; Döndürme Tekniği: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: ,65,37; KMO Örneklem Yeterliliği: ,919; p=0,000<0.001

Bireysel yenilikçilik ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda, toplam varyans değeri ve alışveriş alışkanlıklarına ait faktör yükleri ve boyutlar Tablo 5'te verilmiştir. Elde edilen faktör incelediğinde alışveriş alışkanlıkları varyansın %67'sini açıklamaktadır.

Tablo 5. Bireysel Yenilikçilik Faktör Analizi

	Maddeler	Bileşen		Cronbach's Alpha	Varyans (%)
		1	2		
Yenilikçi	BYY2	,861		,896	45,71
	BYY3	,857			
	BYY14	,851			
	BYY19	,840			
	BYY18	,831			
	BYY12	,830			
	BYY9	,828			
	BYY8	,823			
	BYY11	,805			
	BYY5	,793			
	BYY16	,771			
	BYY1	,768			
	Kuşkucu	BYK13			
BYK20			,827		
BYK10			,812		
BYK15			,811		
BYK7			,776		
BYK6			,751		
BYK17			,740		

Faktörleştirme Yöntemi: Temel Bileşen Analizi; Döndürme Tekniği: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: ,67,30; KMO Örneklem Yeterliliği: ,928; p=0,000<0.001

Tablo 6'da görüldüğü üzere yenilikçiliğin mağazada kalma süresi üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta =0.54$; $p<0,01$), kuşkuculuk boyutunun mağazada kalma süresi üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta =0,26$; $p<0,01$) etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda H_{2a} desteklenirken, H_{2c} hipotezi reddedilmiştir. Yine Tablo 6'da yer alan bulgulara göre, yenilikçiliğin mağazadan satın alma davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta =0.42$; $p<0.01$), kuşkuculuğun ise mağazadan satın alma davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta =0,38$; $p<0,01$) etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda H_{2b} desteklenirken, H_{2d} hipotezi reddedilmiştir.

Hipotez testi bulgularından bir diğerine göre ise, yenilikçiliğin ruh haline dayalı alışveriş alışkanlığı, ilgilenime dayalı alışveriş alışkanlığı ve etkileşime dayalı alışveriş alışkanlıkları üzerinde pozitif ve anlamlı (sırasıyla $\beta =0,41$, $\beta =0,58$, $\beta =0,38$; $p<0,01$) etkisinin olduğu görülmektedir. Benzer şekilde kuşkuculuk boyutunun da ruh haline dayalı alışveriş alışkanlığı, ilgilenime dayalı alışveriş alışkanlığı ve etkileşime dayalı alışveriş alışkanlıkları üzerinde pozitif ve anlamlı (sırasıyla $\beta =0,27$, $\beta =0,23$, $\beta =0,31$; $p<0,01$) etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlarla H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} hipotezleri desteklenirken, H_{1d} , H_{1e} , H_{1f} hipotezleri reddedilmiştir.

Diğer bulgular değerlendirildiğinde, ruh haline dayalı, ilgilenime dayalı ve etkileşime dayalı alışveriş alışkanlıkları mağazada kalma süresini pozitif yönde ve anlamlı (sırasıyla $\beta =0,58$, $\beta =0,63$, $\beta =0,47$; $p<0,01$) yönde etkilemektedir. Benzer şekilde ruh haline dayalı, ilgilenime dayalı ve etkileşime dayalı alışveriş alışkanlıkları mağazadan satın alma davranışını da pozitif yönde ve anlamlı (sırasıyla $\beta =0,55$, $\beta =0,49$, $\beta =0,49$; $p<0,01$) şekilde etkilemektedir. Söz konusu bulgular H_{3a} , H_{3b} , H_{3c} , H_{3d} , H_{3e} ve H_{3f} hipotezlerinin desteklendiğini göstermektedir.

Tablo 6: Değişkenler Arası Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Hipotezler	Değişkenler	F	R	R ²	β	t	P
H _{2a}	BYY »MKS	173,7	,555	,308	,554	13,1	,000**
H _{2b}	BYK »MKS	27,21	,255	,065	,267	5,21	,000**
H _{2c}	BYY »MSA	86,72	,426	,182	,426	9,31	,000**
H _{2d}	BYK »MSA	72,13	,395	,156	,385	8,49	,000**
H _{1a}	BYY »RHD	60,67	,367	,134	,419	7,78	,000**
H _{1d}	BYK »RHD	25,73	,248	,067	,277	5,07	,000**
H _{1b}	BYY »ID	171,2	,552	,305	,585	13,0	,000**
H _{1e}	BYK »ID	21,73	,229	,053	,237	4,66	,000**
H _{1c}	BYY »ED	51,09	,340	,116	,381	7,14	,000**
H _{1f}	BYK »ED	34,56	,285	,081	,311	5,87	,000**
H _{3a}	RHD »MKS	250,6	,625	,391	,588	15,8	,000**
H _{3b}	RHD »MSA	256,4	,629	,396	,551	16,1	,000**
H _{3c}	ID » MKS	246,7	,622	,387	,631	15,7	,000**
H _{3d}	ID » MSA	145,6	,521	,271	,492	12,0	,000**
H _{3e}	ED » MKS	129,8	,499	,249	,479	11,3	,000**
H _{3f}	ED » MSA	176,8	,558	,311	,499	13,3	,000**

Tablo 7’de yer alan aracılık testi bulgularından ilkinine göre, yenilikçilik boyutunun mağazada kalma süresi üzerindeki doğrudan etkisi anlamlıdır (katsayı= 0,49; $p<0,05$), ve benzer şekilde dolaylı etki katsayısı da anlamlıdır (katsayı=, 018; $p<0,05$). Ayrıca, Sobel testi anlamlılık düzeyi de 0,05’ten küçüktür ($p=0,01$). Benzer biçimde yenilikçilik boyutunun mağazadan satın alma üzerindeki doğrudan etkisinin anlamlı (katsayı= 0,32; $p<0,05$) olduğu ve benzer şekilde dolaylı etki katsayısının da anlamlı (katsayı=, 010; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Sobel testi anlamlılık düzeyi de 0,05’ten küçüktür ($p=0,00$). Söz konusu sonuçlar, yenilikçilik boyutunun hem mağazada kalma süresi üzerindeki hem de mağazadan satın alma üzerindeki etkisinde ruh haline dayalı alışverişin kısmi aracılık rolünün var olduğu göstermektedir.

Aracılık testi bulgularından ikincisi, kuşkuculuk boyutunun mağazada kalma süresi üzerindeki doğrudan etkisinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu (katsayı=0,87; $p<0,05$) göstermektedir. Benzer şekilde, dolaylı etki katsayısı da anlamlıdır (katsayı=0,08; $p<0,05$). Yürütülen Sobel testi anlamlılık düzeyi ise 0,05’ten küçüktür. Fakat kuşkuculuk boyutunun mağazadan satın alma üzerindeki etkisinin doğrudan etkisi anlamlı olsa da dolaylı etkinin anlamlı olmadığı ve Sobel testi anlamlılık düzeyinin 0,05’ten büyük olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular kuşkuculuk boyutunun mağazada kalma süresi etkisinde ruh haline dayalı alışverişin kısmi aracılık rolünün var olduğu, fakat mağazadan satın alma üzerindeki etkisinde ruh haline dayalı alışverişin aracılık rolünün olmadığını göstermektedir.

İlgilenime dayalı alışverişin aracılık rolü açısından değerlendirildiğinde, yenilikçilik boyutunun mağazada kalma süresi ve mağazadan alışveriş yapma üzerindeki doğrudan etkisinin (sırasıyla katsayı= 0,32, 0,19; $p<0,05$), ve dolaylı etki katsayısının anlamlı (sırasıyla katsayı=, 026, 0,22; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Ayrıca, Sobel testi anlamlılık düzeyi de her iki boyut için 0,05’ten küçüktür ($p=0,01$). Benzer biçimde, kuşkuculuk boyutunun mağazada kalma süresi ve mağazadan alışveriş yapma üzerindeki doğrudan etkisinin (sırasıyla katsayı= 0,14, 0,18; $p<0,05$) ve dolaylı etki katsayısının anlamlı (sırasıyla katsayı=, 014, 0,10; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Sobel testi anlamlılık düzeyi de her iki boyut için 0,05’ten küçüktür

($p=0,00$). Söz konusu sonuçlar hem yenilikçilik hem de kuşkuculuk boyutunun hem mağazada kalma süresi üzerindeki hem de mağazadan satın alma üzerindeki etkisinde ilgilenime dayalı alışverişin kısmi aracılık rolünün var olduğunu göstermektedir.

Etkileşime dayalı alışveriş açısından ise yenilikçilik boyutunun mağazada kalma süresi ve mağazadan alışveriş yapma üzerindeki doğrudan etkisinin (sırasıyla katsayı= 0,46, 0,26; $p<0,05$), ve dolaylı etki katsayısının anlamlı (sırasıyla katsayı=, 012, 0,15; $p<0,05$) olduğu anlaşılmaktadır. Sobel testi anlamlılık düzeyi de her iki boyut için 0,05'ten küçüktür ($p=0,01$). Kuşkuculuk boyutunun ise mağazada kalma süresi ve mağazadan alışveriş yapma üzerindeki doğrudan etkisinin (sırasıyla katsayı= 0,12, 0,25; $p<0,05$) ve dolaylı etki katsayısının anlamlı (sırasıyla katsayı=, 013, 0,13; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Sobel testi anlamlılık düzeyi de her iki boyut için 0,05'ten küçüktür ($p=0,00$). Söz konusu sonuçlar hem yenilikçilik hem de kuşkuculuk boyutunun hem mağazada kalma süresi üzerindeki hem de mağazadan satın alma üzerindeki etkisinde etkileşime dayalı alışverişin kısmi aracılık rolünün var olduğunu göstermektedir. Söz konusu bulgulara göre H_4 hipotezinin kısmen desteklenmektedir.

Tablo 7: Değişkenler Arası Aracılık ve Sobel Testi

Hipotez	Aracılık İlişkisi	Doğrudan Etki Katsayısı	Dolaylı Etki Katsayısı	Sobel Testi Anlamlılık Düzeyi
H_4	BYY »RHD»MKS	,494**	,018**	,017
	BYY »RHD»MSA	,323**	,102**	,006
	BYK »RHD»MKS	,156**	,087**	,015
	BYK »RHD»MSA	,404**	,001	,163
	BYY »ID»MKS	,326**	,269**	,000
	BYY »ID»MSA	,199**	,227**	,001
	BYK »ID»MKS	,124**	,143**	,035
	BYK »ID»MSA	,283**	,101**	,009
	BYY »ED»MKS	,468**	,128**	,000
	BYY »ED»MSA	,267**	,159**	,012
	BYK »ED»MKS	,128**	,138**	,000
	BYK »ED»MSA	,250**	,134**	,000

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmanın temelini oluşturan bireysel yenilikçiliğin kadın tüketicilerin müziğe bağlı olarak mağazada kalma süreleri ve satın almaya etkisinin incelenmesi literatüre katkı olarak sunulmuştur. Elde edilen bulgular kadın tüketicilerin bireysel yenilikçiliğinin hem mağazada kalma sürelerini hem de mağazadan satın alma davranışlarını artırıcı bir unsur olduğunu göstermektedir. Ayrıca kadın tüketicilerin ruh haline dayalı olarak, ilgilenim ve edinim düzeylerine dayalı olarak alışveriş alışkanlıkları ise kısmen de olsa bireysel yenilikçiliğin arka plan müziği-alışveriş etkileşiminin boyutları olan mağazada kalma süresi ve satın alma davranışları üzerindeki etkisinde rol oynamakta olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar literatürdeki çalışmalarla da örtüşmektedir (Kırkibir vd., 2013; Fettahlıoğlu, 2014; Başdeğirmen ve Tunca, 2018; Sing, 2018; Reinoso-Carvalho vd., 2019).

Mağazada çalınan müziğin, mağazanın algılanan imajını etkilediği görülmektedir. Müzik, perakende mağazalarında tüketicilerin beklediği tutum ve davranışları ortaya çıkarmak

için yaygın olarak kullanılmaktadır. Mağazadaki arka plan müziği çalışanları daha mutlu eder, tüketicilerin zihninde mağaza imajını yükseltir ve tüketicilerin satın alma arzusunu harekete geçirir. Müzik, piyasada farklı bir görünüş ve özel bir statü sunmaktadır. Mağaza içi arka plan müziği, algılanan mağaza imajını, mağaza içi atmosferi, müşteri ruh halini, çalışan performansını, alışveriş süresini, alışveriş hacmini ve satış sonrası değerlendirmeyi etkilemektedir. Farklı bir açıdan değerlendirildiğinde daha yenilikçi özelliklere sahip bir tüketicinin, müziğin de etkisi ile mağazada kalma süresinin değişebileceği, satın alma karar tarzlarının müzikten etkilenebileceği yadsınamaz bir gerçektir.

Duygu ve düşüncelerini genellikle müzik kullanarak dışa vuran insanlar için müzik, sosyal yaşam için de önemli bir unsurdur. Mağazacılıkta, tüketici ihtiyaçlarının iyi yorumlanıp tamamen müşteri odaklı çalışmalar yapmak başarıyı arttıracaktır. Bu çalışmadan yola çıkılarak gelecekteki çalışmalar, perakende sektörü dışında müşterileri müzik hizmeti veren farklı çalışma ortamlarında da yürütülebilir. Demografik özellikler göz önüne alınarak farklı yaş grupları, yerleşim yerleri, gelir düzeyleri ya da farklı meslek grupları bakımından incelemeler üzerine yoğunlaşabilir.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (2012). Structural Equation Modelin in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Barbosa F. P. M. & Andrade A. (2009). *Communication, Networking and Broadcast Technologies*, International Conference on Electrical and Electronics Engineering - ELECO 2009.
- Başdeğirmen, A., Tunca, M.Z., (2018). Mağaza Atmosferi ve Müziğin Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkilerine Yönelik Bir Literatür Araştırması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(4), 1305-1326.
- Batı, U. (2018). *Markethink ya da Farkethink*. Destek Yayınları, İstanbul.
- Broekemier, G., Marquardt, R., & Gentry, J. W. (2008). An Exploration of Happy/Sad and Liked/Disliked Music Effects on Shopping Intentions in a Women's Clothing Store Service Setting. *Journal of Marketing*, 22(1), 59-67.
- Çakır, O., İlal, M. E. (2013). *Ortak Kullanım Alanlarında Fon Müziğinin ve Müziksizliğin Anketler Üzerinden Karşılaştırmalı Değerlendirmesi*. 10.Ulusal Akustik Kongresi Bildiriler Kitabı, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, 16-17, 114-122.
- Çınar, B. B. (2011). Satış Birimlerinde Seçilen Müziğin Etkileri: Eskişehir'de Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-10.
- Fettahlıoğlu, H. S. (2014). Tüketicilerin Mağaza Atmosferinden Etkilenme Düzeylerinin Demografik Faktörler Açısından İncelenmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 6 (11), 27-40.
- Goepel, M., Hölzle, K., Knyphausen-Aufseß, D. Z. (2012). Individuals' İnnovation Response Behaviour: A Framework Of Antecedents And Opportunities For Future Research. *Creativity and Innovation Management*, 21 (4), 412-426.
- Handerman, A.F., Cantner, U. (2017). Soft Skills, Hard Skills, And İndividual İnnovativeness. *Eurasia Business And Economics Society*, 8(2), 139-169
- Hultén, B., Broweus, N., & Dijk, M. (2009). *Sensory Marketing*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Işık, C., Türkmendağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 70-99.
- Jain, R., Bagdare, S. (2011). Music and Consumption Experience: A Review. *International Journal of Retail & Distribution Management Research*, 39(4), 289-302.
- Jeon, S., Park, C., & Yi, Y. (2016). Co-Creation of Background Music: A Key to İnnovating Coffee Shop Management. *International Journal of Hospitality Management*, 58, 56-65.
- Kaasa, A.,Vadi, M. (2010). How Does Culture Contribute to İnnovation? Evidence from European Countries, *Economics of Innovation and New Technology*, 19(7), 583-604.
- Karkın, G., Akkuş, Ü. (2009). Müziğin Tüketim Davranışı Üzerine Etkileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 303-314.

- Kırkbir, F., Cançelik, M., & Biçer, E. M. (2013). Mağaza Müziklerinde Ses ve Beğenin Tüketiciler Üzerindeki Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 8(1), 46-57.
- Korucu, A., Olpak, Y. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(1), 109-127.
- Kumar, V. (2014). Understanding Cultural Differences in İnnovation: A Conceptual Framework and Future Research Directions. *Journal of International Marketing*, 22(3), 1-29.
- Kutlay, E. B. (2007). Müziğin Bir Pazarlama Elementi Olarak Tüketici Üzerinde Duygusal, Algısal ve Davranışsal Etkileri. *İstanbul Üniversitesi SBE, Müzikoloji Anabilim Dalı, Doktora Lisans Tezi, İstanbul*.
- Lin, Z., Filieri, R. (2015). Airline Passengers' Continuance İntention Towards Online Checkin Services: The Role of Personal İnnovateness and Subjective Knowledge Transportation. *Research Part E*, 81(1) 158–168.
- Mekik, S. (2018). Tüketici – Müzik İlişkisinde Yeni Boyut: MUZAK İzmir Agora AVM Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir*.
- North, A. C., Sheridan, L. P., Areni, C. S. (2016). Music Congruity Effects on Product Memory, Perception, and Choice. *Journal of Retailing*, 92(1), 83-95.
- North, A., Hargreaves, D. (2009). Music and Marketing. In Users Without a Subscription Are Not Able to See the Full Content. *Handbook of Music and Emotion: Theory, Research, Applications* (pp. 909-930). Oxford University Press.
- O'reilly, D., Larsen, G., Kubackı, K., & Larsen, G. (2013). *Music, markets and consumption*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Reinoso-Carvalho, F., Dakduk, S., Wagemans, J., & Spence, C. (2019). Not just another pint! The role of emotion induced by music on the consumer's tasting experience. *Multisensory Research*, 32(4-5), 367-400.
- Shin, C. S., Hwang, G. S., Lee, H. W., & Cho, S. R. (2015). The Impact of Korean Franchise Coffee Shop Service Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction and Loyalty. *The East Asian Journal of Business Management (EAJBM)*, 5(4), 45-57.
- Sing, B., (2018). Whether Music Affects The Customer Buying Behavior?. *Journal Studies in Management and Planning*, 4(1), 205-209.
- Tewari, R. (2011). Individual Innovation and Orgnaziational Success: Theoretical Perspective. *Review of Management*, 1(2), 89-94.
- Tolba, A. H., Mourad, M. (2011). Individual and Cultural Factors Affecting Diffusion of İnnovation. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 5(1), 1-16.
- Zacher, H., Wilden, R. G. (2014). A Daily Diary Study on Ambidextrous Leadership and Self-Reported Employee Innovation. *Journal of Ocupational and Organizational Psychology*, 87(4), 813-820.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

SOSYAL POLİTİKA VE SOSYAL YARDIM BAĞLAMINDA COVID-19 PANDEMİ YARDIMLARINA YÖNELİK VATANDAŞ ALGISI: DÜZCE İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Ayhan Yıldız¹

Öz

Bu araştırmanın temel amacı, sosyal politika ve sosyal yardım bağlamında COVID-19 pandemi yardımlarına yönelik toplumun algısını ölçmek, bu algıyı belirleyen faktörleri ortaya koymaktır. Ayrıca COVID-19 pandemi yardımı algı faktörleri ile katılımcıların sosyo-demografik faktörleri arasındaki ilişkileri tespit etmektir. Araştırmanın evrenini, Düzce İlinde yaşayan Mart 2020 yılı ile Mart 2021 yılı arasından pandemi yardımından faydalanan 1642 kişi oluşturmaktadır. Nicel yöntemin kullanıldığı bu çalışmada, araştırma verileri yüz yüze anket tekniğiyle elde edilmiştir. Bu çerçevede değerlendirmeye alınan 300 anket ile çalışma yürütülmüştür. Çalışmada temel olarak betimleyici istatistikler, keşfedici faktör analizi ve farklılık testleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Türkiye’de COVID-19 salgınından dolayı alınan kısıtlayıcı tedbirler neticesinde, durumlarına ve zenginliklerine bakılmaksızın o an ki ihtiyaçlarını gideremeyen ve varlığını paraya dönüştürecek durumda olamayan vatandaşlar için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından uygulamaya konulan, Pandemi Sosyal Destek Yardımına yönelik toplumun algıları değerlendirilmiştir. Toplumun COVID-19 pandemi yardımlarına yönelik algılarını etkileyen temel faktörlerin; “istihdam sağlayıcı olması, gizlilik esasına dayanması, ihtiyaca yönelik olması ve bireyleri hazırcılığa sevk etmesi” olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: COVID19 Pandemisi, Sosyal Yardım, Düzce.

ENGLISH TITLE CITIZENS' PERCEPTION TO THE COVID-19 PANDEMIC AID IN THE CONTEXT OF SOCIAL POLICY AND SOCIAL AID: A RESEARCH IN DUZCE PROVINCE

Abstract

The main purpose of this research is to measure the perception of the society towards COVID-19 pandemic aid in the context of social policy and social assistance, and to reveal the factors that

¹ Cumayeri Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı, cumayeri@hotmail.com , ORCID: 0000-0003-4865-4735

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin: Yıldız, A. (2022). Sosyal Politika ve Sosyal Yardım Bağlamında COVID-19 Pandemi Yardımlarına Yönelik Vatandaş Algısı: Düzce İlinde Bir Araştırma. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2 (1), 73-88.

determine this perception. In addition, it is to determine the relationships between the perception factors of the COVID-19 pandemic aid and the socio-demographic factors of the participants. The population of the research consists of 1642 people living in Düzce, who benefited from pandemic aid between March 2020 and March 2021. In this study, in which the quantitative method was used, the research data were obtained by face-to-face survey technique. In this context, the study was carried out with 300 questionnaires evaluated. In the study, descriptive statistics, exploratory factor analysis and difference tests were mainly used. SPSS statistical package program was used in the analysis of the data. In this study, as a result of the restrictive measures taken due to the COVID-19 epidemic in Turkey, the Pandemic Social Support, which was put into practice by the Ministry of Family and Social Services, for citizens who cannot meet their current needs and cannot turn their assets into money, regardless of their status and wealth. The perceptions of the society towards help were evaluated. The main factors affecting society's perceptions of COVID-19 pandemic aid; it has been determined that it is "providing employment", "based on confidentiality", "need-oriented" and "guiding individuals to preparation".

Keywords: COVID 19 Pandemic, Social Aid, Düzce.

1. Giriş

Pandemi salgını günümüzde çok boyutlu ve evrensel bir sorun haline gelmiştir. Yoksullukla mücadele ve ihtiyaç sahiplerine doğrudan ulaşmanın başında sosyal yardım politikaları gelmektedir. Sosyal yardımların ortak bir tanımı olmayıp, farklı açılardan birçok tanımlama yapılmıştır. (Taşçı, 2008)'e göre, Sosyal yardımlar, "muhtaç durumda olanlara yönelik olarak gerçekleştirilen aynı ve nakdi yardımlardır." (Çetinkaya, 2012) göre ise sosyal yardımlar tanım olarak, sosyal güvenlik sisteminin temel bir parçası olup muhtaç ve yoksul durumundakilere karşılıksız yapılan aynı veya nakdi yardımlar olarak ifade edilebilir. Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı'nda (2001: 75) sosyal yardımlar "yerel ölçüler içinde asgari seviyede dahi kendisini ve bakmakla yükümlü olduğu kişileri geçindirme olanağından kendi ellerinde olmayan nedenlerden dolayı yoksun kalmış kişilere, resmi kuruluşlar veya kanunların verdiği yetkiye dayanarak yarı resmi veya gönüllü kuruluşlarca muhtaçlık tespitine ve kontrolüne dayalı olarak yapılan ve kişileri en kısa sürede kendi kendilerine yeterli hale getirmek amacıyla taşıyan parasal ve nesnel sosyal gelirden oluşan bir sosyal güvenlik yöntemi ve bir sosyal hizmet alanıdır." şeklinde tanımlanmıştır.

Güler (2005: 2) ise sosyal yardımı, "devletin, nüfusun türlü nedenlerle kendi kendine bakım ve gelişimini sağlama olanaklarından yoksun kesimlerine yardımcı olmak." şeklinde tanımlamaktadır. Başka bir deyişle sosyal yardım, hanesinde yeterli gelire ya da yeterli düzeyde gelire sahip olmayan ve yeterli düzeye gelirini yükseltmeyerek, gereksinimlerini karşılamakta imkânı olmayan bireylere devlet tarafından üretilen çeşitli politika araçlarıyla karşılıksız olarak yapılan nakdi ve aynı yardımlardan oluşmaktadır.

(Gümüş, 2010) göre, Ülkemizde sosyal yardım ile sosyal güvenlik kavramları beraber anılmaktadır. Çünkü alan bazında sahada sosyal yardımlar, uygulamada ise sosyal güvenlik sınıfında primsiz ödemeler ve sosyal sigortalar ise primli ödemeler sınıfında uygulanmaktadır. Yoksulluk karşısında sosyal yardım ve sosyal güvenlik, hastalık, kaza, işsizlik, yaşlılık, vb. risklere karşı alınması gereken koruma tedbirlerini kapsamaktadır.

Sosyal güvenlik adı altında primsiz uygulamalar sosyal yardım ve sosyal hizmet kavramları denilirken, primli yöntem de ise sosyal sigortalardan oluşmaktadır. (Taşçı, 2008)'e

göre, temeli 19. yüzyılda kapitalist sanayi uygulamalarına dayanan sosyal sigorta, işyerinde çalışanlara temel güvence sağlamaya yönelik devlet tarafından organize edilen sosyal güvenlik sistemidir. (Hacımahmutoğlu, 2009)'da, sosyal sigorta kapsamındaki olan kişiler; çalışanlar başta olmak üzere, işi olmayıp isteğe bağlı olarak sosyal güvenlik sistemine katılanlar ile ilgili bu kişilere bağlı olan bireylerden oluşmaktadır. Sistemde yer alan kişiler ödedikleri prim karşılığında sağlık hizmetlerinden ve emeklilikten yararlanmaktadır. Sosyal yardımlar ise geri ödemesiz olarak bireye yapılmaktadır.

(Dilik, 1980), Sosyal yardımlarla ilgili anılan sosyal hizmet, primsiz bir yöntem olarak sıkça sosyal yardımlarla karıştırılmakta ve aynı kavram olarak kullanılmaktadır. Ayrıca sosyal hizmetler, kişi ve toplumun en üst refah düzeyine ulaşabilmesi ve psikolojik, fiziksel ve sosyal şartlarını iyileştirmek için yapılan araştırmaların kapsamındadır. (Taşçı, 2008)'e göre, sosyal hizmetler, toplumun gelişmesine katkı sağlama, bireylerin topluma uyumunun artması ve genel olarak refah seviyesinin sağlanması amacıyla yapılmaktadır. Bu anlamda sosyal hizmetler daha çok kişisel açıdan hizmetlere bakılmaktadır. Bu bağlamda Sosyal yardımlar uygulama bakımından sosyal güvenlik ve sosyal hizmet kavramlarından ayrılmaktadır.

2. Teorik Arka Plan

2.1. Sosyal Yardımlaşma

Sosyal yardımlar, yeterli miktarda geliri olmayan ve çalışarak kendini geçindirme imkânı buluncaya kadar temel insani gereksinimlerinin, Devlet tarafından geri ödemesiz bir şekilde karşılanmasıdır. (Tunç, 2013)'e göre, Devlet bu gereksinimler için çeşitli politikalar üreterek hanede bulunan insanlara ayni ya da nakdi yardım vermektedir. Bu yardımlar uygulamada iki temel kritere göre yapılmaktadır. Bunlardan birincisi yardımların muhtaçlık kriteri esasına dayanması, ikincisi ise kriteri sağlayanlara karşılıksız yardım yapılmasıdır.

Sosyal yardımların en önemli özelliği devlet tarafından muhtaç kişi ve hanelere uygulanmasıdır. Türk Dil Kurumu muhtaçlığı, "bakmaya mecbur olduğu aile bireylerini veya kendisini geçindirmeye yetecek geliri, malı, kazancı olmayanların içinde bulunduğu durum." (sozluk.gov.tr, 2021) şeklinde tanımlamıştır.

Sosyal yardımların bir diğer özelliği ise kişi ve haneye karşılıksız olarak ayni ve nakdi yardımlar yapılmasıdır. Sosyal güvenlik çatısı altında olmasa da primsiz yöntem biçiminde kabul edilen sosyal yardımlardan yararlanmak için prim ödemeye gerek yoktur. Ancak karşılıksız sosyal yardımların yanı sıra şartlı yardımlarda bulunmaktadır. Birçok ülkede sosyal yardımlardan faydalanmak için kriterler belirlenmektedir. Dünyada birçok ülkede mikro kredi yardımı uygulanmıştır. Ülkemizde de ihtiyaçlı hanelerde yeni doğan çocuğun 6 yaşına kadar ve bunun yanı sıra ilk, orta ve lise düzeyinde bulunan öğrenciler içinde ailede anneler hak sahibi olarak belirlenmiştir. Anneler adına yapılan bu destekler koşullu yardımlar çerçevesinde değerlendirilebilir.

Çengelci (1993) ve Taşçı (2010), sosyal yardımları literatürde bahsedilen özelliklerini şöyle sıralamıştır:

- Sosyal yardımlar kanunlar ile düzenlendikleri ve resmi ya da yarı resmi kuruluşlarca sunuldukları sürece gerçek manada sosyal güvenlik hizmeti olarak kabul edilebilir.

- Sosyal yardımlar nakit şeklinde olabileceği gibi aynı biçimde de yapılabilir.
- Sosyal yardımlar kişileri en kısa sürede muhtaç durumdan kurtararak kendi başlarına yaşamlarını sağlayabilecek hale getirmeyi amaçlamaktadır.

2.2. Covid-19 Salgını

Dünya Sağlık Örgütü (DSO), sağlık kavramının tanımını yalnızca hastalık ya da sakatlığın olmayışıyla değil bununla birlikte fiziksel, ruhi ve sosyal açıdan bir iyilik durumu olarak tanımlamaktadır (WHO, 2021). Son yıllarda ise hastalık kavramının tanımı, canlılarda ortaya çıkan çeşitli değişiklikler neticesinde sağlıktaki değişiklik, diğer taraftan ise ruhi açıdaki bozulmalar biçiminde tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Sağlık ve hastalık terimleriyle birlikte, özellikle COVID-19 kavramıyla sıklıkla kullanılan sözcüklerden epidemi ile pandemi kavramlarıdır. Epidemi tanım olarak bulaşıcı olan bir hastalığın belli bir çevrede salgın haline gelmesi olarak tanımlanırken, pandemi ise tanım olarak bir salgının belli bir bölgeyi de aşarak, büyük bir kütleyi hatta bütün bir insanlık alemini etkilemeye başlaması olarak tanımlanmaktadır (Aslan, 2020).

Her ne kadar korona virüsler (CoV) bireylerde çoğunlukla soğuk algınlığı biçiminde bazı belirtiler gösteren bir RNA virüs ailesi şeklinde bilinse de aynı aileyle ilişkilendirilen SARS-CoV ve MERS-CoV, bu virüs ailesinin çok daha önemli hastalıklara neden olabildiğini açığa çıkarmıştır. Yüzey kısmında bulunan çubuksu uzantıların taç şekline benzetilmesi üzerine, Latince dilinde taç anlamına gelen “corona” kelimesi koronavirüs adı olarak anılmaya başlanmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

2.3. Covid-19 Salgınının Oluşturduğu Sosyal Sorunlar

Salgınların sonuncusu olan COVID-19 virüsü, bulunduğu riskler nedeniyle toplumu ve gündelik yaşantıyı tehdit etmektedir. Barındırdığı risk düzeyinin kişinin günlük yaşamındaki karşılığına bakıldığında hem ortaya çıkan hem de ortaya çıkma ihtimali olan sıkıntılarla karşılaşmıştır. Salgın başladığından itibaren toplumsal yaşam üzerinde geniş etkiler yaratan COVID-19 virüsü, toplumda sosyal travmaya yol açmaktadır. İnsanlar, bir yandan hissettikleri ile yüzleşmek ve gerçek dünyayı anlamaya çalışmışlar, diğer taraftan da bir oyunun içerisindeymiş gibi abartılı ortamı görmüşlerdir. Bu keskinliğin yarattığı çelişkiler, büyük çoğunluğumuzun geçici olduğu düşüncesiyle salgın öncesi durumda elde ettiği standartları ve statüyü kaybetmemeyi arzulamışlardır. (Karakas, 2020)'ye göre “Evde kal” söylemi ve uygulamasıyla, eve kapanma durumu, fiziksel mesafeyi koruma, maske takma zorunluluğu, dezenfeksiyon ve hijyen sorunları, sokağa çıkma yasakları, kısacası karantina uygulamalarıyla toplum yaşamında yol açan gerileme hali toplumu derinden etkilemiştir.

Evde kalmanın uzun sürmesi ev içi hâllerde beklenmedik olumsuzluklar da yaratmıştır. Örneğin aile bireyleri aynı ve dar ortamda uzun süre birlikte olmanın getirdiği bunalımlar sonucu kendi aralarında karşı karşıya gelmiştir. (Karakas, 2020) ye göre günümüz de bireysel yaşamın öncelikli hale geldiği ve bunun için her türlü ortamın sağlandığı bir zamanda, aile üyelerinin üstesinde gelemeyeceği zorluklar oluşabilir.

Ayrıca, 65 yaş üstü olup kronik rahatsızlığı olan bireylerin ikametlerinden ayrılmalarına yönelik kısıtlama T.C İçişleri Bakanlığı vasıtasıyla yayımlanan genelgede açıkça belirtilerek uygulamaya geçirilmiştir.

Tüm bunlara karşılık, Devlet tarafından kısıtlama çerçevesine giren ve tek başına olan yaşlılar başta olmak üzere vatandaşların, 155, 156 ve 112 numaralı acil arama hatları yoluyla taleplerini bildirebilecekleri, bu ihtiyaçlarını karşılayacak herhangi bir kimsesi bulunmayan kişilerin temel ihtiyaçlarının karşılanabilmesi amacıyla da vali/kaymakamların başkanlığında *Vefa Koordinasyon Grubu* oluşturulduğu bildirilmiştir. (İçişleri Bakanlığı, 2021).

DSO tarafından da yapılmış olan açıklamada, ulus devlet arasında seyahat ve ticareti ciddi büyüklükte etkileyen sağlık önlemlerini belirleyebilmek ve bu doğrultuda değerlendirebilmek için salgının boyutunu sürekli olarak takip etmenin ve mevcut alanlardaki düzeyi kontrol etmenin zorunlu olduğuna vurgu yapılmıştır (WHO, 2021).

2.4.Covid-19 Salgınının Oluşturduğu Ekonomik Sorunlar

İş dünyasının kuruluşları (TÜSİAD, MÜSAD, TOBB, İTO vb.) COVID-19 salgını nedeniyle ülke ekonomilerinin olağan dışı zamanlardan geçtiği söylenmekte, salgının ekonomileri ne kadar büyük ölçüde etkileyebileceğine yönelik çeşitli görüşler üzerinde durulmaktadır. Virüsün salgınla yayılması ekonomik anlamda olumsuz etkilerinin iş dünyasına da yayılma göstereceği, temel endişe ise üretimin azalması ve buna karşılık toplumda artan kaygıların tüketimi arttırması sonucu ekonomik verilerde düşüş eğilimi oluşturmasıdır. Ipsos, 2021).

Salgın başladıktan sonra üretimde aksamalar ilk önce Asya ülkelerinde olmasına karşın, sonraki dönemlerde durumun dünya genelinde özellikle tedarik zincirleri üzerinde etkileri hissedilmeye başlanmıştır. Büyük ya da küçük tüm işletmeler ciddi zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Başlıca bu işletmeleri, havacılık, turizm, konaklama ve lojistik gibi yerler şeklinde sayılabilir. Çeşitli sektörlerde yer alan işletmelerde iflaslar ve ticari kayıplar olmuş, ticari faaliyetlerin sürdürülmesi zorlaşmıştır. Ülkeler arası ve ülke içinde gelen seyahat yasakları, sınır kapatmalar ve çeşitli karantina önlemleri doğrultusunda, çalışanlar işe gidememektedir. Bu ve benzeri belirsizlikler panik ortamı düşünüldüğünde işletmelerin yatırımları başta olmak üzere, mal ya da işçi alımlarını ertelemesi ve geciktirmesi durumunda oluşacak olumsuz sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Teknolojik Düşünce Merkezi (STM), 2021).

İşveren ve işçi arasında salgından dolayı kitlesel olarak yaşanan panik nedeniyle, iş uyuşu ve süre gelen düzeninin bozulmasına yol açmıştır. İşverenleri mali külfetin yanı sıra, çalışma sisteminde yeni arayışlara alternatiflere yöneltmiştir. Devletin de desteği ile esnek çalışma ve evden çalışma modeli ortaya çıkmıştır. Bu yeni yöntemler iş yöntemi ve etik ilkeler açısından evden kontrol ve denetim sürecinin işlevselliğinin sorgulanmasına neden olabilir.

Tüm bu gelişmeler göstermektedir ki salgın hastalık süreciyle birlikte devletin ekonomideki ağırlığı hissedilir derecede gittikçe artacaktır. Ayrıca küreselleşme yerine daha içe dönük milli yaklaşımlar öne çıkacaktır (TÜBA Raporu, 2020). Bununla beraber küresel tedarik zincirinde kendi önlemini arttıran devletlerin, pandemi sonrası dönemlerde de küresel ölçekte etkinliklerini hızlanarak arttıracağına iddia edilmesi mümkün olmaktadır (Ulutaş, 2020).

2.5. Covid-19 Pandemi Sürecinde Sağlanan Pandemi Yardımları

Cumhurbaşkanlığının internet sitesinde Cumhurbaşkanımız tarafından virüs nedeniyle vatandaşların maruz kaldığı salgının etkilerini ülkemizin ekonomik tedbirlerle, bertaraf edebilmek için tüm imkânlarının seferber edildiğini bildirerek bir dizi ekonomik kararları açıklamıştır (www.tccb.gov.tr, 2020). Yine bu kararların ardından Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının internet sitesinde nakdi yardımlar için ilave olarak 2 milyar lira değerinde kaynak ayrıldığı belirtilmiştir (Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2020).

Pandemi yardımları, 23.03.2020 tarihinde Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi (EİKP) adıyla ilk defa 1.000,00 TL nakdi yardımlar ile başlatılmıştır. Ülkemiz tarihinde ilk defa Bakanlık tarafından doğrudan Bütünleşik Sosyal Yardım Bilgi Sistemi üzerinden tespit edilen hanelerde, yapılan inceleme sonucu uygun bulunan bir kişiye hedef alınarak, doğrudan aracısız PTT tarafından TC kimlik numarası üzerinden para yardımı yapılmıştır. Bu uygulama ilk defa yine Faz I olarak adlandırılmıştır. Sosyal yardımlar açısından örneğin Cumayeri ilçesinde bulunan bir haneye Bakanlık tarafından doğrudan işlem başlatılarak yardım yapılmıştır.

Bakanlığın doğrudan yaptığı yardımdan sonra (EİKP) programında yine Nisan ayı başında Faz II adı altında çalışmaya devam edilmiş, bu çalışmada ise yerelde bulunan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarına hazırlanan Faz II listelerinin kurum tarafından kontrol edilerek ödeme yapılmak üzere Bakanlığa geri gönderilmesi istenilmiştir.

Bakanlık tarafından üst düzeyde ilgili birimlerce çalışmanın sağlıklı olamayacağı ve her haneye ulaşmanın mümkün bulunmadığı anlaşıldıktan sonra, 15.04.2020 tarih ve 271 sayılı yazı ile Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından “Acil Durum Hali” 90 gün süre ile ilan edilerek Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarına acil ve temel ihtiyaçları karşılama yetkisi verilmiştir.

Bu yetkiden sonra 20.04.2020 tarihinde Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından gönderilen 279 sayılı yazıda Pandemi Sosyal Destek Programının başlatıldığı bildirilerek gerekli güncellenmenin yapıldığı ve sistem üzerinde Diğer Kuruluş Başvuruları adı ile 1.000 TL yardım başvurularının listeleneceği ve gerekli işlemlerin tamamlanarak şartları uygun görülenlere derhal onayın verilmesi istenilmiş, ertesi gün sistemde yapılan duyuru ile bu yardımın Faz III kapsamında olduğu bildirilmiştir.

Yine tarihte ilk defa sosyal yardımlarda salgından dolayı vatandaşın ihtiyacını karşılaması için Pandemi Sosyal Destek yardım başvurusu E-Devlet üzerinden alınarak, Bakanlık sistemine online aktarılmış ve akabinde şartları sağlayanların yardıma ihtiyacı olup olmadığı konusunda değerlendirilmek üzere Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları sistemine aktarılmıştır. (Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğünün 25.04.2020 tarih ve 284 sayılı yazısı.)

Biz Bize Yetersiz Türkiye kampanyası Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından başlatılmış olup, Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından uygulanan ve yukarıda bahsedilen uygulamaların “Biz Bize Yeteriz Türkiyem yardımı adı altında yürütüleceği bildirilmiştir (www.trthaber.com).

3. Yöntem

Yapılan bu çalışmada araştırma verilerini elde etmek amacıyla nicel veri toplama tekniklerinden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Bu çerçevede, kullanılan pandemi yardımları algısı ölçeği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Bu ölçek literatürdeki bazı çalışmalardan faydalanılarak oluşturulmuştur (Marazer, 2020). Pandemi yardımları ölçeği temelde iki kısımdan meydana gelmekte olup ölçekte toplam 29 soru bulunmaktadır. Anketin ilk bölümünde deneklerin, bazı demografik özelliklerinin (cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, yaş, hanedeki kişi sayısı) açığa çıkarılması için 5 soru sorulmuştur. Anketin diğer bölümünde ise katılımcıların sosyal yardım uygulamalarına ilişkin görüşlerini ortaya çıkaracak Likert tipi 24 soruya yer verilmiştir. Anket formu uygulanmadan önce, katılımcılara öncelikle araştırma hakkındaki temel bilgiler açıklanmış ve araştırmanın içeriğine ilişkin kısa bir açıklama yapılmıştır.

Oluşturulan soru formu yardımıyla elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, ilk olarak verilere frekans analizi uygulanarak katılımcıların demografik özellikleri açığa çıkarılmıştır. Ardından sosyal yardım ölçeğiyle elde edilen verilerin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach alfa güvenirlik katsayısı bulunmuştur. Elde edilen verilerin güvenilir olduğu saptandıktan sonra ilgili ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Daha sonra faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlar dikkate alınarak demografik özelliklere göre sosyal yardımlaşmaya ait boyut ortalamalarının farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla t testi ve ANOVA testlerinden yararlanılmıştır. Böylece veriler analiz edilerek demografik özelliklere göre katılımcıların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Demografik özellikler herhangi bir değişkenin sahip olduğu çeşitli özellikleri tanımlamak için kullanılan bilgilerdir. Bu doğrultuda, çalışmada incelenen demografik bulgular katılımcılara ait özellikleri yansıtmaktadır.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Demografik Bulgular	Değişkenler	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	186	62,0
	Kadın	114	38,0
Yaş	18-30	54	18,0
	31-45	149	49,7
	46-60	85	28,3
	61 ve üstü	12	4,0
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	150	50,0
	Ortaöğretim	57	19,0
	Lise	77	25,7
	Ön Lisans	5	1,7
	Lisans	11	3,7
Medeni Hali	Evli	241	80,3
	Bekâr	43	14,3
	Boşanmış/Diğer	16	5,3

Hanede Yaşayan Kişi Sayısı	1-3 Kişi	125	41,7
	4-6 Kişi	166	55,3
	7 ve üstü kişi	9	3,0

Katılımcıların 186'sı (%62) erkek, 114'ü (%38) kadınlardan oluşmakta olup, faydalanıcıların 150'si (%50) ilköğretim mezunu ve 77'sinin (%25,7) lise mezunudur. Buna göre, eğitim düzeyi düştükçe yardımlara ihtiyacın arttığı yorumu yapılabilir. Medeni durumlarına bakıldığında büyük çoğunluğun yani 241'inin (%80,3) evli olduğu görülmektedir. Pandemi döneminde yapılan yardımlardan faydalanan bu katılımcıların genel olarak 166'sının (%55,3) hanesinde 4-6 kişi yaşamaktadır.

4.2. Araştırma Verilerinin Güvenilirliği

Araştırmaya ait elde edilen verilerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısı bulunmuştur. Araştırmanın pandemi yardımıyla ilgili 24 soru güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Değişkenlere ilişkin Cronbach's Alpha Katsayıları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Güvenilirlik Testi

Değişken isimleri	Cronbach's Alpha Katsayısı
İstihdam Sağlayıcı Olması	0,595
Gizlilik Esasına Dayanması	0,569
İhtiyaca Yönelik Olması	0,541
Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi	0,499
Anket Güvenilirliği Toplam	0,725

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, Likert soru tipindeki 24 soru ile ölçülen toplam güvenilirlik 0,695 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla araştırmanın güvenilirliği kabul edilebilir yüksekliktedir.

4.3. Açıklayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde pandemi yardımı algısı faktörlerinin alt boyutlarını ortaya çıkarmak amacıyla keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Bu çerçevede gerçekleştirilen faktör analizi sonucu Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Pandemi Yardımı Algısına Ait Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Değişkenler	Ort.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Öz Değer
İstihdam Sağlayıcı Olması (İSO)	İSO11	2,8628	,614	16,246	2,924
	İSO20	3,0372	,598		
	İSO12	3,0605	,588		
	İSO21	3,0047	,572		
	İSO10	3,1186	,533		
Gizlilik Esasına Dayanması (GED)	GED5	3,2326	,756	9,233	1,661
	GED9	3,2558	,584		
	GED8	3,3349	,533		
	GED4	3,3186	,493		
	GED3	3,3814	,457		
İhtiyaca Yönelik Olması (İYO)	İYO14	3,0791	,745	8,305	1,495
	İYO15	3,2837	,608		

	İYO23	3,0907	,592		
	İYO24	3,1442	,575		
	BHS18	3,0581	,711		
Bireyleri Hazırcılığa Sevk	BHS19	3,1977	,633	7,629	1,373
Etmesi (BHS)	BHS17	3,3860	,567		
	BHS7	3,3233	,552		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,653					
Approx. Chi-Square: 682,928					
Barlett's Test of Sphericity: 0,000					
Extraction Method: Principal Components					
Rotation Method: Varimax					
Açıklanan Varyans Toplamı: 41,413					
Değerlendirme Kriterleri					

Örneklem büyüklüğü yönünden faktör analizine tabi tutulan verilerin uygunluğunu test etmek için amacıyla kullanılan bir yöntem Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testidir. Bu doğrultuda KMO değeri 0 ile 1 değerleri arasında değişmektedir. İyi bir faktör yapısı için KMO değerinin 0,80'nin üzerinde olması uygundur.

İncelenen değişkenler arasında önemli sayılabilecek bir ilişki olmadığı takdirde faktör analizinin amaçlarından biri olan bağımsızlaştırma bir amaç olamayacak ve boyut indirmekten ise herhangi bir kazanç sağlanamayacaktır. Bu doğrultuda, en azından bazı değişkenler arasındaki anlamlı korelasyonların olduğunun istatistiksel yönden ortaya konulması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda Bartlett testinden yararlanılmaktadır. Bu test sonucunda korelasyon matrisinin 0 değerinden farklı bir matris olup olmadığı test edilir.

Öncelikle KMO testi sonucunda kullanılan veri yapısının faktör analizine uygun olduğu tespit saptanmıştır (KMO = 0,653). Bartlett Testi sonucundaysa kullanılan değişkenler arasında anlamlı olan ilişkilerin bulunduğu ve böylece faktör analizi sonucunda anlamlı kabul edilebilecek faktörler oluşabileceği görülmüştür.

Faktör yük değerleri, araştırmada kullanılan soru maddelerinin faktörler ile olan ilişkisini açıklamada kullanılan bir katsayıdır. Bu çerçevede bir maddenin 0,30 düzeyindeki faktör yükü, ilgili faktör tarafından açıklanan varyans değerinin %9 olduğunu $[(0,302)^2 = 0,09]$ belirtir. Genel anlamda 0,60 ve üzerindeki yük değerleri yüksek, 0,3-0,59 arasındaki yük değerleri orta düzeyde olan bir büyüklük olarak tanımlanmaktadır. Literatürde, bir maddenin faktör yük değeri için asgari büyüklüğün 0,30 ya da 0,40 olması yönünde genel anlamda bir görüş bulunmaktadır.

4.4. Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde pandemi yardımına ilişkin algı değişkenlerinin, araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri açısından, farklı bir şekilde algılanıp algılanmadığını belirlemek için farklılık testlerinden t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Büyük örneklem verilerinde, pragmatik bilim adamlarına göre $n > 100$ veya daha duyarlı bilim adamlarına göre $n > 400$ olduğu durumlarda, test sonuçları normallik şartının sağlanmadığını gösterse bile bunun pratikte çok fazla bir önemi yoktur. Böyle bir durumda histogram, kutu grafiği ve normal olasılık grafikleri incelenir. Dağılım normale yakın bir özellik gösteriyorsa

eğer, p değerinde normallik koşulunun sağlanmaması dikkate alınmaz (Şencan, 2005: 196). Ayrıca analize giren denek sayısı fazla olduğu için merkezi limit teoremine göre, değişkenlerin normallik varsayımını karşıladığı kabul edilmiştir (Smidt vd., 2001). Katılımcıların pandemi yardımına ilişkin algısının, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak için yapılan t-testi sonuçları Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre T-Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet Grubu	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
İstihdam Sağlayıcı Olması (İSO)	Erkek	186	2,9726	,98909	2,329	,020*
	Kadın	114	3,1928	,95095		
Gizlilik Esasına Dayanması (GED)	Erkek	186	3,0336	,94704	2,504	,013*
	Kadın	114	3,2527	,83548		
İhtiyaca Yönelik Olması (İYO)	Erkek	186	3,1866	,92861	2,082	,038*
	Kadın	114	3,3573	,77017		
Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi (BHS)	Erkek	186	3,4194	,92802	-3,058	,002*
	Kadın	114	3,6941	,91931		

*Gruplar arası farklılık 0,005 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların pandemi yardımlarının; “İstihdam Sağlayıcı Olması, Gizlilik Esasına Dayanması, İhtiyaca Yönelik Olması ve Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi” ne yönelik algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Pandemi yardımlarının istihdam sağlayıcı olması, gizlilik esasına dayanması, ihtiyaca yönelik olması ve bireyleri hazırcılığa sevk etmesi konularında kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha olumlu bir algı içerisinde oldukları ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların pandemi yardımlarına ilişkin algılamalarının, medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan t-testi sonuçları Tablo 5’te gösterilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre T-Testi Sonuçları

Faktörler	Medeni Durum	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
İstihdam Sağlayıcı Olması (İSO)	Evli	186	3,4664	,83308	2,213	,027*
	Bekâr	114	3,2515	,91898		
Gizlilik Esasına Dayanması (GED)	Evli	186	3,3333	,75251	3,193	,002*
	Bekâr	114	3,0531	,94629		
İhtiyaca Yönelik Olması (İYO)	Evli	186	3,3590	,86747	2,388	,017*
	Bekâr	114	3,1356	,86175		
Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi (BHS)	Evli	186	3,4074	,82885	2,149	,032*
	Bekâr	114	3,2066	,87467		
	Bekâr	186	3,5431	,95183		

*Gruplar arası farklılık 0,005 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların pandemi yardımlarının; “İstihdam Sağlayıcı Olması, Gizlilik Esasına Dayanması, İhtiyaca Yönelik Olması ve Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi” ne yönelik algıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Pandemi yardımlarının istihdam sağlayıcı olması, gizlilik esasına dayanması, ihtiyaca yönelik olması ve bireyleri hazırcılığa sevk etmesi konularında evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre daha olumlu bir algı içerisinde oldukları ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların pandemi yardımlarına ilişkin algılamalarının; yaş gruplarına, eğitim düzeylerine ve hane halkı sayısına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan ANOVA analizine ait sonuçlar ait Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Pandemi Yardımına İlişkin Algılar-Yaş Grupları-Eğitim Düzeyi-Hanede Yaşayan Kişi Sayısı ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Frekans (n)	Yüzde (%)	İstihdam Sağlayıcı Olması (İSO)		Gizlilik Esasına Dayanması (GED)		İhtiyaca Yönelik Olması (İYO)		Bireyleri Hazırcılığa Sevk Etmesi (BHS)	
			Anova (F)	p	Anova (F)	p	Anova (F)	p	Anova (F)	p
Yaş Grubu										
18-30	54	18								
31-45	149	49.6	3.815	.005	1.942	.103	4.066	.003	.803	.600
46-60	85	28.3								
61 ve Üstü	12	4								
Eğitim Düzeyi										
İlkokul ve altı	150	50								
Ortaokul	57	19	5.121	.002	.802	.493	7.978	.000	.802	.493
Lise	77	25.6								
Üniversite	16	5.3								
Hanede Halkı Sayısı										
1-3	125	41.6								
4-6	166	55.3	2.007	.044	.803	.600	3.389	.001	.647	.518
7 ve üstü	9	3								

Katılımcıların yaş değişkeni grupları açısından sosyal yardım algılarının farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Buna doğrultuda en düşük sosyal yardım algısı ortalamasının 61 yaş ve üstü grupta olduğu, en yüksek ortalamaya sahip grubun ise 46-60 yaş aralığında bulunan katılımcılardan oluştuğu saptanmıştır. Diğer yönden ANOVA sonuçlarına göre deneklerden ortaokul mezunu düzeyindeki katılımcıların sosyal yardım algısına ait ortalaması (3,90) en düşük grubu oluşturmakta iken, üniversite mezunu olanların sosyal yardım algısına ait ortalaması (4,03) en yüksek grubu oluşturduğu görülmüştür.

Ayrıca ANOVA testi sonuçları, hane halkı sayısı 1-3 kişi arasında olan gruba ait sosyal yardım algısı ortalaması 3,89 değeri ile en düşük grubu oluşturduğu görülürken, en yüksek grubu oluşturan 7 ve üstü grubun ise en yüksek sosyal yardım algısı ortalama değerine sahip grubu oluşturduğu (4,01) tespit edilmiştir.

5. Sonuç Ve Öneriler

COVID-19 Salgını küresel boyutta ve dünya genelinde büyük etkilere neden olmuş ve bu durum devletin yapmış olduğu mevcut sosyal yardımlarına ek olarak pandemi yardımının da eklenmesine neden olmuştur. Yaşanan sağlık sorunları ve kısıtlı sosyal hayattan dolayı

ihtiyaç sahipleri yanında ayırım yapmaksızın mal varlıklarını nakde çeviremeyen vatandaşlar da ihtiyaçlı konuma düşmüştür. İstisnasız tüm vatandaşlar devletten gelecek yardım ve teşviklerin neler olacağı, beklenti ve ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağı konularında yardım beklemişlerdir.

Kuşkusuz bu yaşanan salgın tüm dünyayı etkilemiştir. Yaşanan gelişmeler alt tabakadan üst tabakaya kadar toplumun geniş kesimine etki etmiştir. Bu karşılaşılan zorlukları aşabilmek adına ilgili mekanizmanın aslını oluşturan devlet ya da diğer bir ifadeyle baştaki hükümetler bu sorunlara çözüm sağlayabilecek çeşitli yolları halk tabakalarına sunmuş ve zararı minimum değer seviyesine indirmeye çalışmışlardır. Mağdur durumda bulunan vatandaşlara yönelik yapılan çalışma ise pandemi yardımı olmuştur. Kısıtlamalardan ve sağlık önlemlerinden dolayı pandemi yardımı başvuruları sadece E-devlet üzerinden alınabilmesi sağlanmıştır. Öte yandan bu yolda gerçekleştirilen faaliyetler ile birlikte çeşitli sebeplere bağlı olarak belli başlı sorunlar baş göstermiştir. Bu sorunlar ise hazırlanan çalışmaya göre aşağıda verildiği gibi sıralanmıştır:

- Pandemi yardımının sadece E-devlet üzerinden yapılabilmesi, yerel hizmetlerde bulunan bu alanda ki kuruluşu (SYDV) pasif hale getirmektedir.
- Pandemi yardımı başvurusunda erkeklerin baskın olduğu ve kadınların başvuru yapamadığı, (e-devlet de kim başvurursa hak sahibi olarak kadın seçilemiyor ya da miktar ikiye bölünemiyor)
- Hane yaklaşımı nedeniyle hane içinde bulunan diğer üyelerin ihtiyaçlı olup olmadığının nasıl belirleneceği, kimin hak sahibi olacağını belli olmadığı,
- E-devlet kullanamayan yaşlı ve diğer engelli birey vb. kişilerin pandemi yardımına başvuruda zorlandığı, ayrıca nereye başvuracakları konusunda bilgi sahibi olmadıkları konularında eksiklik bulunduğu,
- Genç kesimin devlet işleyişini bilmemesinden ve devlet imkânlarının doğal olarak yararlanmaları gerektiği düşüncesinden dolayı, aldıkları olumsuz (yardımın ret edilmesinden dolayı) cevaplar sonucu kurumları rencide edici bulmalarının hoşnutsuzluk yarattığından bu konuda bilgilendirici faaliyetlerin yapılması gerektiği,
- Eğitim seviyesi düştükçe pandemi yardımından faydalananlarda suistimalin olduğu düşüncesinin hâkim olduğu görülmektedir, yardımın kimlere nasıl verildiği konusunda insanların bilgi sahibi olmadığı,
- Eğitim seviyesi düştükçe, verilen yardımlardan dolayı çalışma ve iş imkânları konusunda isteksizliğin arttığı, bu nedenle alınacak önlemlerin belirlenmesi gerektiği,
- Pandemi yardımının nakit yapılmasının yanında aynı olarak da yapılması konusunda çalışma yapılması gerektiği,
- Pandemi yardımından yararlananların son durumlarını (ihtiyacın devam edip etmediği) takip edecek yeterli bir sistem bulunmadığı,
- Pandemi yardımının ihtiyaçları tamamen karşılamadığı ve sürekliliğinin olmaması nedeniyle yardıma devam edilmesi yönünde beklentilere neden olduğu, gibi durumlar sayılabilir.

Sayılan bu maddelerden anlaşılmaktadır ki pandemi yardımı uygulamalarında çeşitli sorunlar ve aksaklıklar olsa da genel olarak toplumun çoğunluğuna ulaşıldığı ve ihtiyaç sahiplerine yardımın verildiğini söylemek mümkündür. Yine ülkemizde her il ve ilçede bulunan

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarının kendi bölgelerini bilmeleri ve hazırda ihtiyaç sahiplerini tanımaları da yardımın ulaştırıldığı düşüncesini güçlü bir şekilde desteklemektedir.

Yapılan bu çalışmada bir dizi sorulara da cevap bulmuştur. 300 Kişi üzerine yapılan araştırmada üzerinde durulan bazı soruların cevaplarından anlaşılacağı gibi bunların çalışmanın önemsenmesinde yol gösterici olmuştur. Buna göre; Anket çalışmasında üzerinde durulan sorulardan ilki olan “pandemi yardımları gerekli bir uygulamadır” sorusuna 300 kişilik sosyal yardım alıcısı ve adayının 206’sı “kesinlikle katılıyorum” diyerek gerekli olduğunu belirtmiştir. (%68,7) Bunlar dışında 4. soruya bakıldığı zaman yine 300 kişinin 224’ü pandemi yardımını son çare olarak görmektedir. (%74,7) Çünkü salgın müddetince ihtiyaç devam edeceğinden pandemi yardımı devamlı olması gerekmektedir. Anket araştırmasının 2. sorusu olan “pandemi yardımları toplumun her kesimine eşit bir şekilde verilmelidir” seçeneğine 300 kişinin 237’sinden alınan katılma oranının günlük yaşantılara bakılarak adilane bir dağıtım olduğunu düşünmektedir. (%79)

Anket araştırması 14. soruya bakıldığı zaman 300 kişinin 156’sı sosyal yardımların ihtiyaçları tamamen karşıladığını düşünmektedir (%52). İlgili kişilerin bu görüşünü 19. soru desteklemektedir. Bu doğrultuda ankete katılan 300 kişinin 141’i (%47) sosyal yardımlar yalnız bu dönemde üzerinde durulan bir konu olduğunu bilmektedir. (%14,7’si kararsızdır.)

Önerileri sıralamak gerekirse;

- Pandemi yardımı sadece e-devlet üzerinden değil yerelde bulunan kamu kurum ve kuruluşları tarafından müracaat alınabilmelidir. Fakat mükerrerliğin de önüne geçilmelidir.
- Pandemi yardımı başvuranın evli/bekâr durumuna göre ayırt edilebilmeli ve evli ise yarı yarıya bölünerek yardım verilmelidir. Hane de kadına yardım verilmesi gerekiyorsa böyle bir seçenekte bulundurulurak mağduriyet ortadan kaldırılmalıdır.
- Tek başına yaşayan reşit birey hariç olmak üzere, hanede bulunan 18 yaş ve üstünde olan bireylerden yalnızca birisi başvurabilmelidir. Sisteme hak sahibi belirleyebilme seçeneği eklenmelidir.
- Sisteme başvuru yapmakta zorlanan yaşlı, engelli vb. kişiler için E-devlet şifresinin verildiği PTT Müdürlüklerinde E-devlet sistemini kullanamayacaklarının tespit edilmesi halinde, bu doğrultuda SMS ile başvuru yapabilmelerine imkân sağlanmalıdır.
- Genç olup pandemi yardımına başvuran kesimle ilgili kurumların rencide edici bulduklarından dolayı e-devlet üzerinde standart listelenen cevaplar yerine, ilgili görevli tarafından sonuca ilişkin bilgilendirici ayrıntılı cevaplar verebilmesine imkân sağlanmalıdır.
- Pandemi yardımından kimin nasıl yararlanacağını hangi şartları taşıması gerektiğinin önceden belirlenmesi suiistimal düşüncesinin belli oranda azalmasını sağlayacaktır.
- Pandemi yardımından yararlananlara yönelik iş-kur üzerinden bağlantı yapılarak iş ilanlarının bildirim yapılması ve pandemi yardımı başvuru formun da meslek şartının girilmesi zorunlu hale getirilmelidir.
- Pandemi yardımında nakdi yardımların yanında aynı temel ihtiyaç yardımı yapılması daha yararlı olacaktır.

- Pandemi yardımıyla yararlananların son durumlarını hakkında yerelde bulunan kuruluşun (SYDV) sisteminde yeni bir sekme eklenerek hane içinde zamanla değişen incelemelerin farkları yansıtılabilir. Böylece hanenin geldiği son durum daha iyi analiz edilebilir.
- Pandemi yardımının kısıtlamaların durumuna göre aylık olarak devam etmesi, kontrolünün sağlanarak ödemelerin yapılması ve hane de yaşayan kişi sayısı ve ihtiyaç durumu analizleri ile süreklilik sağlanması memnuniyetin artmasının yanında mağduriyetlerin giderilmesini de büyük oranda sağlayacaktır.

Araştırmanın son önerisi pandemi yardımı alan katılımcılar tarafından özeleştirilmiştir. Buna açıdan pandemi yardımı uygulamaları, alanlar tarafından da istismar edilmemelidir. Bu nedenle, bu noktada 9.cu maddede sayılan hane gelişim sekmesinin devreye konulması bu durumun önüne büyük ölçüde geçeceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aslan, R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19. *Ayrıntı Dergisi*, 8(65): 35-41. <https://www.dergiayrinti.com/index.php/ayr/article/view/1353/2382> (15.03.2021)
- Çengelci, E. (1993). Sosyal Refahın Gerçekleşmesinde Sosyal Yardımların Rol ve Önemi, *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Hizmetler Yüksek Okulu Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 1-2-3, S. 9-34, Ankara. <http://fs.hacettepe.edu.tr/tsh/Dergiler/1993-123.pdf>
- Çetinkaya, Ş. (2012), Türkiye’de Sosyal Yardımlaşma Müessesesi: Duru Analizi, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Kütahya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=FZ4McqppUgM0z59anq dZow&no=jxthwoWkRlq0SSqZtP0fqg> 15.03.2021
- Dilik, S. (1980). Sosyal Güvenlik ve Sosyal Hizmetler Arasındaki İlişkiler, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt: 35, Sayı: 1, S. 73-84. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbf/issue/3122/43360> 15.03.2021

- Güler, B. A. (2005), Sosyal Devlet ve Yerelleşme, *Yasal Değişim Sürecinde İnsan, Toplum, Çevre, Kent ve Mimarlık Sempozyumu Bildirisi*, 21-22 Nisan 2005, İstanbul. <http://www.yayed.org/uploads/yuklemeler/msy-2-3.pdf> (13.03.2021)
- Gümüş, E. (2010). Türkiye’de Sosyal Güvenlik Sistemi: Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler, *SETA Analiz Raporu*, Sayı: 24. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1950582 15.03.2021
- Hacımahmutoğlu, H. (2009). Türkiye’deki Sosyal Yardım Sisteminin Değerlendirilmesi, *DPT Uzmanlık Tezleri*, Ankara. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/HandeHacimahmuroglu.pdf> 15.03.2021
- Karakaş, M. (2020). Covid-19 Salgınının Çok Boyutlu Sosyolojisi ve Yeni Normal Meselesi, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1224651> 13.03.2021
- Marazer, Y. (2020). Türkiye’de Sosyal Yardım Hizmetlerine Yönelik Vatandaş Algısı: Çayırova İlçesinde Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karaman. <http://dosya.kmu.edu.tr/sbe/userfiles/file/tezler/kamuyonetimi/yukselmarazer.pdf>.
- Smidt, R.K., Levine, D.M. ve Ramsey, P.P. (2001). Applied Statistics. Prentice Hall.
- Şencan, H. (2005). Güvenilirlik ve Geçerlilik. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Taşçı, F. (2008). Sosyal Yardım Yap(ma)ma Gerekçeleri Üzerine Yaklaşımlar, *Kamu İş Dergisi*, Cilt:9 Sayı: 4, S.2. S.23 <https://www.tuhis.org.tr/pdf/946.pdf>
- Taşçı, F. (2010). Sosyal Politika, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Tunç, A. (2013). Türk Kamu Yönetiminde Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarının etkinliği: TRB1 Bölgesinde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Malatya. <https://silo.tips/download/trk-kamu-ynetmnde-sosyal-yardimlama-ve-dayanima-vakiflarinin-etknl-trb1-blgesnde> 15.03.2021
- Ulutaş, U. (2020). Koronavirüs sonrası küresel trendler. U. Ulutaş (Ed.), *COVID-19 sonrası küresel sistem: Eski sorunlar, yeni trendler* içinde (s. 10–19). SAM Yayınları. <http://sam.gov.tr/pdf/sam-yayinlari/sam-covid-kitap.pdf> 16.03.2021
- <https://ailevecalisma.gov.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021
- <https://bizbizyeterizturkiye.gov.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021
- <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66301/covid-19-rehberi.html> (Erişim Tarihi: 13.03.2021).
- <https://sozluk.gov.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021
- <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- <https://tccb.gov.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021
- https://thinktech.stm.com.tr/uploads/raporlar/pdf/295202014477114_stm_covid_19_kuresel_tedarik.pdf (13.03.2021)

<https://trthaber.com.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021

<https://tuba.gov.tr/tr/yayinlar/suresiz-yayinlar/raporlar/3.versiyon-tuba-covid-19-kuresel-salgın-değerlendirme-rapor-1> 14.03.2021

<https://www.euro.who.int/en/countries/turkey> (13.03.2021)

<https://www.icisleri.gov.tr/65-yas-ve-ustu-ile-kronik-rahatsızlığı-olanlara-sokaga-cikma-yasagi-ek-genelgesi> (Erişim Tarihi: 13.03.2021)

<https://www.ipsos.com/tr-tr/kontrollu-sosyallesme-surecinde-ulkemizin-en-onemli-sorunu-nedir> (Erişim Tarihi: 13.03.2021)

<https://www.tdk.gov.tr/> İnternet Erişimi 13.03.2021