

Journal of Economy Business and Management

VOL: 6 ISSUE: 1

2022

Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi
Journal of Economy Business and Management
JEBM

Cilt/Volume: 6

Sayı/ Issue: 1

Ocak - January / Haziran - June 2022

Sahibi / Owner

Karabük Üniversitesi

Baş Editör / Editor in Chief

Dr. Öğr. Üyesi Hasan TERZİ

Sayı Editörü / Issue Editor

Dr. Öğr. Üyesi Hasan TERZİ

e-posta

hasanterzi@karabuk.edu.tr

Dizinler/Indexed in

ASOS
indeks

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Yahya FİDAN

Doç. Dr. Sinan YILMAZ

Prof. Dr. Baker Ahmad ALSERHAN

Prof. Dr. Murat YILDIRIM

Doç. Dr. Metin KILIÇ

Doç. Dr. Muhammet BELEN

Doç. Dr. Ömer Faruk HABERGETİREN

Dr. Öğr. Üyesi Hasan TERZİ

“jebm İşletme, Ekonomi ve Yönetim Dergisi yılda iki kez yayınlanan hakemli, akademik bir dergidir. jebm’de yayınlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yayın dili Türkçe ve İngilizce’dir. Yayınlanan tüm makaleler Creative Commons CC BY 4.0 ile lisanslanmaktadır. Yazıların yayınlanıp yayınlanmamasından yayın kurulu sorumludur.”

İçindekiler / Contents

- 1-22 Mehmet Zahit ECEVİT, Türker BAŞ, M. Yaman ÖZTEK
Organik Ürünlerin Sosyal Değeri Var Mıdır? Türkiye Üzerine Nitel Bir Araştırma
Do Organic Products Have Social Value? A Qualitative Research on Turkey
- 23-42 Hendri Hermawan ADINUGRAHA, Zainal MUTTAQIN
Sharia Venture Capital Information System in Indonesia
- 43-71 Hasan UYGURTÜRK, Semanur KARABUDAK
Teknopark Çalışanlarının Finansal Tutum ve Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma
A Research on the Financial Attitudes and Behaviors of Technopark Employees
- 72-99 Ozan BÜYÜKYILMAZ, Canan YILDIRAN, Duygu ÖZKAN
Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Durum Analizi Karşılaştırması
A Content Analysis Review of Travel Business Mission Comparison of Situation Analysis on International Undergraduate Students
- 100-136 Mehmet Murat TUNÇBİLEK, Ebru HACIOĞLU
Sendikalı Olma ve Örgütsel Bağlılık
Being Unionized and Organizational Commitment

Organik Ürünlerin Sosyal Değeri Var Mıdır? Türkiye Üzerine Nitel Bir Araştırma

Mehmet Zahit ECEVİT

Mehmet Zahid Ecevit

orcid.org/0000-0003-2388-3355

Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

Asst. Prof. Dr., Bandırma Onyediy Eylül University

mecevit@bandirma.edu.tr

Türker BAŞ

orcid.org/0000-0002-7742-0543

Prof. Dr. Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Prof. Dr. Galatasaray Univ., Business and Administration Faculty

tbas@gsu.edu.tr

M. Yaman ÖZTEK

orcid.org/0000-0002-1129-5145

Prof. Dr. Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Prof. Dr. Galatasaray Univ., Business and Administration Faculty

moztek@gsu.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı organik ürünlerin sosyal değerinin olup olmadığını, şayet varsa tüketiciler tarafından gösteriş yapmak ve statü kazanmak amacıyla kullanılıp kullanılmadığını araştırmaktır. Bu kapsamda nitel bir araştırma ile organik ürün kullanıcıları ile yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre organik ürün kullanıcılarının farklı bir zümre olarak görüldüğünü, organik ürün kullanmak için ekstra çaba gerektiğini, organik ürün kullananların yakın çevrelerinde bilindiğini ve bu konuda

konusulduğunu, bu nedenlerle Türkiye’de organik ürünlerin sosyal değerinin olduğunu söyleyebiliriz. Ancak yine de organik ürünlere şüpheyle yaklaşıldığı için organik ürün kullananların kandırıldığına dair bir algı da bulunmaktadır. Ayrıca organik ürünlerin sosyal değeri olduğu sonucu çıkarılsa da kullanıcıların gösteriş amacıyla değil sağlık kaygısı ile bunu yaptıkları düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik ürün, sosyal değer, yeşil tüketim, organik tüketim, tüketici davranışı

Do Organic Products Have Social Value? A Qualitative Research on Turkey

Abstract

The aim of this study is to investigate whether organic products have social value, and if so, whether they are used by consumers to show off and gain status. In this context, face-to-face interviews were conducted with organic product users through a qualitative research. According to the results of the research, we can say that organic product users are seen as a different group, that it takes extra effort to use organic products, that those who use organic products are known and talked about in their immediate surroundings, and for these reasons, organic products have a social value in Turkey. However, since organic products are approached with suspicion, there is a perception that those who use organic products are deceived. In addition, although it is concluded that

organic products have a social value, it is thought that users do not use it to show off but because of health concerns.

Keywords: Organic products, social value, green consumption, organic consumption, consumer behavior

Giriş

Sanayileşmenin getirdiği mekanik ve katkı maddeli üretime bir tepki olarak ortaya çıkan organik tarımın kökleri 1940'lara dayanmakta olup ilk olarak Avrupa ve Amerika'da başladıktan sonra diğer ülkelere yayılmıştır. Organik tarımın bu denli eskiye dayanmasına ve tüketicilerin de organik ürünlere karşı pozitif tutuma sahip olmasına rağmen tüketim rakamlarına bakıldığında bunun satın almaya istenilen düzeyde dönüşmediği görülmektedir. Avrupa ülkelerindeki organik tüketimin %1-5 arasında olması bu durumu destekler niteliktedir (Aerstens ve diğ., 2009: 1140). 2012 yılı verilerine göre Avrupa'da kişi başına düşen organik ürün tüketiminde ilk üç sırayı İsviçre (149,4€), Danimarka (141,3€) ve Lüksemburg (130€) almaktadır. Türkiye'de ise organik tüketimin önemi artsa da (2012 yılında 1,3 € olan ortalama organik tüketim miktarı 2013 yılında gelindiğinde 4,1 €'ya çıkmış olup, dünya organik pazarının 1999-2011 yılları arasında %12,5 büyüdüğü dikkate alındığında önemli bir gelişme olarak görülebilir) Avrupa'nın oldukça gerisinde kalmaktadır.¹ Organik tüketimin düşük olmasının yüksek fiyatlardan, organik ürün arzının yeterli seviyede olmamasından, geleneksel ürünlerin tüketiciyi tatmin etmesinden,

¹<http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1572967-analiz-63-milyar-dolarlik-organik-buyume>

üreticiye olan güven eksikliğinden ve organik ürün tüketimi ile elde edilecek değer tam olarak anlaşılammış olmasından kaynaklandığı iddia edilmektedir (Honkanen ve diğ., 2006: 421). Bu etkenlerin Türkiye içinde geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Ancak organik ürün sertifikasyonunun daha sistematik bir şekilde yapılmaya başlanmasının ve organik ürün markalarının yaygınlaşmasının organik ürünlere olan güven problemini azalttığı ve buna bağlı olarak satın almayı artırdığı iddia edilmektedir.

Organik tüketimi artırmak için öncelikle tüketicilerin organik tüketim yapmasına neden olan etkenlerin iyi anlaşılması gerekmektedir. Bu amaçla yapılan araştırmalar ilk başlarda demografik özellikler, sağlık kaygısı, çevre hassasiyeti, ürün özellikleri (kalite, fiyat, performans) gibi faktörleri ele almışlardır. Ancak bu etkenlerin de organik tüketimi tam olarak açıklayamaması nedeniyle insan davranışına yön veren değerleri bu kapsamda ele almışlardır. Tüketicilerin gıda tüketimlerini bir kimlik veya değer göstergesi olarak yaşam tarzlarını yansıtmak için kullandıklarını ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır. Ancak organik tüketimin altında yatan nedenleri araştıran çalışmalar daha çok çevresel etkenler, sağlık kaygısı ve hazcı dürtüler üzerinde yoğunlaşmıştır. Buna karşın organik ürünlerin sosyal kimlik, sınıf veya statü sinyali verip vermediği, diğer bir ifadeyle sosyal değerinin olup olmadığı çok az araştırılmıştır (Costa ve diğ., 2014: 228). Bu nedenle literatüre katkı sağlaması amacıyla çalışmamızda organik ürün tüketiminin sosyal kimlik, statü ve sınıf göstergesi olarak kullanılıp kullanılmadığı ve organik ürünlerle ilgili sosyal değerlerin ne ölçüde

ürünlerde bulunduğu nitel bir araştırma ile ortaya konmaya çalışılacaktır.

Literatür

Yapılan araştırmalar sürdürülebilir tüketimin bir parçası olan organik tüketimin demografik özelliklerden, sağlık kaygısından, endüstriyel ürünlerin risklerinden kaçınma isteğinden, organik ürünlerin daha sağlıklı ve kaliteli olduğu algısından, doğayı ve çevreyi koruma eğiliminden, ürünle ilgili faktörlerden (fiyatı, kalitesi, performansı, güvenilirliği, elde edilebilirliği) etkilendiğini ortaya koymuştur (Bartel ve Reinders, 2010; Salazar ve diğ., 2013; Lockie ve diğ., 2002; Muposhi ve Dhurup, 2016; Padel ve Foster, 2005). Ancak tespit edilen bu etkenlerin organik tüketimi tam olarak açıklamakta yetersiz kaldığı da sıkça belirtilmiştir. Bu nedenle kolay ve çabuk değişmeyen; davranışların değerlendirilmesinde, tahmin edilmesinde ve onaylanmasında sıkça kullanılan; tüketicilerin satın alma kararlarına da yön veren değerler organik tüketim davranışını açıklamak için de kullanılmıştır. Yapılan araştırmalar sosyal kurallar ile organik gıda satın alma niyeti arasında pozitif bir ilişki olduğunu (Aerstens ve diğ., 2009: 1142; Baker, 2002: 997); davranışların sosyal ortam içerisinde gerçekleşmesi nedeniyle sosyal kuralların organik ürün tüketime etkisinin çevreye karşı olan duyarlılıktan daha fazla olduğunu (Kim ve diğ., 2012: 10), aile ortamında öğrenilen kişisel değerler ile kültürel değerlerin organik tüketime etkisinin okulda veya dışarıda öğrenilen değerlerden ve kişinin kendi edindiği bilgilerden daha fazla olduğunu (Gotschi ve diğ., 2010: 98); çevresel konularla ilgili ortak değerlerin paylaşıldığı referans grupların

organik gıda tercihini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur (Welsch ve Kühling, 2009: 173).

Tüketicilerin organik tüketim davranışlarının altından yatan nedenleri araştırırken Schwartz'ın (1992) geliştirdiği sosyal ve kişisel değerleri kapsayan değerler kümesi (*value inventory*) sıkça kullanılmıştır. Buna göre dört farklı insan tipi tanımlanmaktadır: muhafazakârlık (gelenek, uyumluluk, güvenlik), kişisel gelişim (güç, başarı), kendini adanmışlık (evrenselcilik, hayırseverlik), değişime açıklık (hazcılık, dürtü, kendi kendini yönetme). *Muhafazakârlar* toplumun istikrarına katkı sağlamaya yönelik hareket etmekte olup sosyal kurallara ve geleneklere bağlı; *kişisel gelişimciler* sosyal statüye, prestije ve başkaları üzerinde kontrol sahibi olmaya önem veren; *kendini adayanlar* doğanın ve insanlığın korunmasının bireysel çabalara bağlı olduğunu düşünen; *değişime açık* olanlar ise yaşamlarında eğlenceyi ve yenilikleri arzular, bağımsız olmaya çalışan bireylerdir (Costa ve diğ., 2014: 229). Hoogland ve diğ. (2007), Schwartz'ın geliştirdiği kişisel değerlerden evrensellik, güvenlik, güç ve hazzı ele alarak organik ürün tercihinin etkisini incelemiş ve araştırma sonunda evrenselciliğin (Hoogland ve diğ., 2007:55), Aerstens ve diğ.'de (2009), tat (hazcı değer) ve evrenselciliğin (Aerstens ve diğ., 2009: 1157); Lusk (2011) ise çevreye duyarlılığın, geleneğin ve ürünün doğallığının organik tüketime en çok etki eden faktörler olduğunu tespit etmişlerdir (Lusk, 2011: 460).

Pino ve diğ. (2012), etik değerlerin -Schwartz'ın sosyal değerler kümesinde kendini adanmışlığa (evrenselcilik ve hayırseverlik) denk düşmekte olup toplumun menfaatini ön planda tutarak hareket etme anlamına gelmektedir- organik ürün tüketimini

etkilediğini ancak bu etkinin organik ürün tüketen bütün tüketiciler için aynı olmadığını tespit etmişlerdir. Şöyle ki, etik değerlerin daha çok düzenli organik ürün tüketicilerinin organik ürünlere karşı tutumlarını ve satın almalarını etkilediği tespit edilmiştir. (Pino ve diğ., 2012). Burada düzenli olarak organik ürün satın alan tüketiciler etik değerler nedeniyle satın alma yapıyorsa, düzenli tüketmeyenler hangi nedenlerle satın alıyor sorusu akla gelmektedir. Başka bir araştırma konusu olmakla birlikte düzensiz satın alan tüketicilerin gösteriş amacıyla satın alma yaptıkları düşünülebilir. Çünkü gösteriş amaçlı organik tüketim yapan tüketicilerin gizli ve açık ortamlarda farklı davrandıklarını gösteren çalışmalar mevcuttur. Honkanen ve diğ. (2006) ise etik değerleri çevre ve siyasi boyutuyla ele almış, çalışma sonunda çevreci güdülerin organik tüketimi etkileyen en önemli faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı şekilde üretilen ülkenin üretim ve insan haklarına bakışının organik tüketime etki ettiği anlaşılmıştır (Honkanen ve diğ., 2006).

Yukarıda ortaya koyduğumuz çalışmalar genelde organik ürün tüketimine etki eden değerlerin evrenselcilik, hazcılık, güvenlik (bunlar muhafazakarlığa, kendini adamışlığa, değişime açıklığa denk gelmektedir) olduğunu ortaya koymuşlar ancak güç, başarı, gösteriş statü kazanma güdüsüyle satın alma yapıldığını tespit etmemişlerdir. Sosyal değerlerin iki boyutu bulunmaktadır; sosyal kurallar ve sosyal statüler. Sosyal kurallar Schwartz'ın değerler tanımında muhafazakârlığın içinde bulunan uyumluluğa, sosyal statüde kişisel gelişimin içinde bulunan güce denk düşmektedir. Organik ürün tüketiminin altında yatan nedenler arasında güç, prestij, statü kazanma isteğinin olduğunu gösteren çalışmalara karşın bunun tam

aksini iddia eden çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Muller ve diğ. (2011), organik tüketimle kişisel gelişim güdüsü arasında pozitif ilişki olduğunu, daha detaylı ifade edecek olursak kişisel gelişiminin ve muhafazakarlığın, kendini adamışlıktan (*evrenselcilik ve hayırseverlikten*) daha etkili olduğunu tespit etmişlerdir (Mueller ve diğ., 2011: 10). Ancak başka bir çalışma tüketicilerin organik gıdalara karşı tutumunda sadece güç ve evrenselciliğin etkisi anlamlı bulmuş ve güç ile organik ürünlere karşı tutum arasında negatif, evrenselcilikle organik ürünlere karşı tutum arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (Dreezens ve diğ., 2005a: 120) Organik ürün paketlerinde organik logonun yanı sıra ürün hakkında detaylı bilgi verildiğinde evrenselcilikle organik ürün satın alma arasında pozitif bir ilişki olurken, güç ile satın alma arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak sadece logo kullanıldığında güç ile satın alma arasında pozitif bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Aslında tüketicilerin bilgiyle hareket ettikleri düşünülürken verilen bilginin artmasıyla güçle satın alma arasında negatif bir ilişkinin ortaya çıkması ilginç bir durum ortaya çıkarmıştır (Hoogland ve diğ., 2007: 53). Tüketicilerin organik ürünlere karşı tutumları pozitif olmasa da sosyal normların (çevre baskısı) satın alma niyetlerini artırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca evrenselcilik ile organik ürünlere karşı tutum ve satın alma niyeti arasında pozitif, güç ile negatif ilişki tespit edilmiştir (Vermeir ve Verbeke, 2006: 185; Vermeir ve Verbeke, 2008: 549).

Sosyal değer ile normatif etki benzer anlamlarda kullanılmaktadır. Normatif etki başkalarının beklentilerine uyma eğilimi şeklinde tanımlanmaktadır. Yapılan araştırmalar normatif etkiyi iki gruba ayırmaktadır; gösteriş (*value expressive*) ve faydacı

etkiler. Gösterişte kişi referans grup ile kendisini ilişkilendirerek, özdeşleştirerek kendi imajını ve benliğini güçlendirmeye çalışmaktadır. Bunu başkalarının davranışını veya düşüncesini kendisiyle özdeşleştirerek yapmaktadır. Tüketiciler heterojen bir yapı gösterdiği için gösteriş ürün veya hizmet seçimlerinde de etkisini göstermektedir. Faydacı yaklaşım ise ödül kazanmak veya cezadan kaçmak amacıyla başkalarının beklentisine uygun davranma anlamına gelmektedir (Bearden ve diğ., 1989: 474). Sosyal değer olarak ta ifade edilen normatif etki organik ürün tercihinde de görülmektedir. Organik ürün kullananlarda, kullanmayanlarda organik ürünleri çok pahalı bulmakta, organik tüketicileri iyi eğitilmiş, zengin ve itibarlı kişiler olarak görmektedirler (Finch, 2006). Bu nedenle statü ve imajlarını yükseltmek isteyen tüketiciler organik ürün tüketmenin felsefesini benimsemeseler dahi organik ürün tüketebilmektedirler. Barrena ve Sanchez (2010), düzenli olarak organik ürün tüketen tüketicilerin kararlarında organik ürünlerin statü sembolü olarak görülmesinin, saygınlık kazandırmasının, kendini gerçekleştirme imkânı vermesinin de etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Barrena ve Sanchez, 2010). Benzer bir durum yeşil ürünler için de geçerlidir. Örneğin, yeşil ürünler geleneksel ürünlere kıyasla daha pahalı, kalitesi de daha düşük görüldüğü için bu tür ürünleri satın almanın fedakârlık gerektirdiği düşünülmektedir. Fedakârlık “yüksek maliyetten” kaynaklandığı için aynı zamanda statü ile de ilişkilendirilebilmektedir. Buradan yola çıkarak Griskevicius ve diğ. (2010) statü kazanma güdüsünün lüks ürünler ve yeşil ürünler arasındaki tercihi nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Araştırma sonunda kamuya açık bir şekilde alışveriş yapıldığında

gösteriş amacıyla daha pahalı olan çevreci ürünün çevreci olmayan lüks ürüne kıyasla daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir. Buna karşın gizli satın alma yapıldığında yeşil ürün tercihinin azaldığı, lüks ürünün çekiciliğinin arttığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak davranışların gözlemlenebildiği durumda tüketicilerin toplum yararına çalıştığı izlenimi vermek amacıyla yeşil ürünleri lüks ürünlere tercih ettiği ifade edilmiştir (Griskevicius ve diğ., 2010: 397). Gösteriş tüketiminin organik ürünlerde de etkili olduğunu gösteren başka bir çalışmada Seegebarth ve diğ. (2016), tüketicileri algılanan değere (finansal, işlevsel, bireysel, sosyal) göre organik ürün tercihleri açısından dört gruba (ikna olmuş karşıtlar, sessiz tüketiciler, prestij peşinde olanlar, tutkulu taraftarlar) ayırmıştır. Buna göre prestij amaçlı organik ürün tüketenlerin diğerlerine oranla kısmen daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu tüketiciler başkaları üzerinde etki bırakmak maksadıyla organik ürünleri tercih etmektedirler (Seegebarth ve diğ., 2016: 405). Dolayısıyla bu veriler organik ürünlerin sosyal değerinin olduğunu ve tüketicilerin önemli bir kısmının gösteriş amacıyla bu ürünleri tükettiğini destekler niteliktedir.

Costa ve diğ. (2014), organik tüketimin statü amaçlı tüketilip tüketilmediğini sosyal değer üzerinden nitel bir araştırma ile incelemiştir. Sosyal etkileşim teorisine göre insanların yaşam tarzı ve dünyayı anlamlandırma şekli yaşadığı toplumda bireylerle kurduğu etkileşim sonucu ortaya çıkmaktadır. Teori, toplumda yer alan kurumların ve bireylerin aralarındaki etkileşimi sonucu ortaya çıkan sembollerin ne olduğunu ve nasıl kullanıldığını, bu etkileşimlerle sosyal dünyanın nasıl değiştiğini ortaya koymaya çalışmaktadır. Yani

bireylerin kullandıkları semboller statü yaratmakta, fakat bu sembollerde etkileşim sonucu değişebilmektedir. Sosyal taklit teorisine göre de insanlar ekonomik, kültürel ve sosyal (ilişki) sermaye elde ederek farklılaşmaya çalışmaktadırlar. Sosyal düzende yer edinmek için ürünlerin, davranışların ve yaşam tarzının sembol olarak kullanıldığı; ayrıca sembolün gücünün onu elde etmekteki zorluğa dayandığı iddia edilmektedir. Dolayısıyla bu iki teoriye göre semboller sosyal hayatın bir gerçeği olup etkileşim sonucu ortaya çıkmakta ve farklılaşma aracı olarak kullanılmaktadır. Organik ürünlerin sosyal değerinin olup olmadığı sorusu da bu iki temel sosyolojik yaklaşım sonucu ortaya çıkmıştır (Costa ve diğ., 2014: 229). Costa ve diğ. (2014), çalışmalarında organik gıdaların sosyal değerlerinin olup olmadığını, şayet varsa bunların organik ürün kullanıcılarına sosyal kimlik veya statü kazandırıp kazandırmadığını araştırmışlardır. Çalışma sonunda organik ürün kullananların “züppe”, “seçkin”, “burjuva” olarak görüldüğü ve bu nedenle sosyal sınıf göstergesi olabileceği; organik ürünlerin kıyafetler gibi teşhir edilmediği halde sosyal ortamlarda konuşulduğu; organik ürünleri tüketenlere karşı bir saygı duyulduğu ve başka konularla ilgili de kendilerine danışıldığı; politik bir kaygıyla (toplumun menfaati için) organik ürün kullananlar tarafından tavsiye edilmek için sıkça gündeme getirildiği tespit edilmiştir. Ayrıca satın alınan yerin sosyal değer açısından organik etiket kadar önemli olduğu, organik pazarların da marketlere kıyasla daha fazla sosyal değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Organik pazarların daha fazla sosyal değere sahip olmasının üreticilere yardımcı olma politik kaygısından; ayrıca organik pazardan ve organik süpermarketlerden alışveriş yapmak

tecrübe gerektirdiği için bu tecrübeye sahip olmayanların diğerlerine özenmesinden kaynaklandığı anlaşılmıştır (Costa ve diğ., 2014: 232-233).

Organik ürün tüketimini açıklarken kullanılan faktörlerden bir tanesi de sosyal kimlik olmuştur. Sosyal kimlik bir insanın kendisini bir gruba ait hissetmesi ve o grubun özelliklerini taşıması şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda genelde insan davranışı, özelde de yenilikçi ürünlerin tüketiciler tarafından satın alınma nedenleri tahmin edilirken sosyal kimlikten faydalanılmaktadır. Organik ürünler toplumda yaygın bir şekilde kullanılmadığı için yenilikçi ürün olarak düşünülmüş, buradan yola çıkarak organik ürün tercihini açıklarken sosyal kimlik kavramından faydalanılmıştır. Bartel ve Reinders (2010) çalışmaların da sosyal kimliğin organik ürünlerin kullanılmasında önemli bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer bir deyişle tüketiciler sosyal kimliğini veya sahip olmak istediği kimliği yansıtmak için organik ürünleri tercih edebilmektedirler (Bartel ve Reinders, 2010).

Özetleyecek olursak tüketicilerin yalnızca sağlık kaygısıyla, hazcı güdülerle organik ürünleri tercih etmediklerini; yaşadığı toplumun organik tüketime bakışından, toplumsal değerlerinden etkilendiğini; toplumda daha üst bir statüde görünmek, sosyal çevresinde daha çok değer görmek amacıyla organik ürün tükettiklerini söyleyebiliriz. Diğer bir ifadeyle organik ürünlere ulaşmanın ilave çaba ve maliyet getirmesi nedeniyle zor olduğu, bunun sonucunda sınırlı sayıda bir zümrenin kullanabildiği, organik tüketimin ve organik tüketicilerin ayrıcalıklı görüldüğü toplumlarda organik tüketim bir statü göstergesi olarak görülmekte ve tüketiciler

tarafından gösteriş amaçlı kullanılabilir. Bu çalışmada organik ürünlerin sosyal değerinin olup olmadığı ve statü kazanma güdüsüyle tüketilip tüketilmediği nitel bir yaklaşımla Türkiye örneği üzerinden incelenecektir. Organik ürün tüketici profilleri ülkelere göre farklılaşabildiği için (Amerikalı tüketiciler evrenselci, Alman tüketiciler statü ve gösteriş amaçlı tüketim) Türk tüketicilerin organik ürünlere karşı bakışının ortaya konması önem arz etmektedir.

Metodoloji

Çalışmamızda organik ürünlerin sosyal değerinin olup olmadığı; sosyal statü, kimlik, sınıf göstergesi olarak kullanılıp kullanılmadığı araştırılmaktadır. Araştırma sorularına cevap bulmak için örnek kitle olarak organik ürün tüketicileri seçilmiştir. Nitel bir araştırma olan çalışmada veri toplama yöntemi olarak beş organik ürün tüketicisiyle birebir görüşmeler yapılmıştır. Toplumsal cazibe yanlılığı katılımcıların kendileri ile ilgili hassas konularda toplumun eleştirisinden çekinerek olumlu imaj yaratmak için yanlış cevaplar vermesine, dolayısıyla sistematik hatanın oluşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle katılımcılara soruların dolaylı olarak sorulması tavsiye edilmektedir (Fisher, 1993: 303). Çalışmamızda yanlılık nedeniyle oluşacak sistematik hatayı en aza indirmek amacıyla katılımcılara dolaylı olarak önce başkaları ve yakınları ile ilgili, sonra da kendileri ile ilgili düşünceleri hakkında sekiz soru yöneltilmiştir.

İlk üç soru organik ürünlerin sosyal değerinin olup olmadığını keşfetmeye çalışmaktadır. Sembolik etkileşim teorisine göre şayet organik ürünlerin sosyal değeri varsa üç şartı yerine

getirmesi gerekmektedir: sınıflar arasındaki farkı ortaya koyacak bir sınır görevi görmeli, sembolik olarak kullanılmalı, elde etmek için belirli bir sermaye gerektirmelidir. Bourdieu'nün statü sembolleri bu sınır görevini yerine getirmekte, bir sosyal sınıfa ait olan kişiler ile bu sosyal gruba dahi olmayan kişileri sahip olduğu özellikleri belirleyerek tanımlamaktadır. Diğer bir ifadeyle insanlar farklı olmak için belirli bir zamanda ve yerde bulunmakta, bir gruba dahil olmaktadır (Costa ve diğ., 2014: 230). Buradan yola çıkarak organik ürünlerin sosyal değerini ortaya koymak için organik ürün kullananlar ile kullanmayanlar arasında bir fark olup olmadığını keşfetmeye çalışan üç dolaylı soru yöneltilmiştir.

- İnsanlar genel olarak organik ürünler hakkında ne düşünmektedirler?
- Organik ürün kullanmayan insanlar organik ürün kullanan insanlar hakkında ne düşünmektedirler.
- Organik ürün tüketmenin iyi bir şey olduğunu düşünen insanları tarif ediniz.

Şayet organik ürünlerin sosyal değeri varsa, organik ürün tüketen insanlar bunları sembol olarak kullanmakta ve organik ürün tükettiklerini diğer insanların bilmelerini istemektedirler. Fakat kullanıcılar bunu sembol olarak görse de diğer insanlar organik ürünleri bir sosyal sembol işareti olarak görmeyebilirler. Bunu netleştirmek, yani organik ürünlerin sembol olarak kullanılıp kullanılmadığını ortaya çıkarmak için katılımcılara üç soru yöneltilmiştir (Costa ve diğ., 2014: 230).

- Organik ürün tüketen insanları biliyor musunuz?

- Bunlar hakkında konuşurlar mı? Konuşurlarsa ne zaman ve nerede konuşurlar?

- Sizi tanıyanlar organik ürün tükettiğinizi biliyorlar mı?

Bourdieu'ya göre bir ürünün sembolik gücü onu elde etmek için gerekli olan kaynağın kıtlığına (para, yetenek, zaman) bağlı olmaktadır. Diğer bir ifadeyle ulaşılması zor olan şeylerin sembolik değerinin yüksek olacağı varsayılmaktadır. Organik ürünlerinde sembolik bir değerinin olabilmesi için bu şartı yerine getirmesi beklenmektedir. Bu nedenle organik ürünlerin sembolik gücünü keşfetmek için katılımcılara aşağıdaki soru yöneltilmiştir (Costa ve diğ., 2014: 230).

- Organik ürün tüketimi için herhangi bir özel çaba gerekiyor mu?

Yansıtma tekniği kullanılarak diğer insanların organik ürün tüketimi hakkında ne düşündükleri sorulduktan sonra, katılımcıların kendi görüşünü almak için aşağıdaki soru yöneltilmiştir. Ancak katılımcılar başkalarının düşüncelerini ifade ederken kendi düşüncelerini söyledikleri için bu soruyu tekrar ve anlamsız bulduklarını belirtmişlerdir.

- Genel olarak organik ürün tüketen insanlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Katılımcılarla yapılan görüşmeler ortalama 15-20 dakika sürmüştür, katılımcıların izni alınarak ses kaydı yapılmış ve daha sonra görüşmeler yazıya dökülmüştür. Özel hayatın gizliliği çerçevesinden katılımcıların isimleri gizli tutulmuştur. Ancak katılımcılarla ilgili demografik özellikler Tablo-1'de görülmektedir.

Araştırma sorularına cevap bulmak için yönlendirilmiş içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmaların doğasında tümevarım yaklaşımı varken yönlendirilmiş içerik analizinde tümden gelim yaklaşımı vardır. Ayrıca mevcut teori araştırma sorularının hazırlanmasına rehberlik etmektedir. Yönlendirilmiş içerik analiz mevcut bir teoriyi doğrulamak veya farklı alanlara uygulayarak genişletmek için kullanılmaktadır. (Hsieh ve Shannon, 2005: 1281) Çalışmamızda organik ürünlerin sosyal değeri sorgulanırken Bourdieu'nun sembolik etkileşim teorisinden faydalanılarak geliştirilen kategoriler (sınır, sembol, sermaye) ışığında araştırma soruları analiz edilmiştir. Çalışma nitel bir araştırma olup, sınırlı sayıda katılımcının kişisel görüşlerine dayandığı için genelleme yapma amacı taşımamaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Medeni Hal	Çocuk	Eğitim	Meslek
1	55	Erkek	Evli	3	Lisans	Bürokrat
2	41	Kadın	Evli	1	Doktora	Akademisyen
3	50	Kadın	Evli	2	Lisans	Memur
4	30	Kadın	Bekâr	1	Yüksek Lisans	Öğrenci
5	51	Erkek	Evli	2	Lisans	Memur

Bulgular

Organik ürünlere “*şüphyle*” yaklaşan bir kesim bulunmaktadır. Organik ürünleri üretenlerin üretim süreci ile ilgili bilgilerinin yetersiz olduğu, ayrıca ürünlerin organik olup olmadığının kontrol edilmesinin zor olması nedeniyle organik olmayan ürünlerin sahtekârlık yaparak organikmiş gibi satılabildiği gerekçesiyle organik ürünlere şüphyle yaklaşıldığı belirtilmiştir. Bu nedenle iki katılımcı organik ürün kullanmayanların organik ürün kullananları

harcayacak parası çok olan “enayi” gibi görüldüğünü ifade etmişlerdir. Başka bir katılımcı da benzer şekilde organik ürün tüketenlerin kendilerini kandırdıklarını ve aşırı duyarlı olmaları nedeniyle “kullanıldıklarını” düşünmektedir. Bir katılımcı “Organik ürün almak için semt pazarlarına, yakın köylere gidiliyor, çok çaba sarf ediliyor. Buna değip değmediği konusunda şüpheliyim. Yapacak başka işleri yok mu diyorum.” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılar organik ürünleri kullananların yüksek tahsilli ve sağlık kaygısına sahip, organik ürünlerin daha pahalı olması nedeniyle satın alabilmek için yüksek geliri olan, sağlıklı ve daha sade yaşam tarzına sahip tüketiciler olduklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların çoğunun organik ürün kullandığı yakın çevresi tarafından bilinmektedir. Organik ürün kullananların sağlık kaygısı nedeniyle, doğru yapıp yapmadıklarını test etmek ve nereden satın alabileceklerini öğrenmek amacıyla çevresinde bu konuyu konuştukları görülmüştür. Sağlık denince beslenmenin akla geldiğini, insanlar da bir araya geldiğinde sağlık kaygıları nedeniyle organik ürün konusunun konuşulduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcılar organik ürün kullanmak için üreticiyle doğrudan temas kurulması, güvenilir üreticiyi bulmak için de çaba harcanması gerektiğini düşünmektedir. Çünkü paketinde organik yazması yeterli görülmemekte, üreticilerin dahi bilinçli üretim yapmadıkları ifade edilmektedir. Bu nedenle gerçek organik ürünü bulmak için çaba gereklidir denilmiştir. Benzer çaba ürün seçiminde de gerekmektedir. Normal ürün satın alırken markasına bakıp satın alma yapılırken, organik ürünlerde nerede üretildiğine, üreticisine, sertifikanın hangi kurum tarafından verildiğine, üretim ve son kullanma tarihine daha

dikkatli bakıldığı, bu nedenle daha çok çaba gerektirdiği ifade edilmiştir. Organik ürün için daha fazla ödemek ve her yerde satılmadığı için daha fazla araştırma yapmak, çaba sarf etmek gerektiği, organik ürün yetiştirecek toprağı olmayanların *tüketmesinin zor* olduğunu düşünülmektedir.

Bir katılımcı organik ürünlerin diğerlerine göre daha lezzetli veya daha gösterişli olmadığını, tam tersine görünüş olarak daha dezavantajlı ve daha pahalı olduğu halde sağlık kaygısı nedeniyle insanların satın aldığını ifade etmiştir. Organik gıdalarla beslenmeyi alışkanlık haline getiren insanların kısa vadede daha fazla harcadıkları halde uzun vadede daha sağlıklı olacakları için daha fazla çalışabilecekleri ve sağlık maliyet ve masraflarının daha az olacağı ifade edilmiştir. Benzer şekilde başka bir katılımcı organik ürün kullananların hayata bakışının farklı olduğunu, para kazanmak için sağlıklı olmak gerektiğini düşündüğünü ifade etmiştir.

Sonuç

Bourdieu'ya göre bir ürünün sembolik gücü onu elde etmek için gerekli olan kaynağın kıtlığına (para, yetenek, zaman) bağlı olmaktadır. Bu bağlamda verileri değerlendirdiğimizde organik ürün kullanımı için ekstra zaman, para ve zihni çaba gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Sembolik etkileşim teorisine göre şayet organik ürünlerin sosyal değeri varsa üç şartı yerine getirmesi gerektiğini ifade edilmektedir: sınıflar arasındaki farkı ortaya koyacak bir sınır görevi görmeli, sembolik olarak kullanılmalı, elde etmek için belirli bir sermaye gerektirmelidir. Bourdieu'nün statü sembolleri bu sınır

görevini yerine getirmekte, bir sosyal sınıfa ait olan kişiler ile bu sosyal gruba dahi olmayan kişileri sahip olduğu özellikleri belirleyerek tanımlamaktadır. Bu bağlamda organik ürün kullananların kullanmayanlardan belirgin bir şekilde farklı olduğunu söyleyebiliriz. Organik ürünleri kullananların yüksek tahsilli ve sağlık kaygısı olduğu, organik ürünler daha pahalı olduğu için satın alabilmesi için yüksek gelire sahip olduğu, sağlıklı ve daha sade yaşam tarzına sahip olduğu ifade edilmiştir. Costa ve diğ. (2014) çalışmasında organik ürün kullananlara saygı duyulduğu ve başka konularda danışıldığı ifade edilmiştir. Çalışmamızda farklı bir sonuç ortaya çıkmıştır. Organik ürünlere karşı şüpheyle yaklaşıldığı için organik ürün kullanıcıları “enayi” ve “kendisini kullandıran” bir zümre şeklinde de görüldüğü tespit edilmiştir.

Şayet organik ürünlerin sosyal değeri varsa, organik ürün tüketen insanlar bunları sembol olarak kullandığı ve organik ürün tükettiklerini diğer insanların bilmelerini istediğini ifade etmiştik. Fakat kullanıcılar bunu sembol olarak görse de diğer insanlar organik ürünleri bir sosyal sembol işareti olarak görmeyebilirler. Araştırma sonucunda organik ürün kullanıcılarının çevrelerinde organik ürün tüketicisi olarak bilindiği, bu konunun ortamlarda konuşulduğu ancak gösteriş amacıyla değil sağlık kaygılarından dolayı konuşulduğu ifade edilmiştir.

Bu değerlendirmeler ışığında organik ürün kullanıcılarının farklı bir zümre olarak görüldüğü, organik ürün kullanmak için ekstra çaba gerektiği, organik ürün kullananların yakın çevrelerinde bilindiği ve bu konu kısmen konuşulduğu için Türkiye’de organik ürünlerin sosyal değerinin olduğunu söyleyebiliriz.

Kaynakça

Aertsens, J.W., Verbeke, K., Mondelaers, G. ve Van Huylenbroeck, G., (2009), "Personal determinants of organic food consumption: a review.", *British Food Journal*, **111**, 1140–1167.

Baker, S., Thompson, K.E., Engelken, J. ve Huntley, K., (2004), "Mapping the values driving organic food choice: Germany versus the UK.", *European Journal of Marketing*, **38**, 995–1012.

Barrena Figueroa, R., & Sánchez García, M. (2010). Frequency of consumption and changing determinants of purchase decision: from attributes to values in the organic food market. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 2010, 8 (2), 251-272.

Bartels, J. ve Reinders, M. J. (2010). Social identification, social representations, and consumer innovativeness in an organic food context: A cross-national comparison. *Food quality and preference*, 21(4), 347-352.

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., ve Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of consumer research*, 15(4), 473-481.

Costa Sandrine, Lydia Zepeda ve Lucie Sirieix, (2014), "Exploring the social value of organic food: a qualitative study in France", *International Journal of Consumer Studies*, **38**, 228–237

Finch, J. E. (2006). The impact of personal consumption values and beliefs on organic food purchase behavior. *Journal of Food Products Marketing*, 11(4), 63-76.

Gotschi Elisabeth, (2010), "The Role of Knowledge, Social Norms, and Attitudes Toward Organic Products and Shopping Behavior: Survey

Results from High School Students in Vienna", The Journal Of Environmental Education, **41** (2), 88–100

Griskevicius, V., Tybur, J.M. ve Van den Bergh, B. (2010) Going green to be seen: status, reputation, and conspicuous conservation. *Journal of Personality and Social Psychology*, **98**, 392–404.

Honkanen, P., Verplanken, B. ve Olsen, S.O., (2006), "*Ethical values and motives driving food choice.*", Journal of Consumer Behaviour, **5**, 420–430.

Hoogland, C.T., de Boer, J. ve Boersema, J.J. (2007), "*Food and sustainability: do consumers recognize, understand and value on-package information on production standards?*" *Appetite*, **49**, 47–57.

Kim, H., Lee, E.J. ve Hur, W.M. (2012), "*The mediating role of norms in the relationship between green identity and purchase intention of ecofriendly products.*", *Human Ecology Review*, **19**, 125–135.

Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., ve Mummary, K. (2002). Eating 'green': motivations behind organic food consumption in Australia. *Sociologia ruralis*, 42(1), 23-40.

Lusk, J., (2011), "*External validity of the food values scale.*" *Food Quality and Preference*, **22**, 452–462.

Mueller, S., Sirieix, L. ve Remaud, H. (2011), "*Are Personal Values Related to Sustainable Attribute Choice?*", 6th AWBR International Conference, 9–10 June 2011, Bordeaux Management School – BEM – France.

Muposhi, A., ve Dhurup, M. (2016). A qualitative inquiry of generation Y consumers' selection attributes in the case of organic products. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 15(1), 1-14.

Padel, S., ve Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British food journal*.

Pino, G., Peluso, A.M. ve Guido, G. (2012), "Determinants of regular and occasional consumers' intentions to buy organic food.", *Journal of Consumer Affairs*, Spring, 157–169.

Salazar, H., Oerlemans, L. ve van Stroe-Biezen, S. (2013, "Social influence on sustainable consumption: evidence from a behavioural experiment.", *International Journal of Consumer Studies*, **37**, 172–180.

Seegebarth, B., Behrens, S. H., Klarmann, C., Hennigs, N., ve Scribner, L. L. (2016). Customer value perception of organic food: cultural differences and cross-national segments. *British Food Journal*.

Vermeir, I. ve Verbeke, W. (2006), "Sustainable food consumption: exploring the consumer 'attitude-behavioural intention' gap.", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, **19**, 169–194.

Vermeir, I. ve Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological economics*, **64**(3), 542-553.

Welsch, H. ve Kühling, J. (2009), "Determinants of pro-environmental consumption: the role of reference groups and routine behaviour." *Ecological Economics*, **69**, 166–176.

http://cityfarm.com.tr/blog/organik_gida_pazari/

<http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1572967-analiz-63-milyar-dolarlik-organik-buyume>

Sharia Venture Capital Information System in Indonesia

Hendri Hermawan ADINUGRAHA

orcid.org/0000-0002-8394-5776

KH. Abdurrahman Wahid State Islamic University of
Pekalongan, Indonesia.

hendri.hermawan@iainpekalongan.ac.id

Zainal MUTTAQIN

orcid.org/0000-0002-6875-6555

KH. Abdurrahman Wahid State Islamic University of
Pekalongan, Indonesia.

asipah92@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to explain the ins and outs of sharia venture capital business in Indonesia as a form of financing institution business in a systematic and complete manner. This research is included in the type of library research. The findings of this study explained that literally venture capital means capital invested in a risky business. It is said to contain risk because this investment does not emphasize the collateral aspect, but rather on the prospects and feasibility of the business being financed. Venture capital was a financing that has high risk. Venture capital financing is different from banks that

provide financing in the form of loans or credit, while venture capital provides costs by making direct investments into the company it finances. Meanwhile, sharia venture capital is an investment made by a Sharia financial institution for a certain period of time, and after that the financial institution divests or sells part of its shares to the company's shareholders. A very prominent characteristic in the venture capital business is related to risk. The magnitude of the risk that may be faced in the venture capital business causes the high expected return expected by venture capitalists in Indonesia.

Keywords: Sharia venture capital, financing, and information system.

Introduction

The existence of venture capital businesses in Indonesia in an institutional and formal sense is a relatively new legal and business institution (Fathonih et al., 2019). This effort was only introduced through the Deregulation Package Policy dated December 20, 1988 which was followed by the issuance of Presidential Decree No. 61 of 1988. However, this venture capital business in the future has good prospects considering its existence has a very important role for business development, especially for small businesses in Indonesia (Nizaruddin Wajdi et al., 2017). The general constraints faced by small businesses, such as limited capital, management capabilities and technology (Ma'shum et al., 2021), will be eliminated with the

existence of venture capital financing institutions (Nikolic et al., 2015).

The term venture capital is a translation from English, venture capital which means something that contains risk or can also mean as a business (Vanderhoven et al., 2020). Islam prohibits risk shifting and encourages risk sharing (Çizakça, 2014). So, literally venture capital means capital invested in a risky business (Karpa & Grginović, 2020). Therefore, venture capital is also called risk capital (Sandhy Widyasthana et al., 2017). It is said to contain risk because this investment does not emphasize the collateral aspect, but rather on the prospects and feasibility of the business being financed.

Based on the above understanding, it can be concluded that venture capital is a financing that has a high risk (Kato & Tsoka, 2020). Venture capital financing is different from banks that provide financing in the form of loans or credit, while venture capital provides costs by making direct investments into the company it finances. Companies that obtain venture capital financing are called joint venture companies or invest companies (Wallmeroth et al., 2018). While the investment of Islamic venture capital is restricted to Shariah compliant funds and businesses only (Alwi et al., 2020a). Sharia venture capital is a financing in equity participation in a business partner company that wants to develop its business for a certain period of time or temporary (Hadi et al., 2021). Sharia venture capital

is an investment made by a Sharia financial institution for a certain period of time (Kumalasari, 2016), and after that the financial institution divests or sells part of its shares to the company's shareholders (Sanrego, 2017).

A very prominent characteristic in the venture capital business is related to risk (Caliendo et al., 2020). The magnitude of the risk that may be faced in the venture capital business causes the high expected return expected by venture capitalists. The concept of venture capital basically cannot be equated with ordinary investments and not all equity investments in other companies can be classified as venture capital financing. The venture capital mechanism, in principle, is a process that describes the flow of investment starting from the entry of investors by forming a pool of funds, the process of financing in a business partner company to the process of withdrawing the participation (in investment). Investors provide funds and collect them in a venture capital fund. They usually come from large financial institutions such as pension funds, financial companies, insurance companies, and others. In addition, funds may also come from wealthy people with a high risk tolerance. The money is pooled together and managed under a venture capital firm, which will determine where the money will be invested. To allocate funds, venture capital firms form committees (Liang et al., 2019). They are tasked with making investment decisions, identifying and selecting potential

companies to fund. Once identified, the capital injection flows to the target company and often requires substantial shareholding (Othman et al., 2017).

As mentioned above, venture capital has many benefits, while it also carries a high risk. It will be very helpful for companies, especially for companies that are just starting and are still small in scale (Alwi et al., 2020b). It is undeniable that companies and small-scale businesses often find it difficult to get loans, especially from banks (Bessière et al., 2020). However, in addition to ensuring capital to develop a business or business, the thing that needs to be considered in order to ensure the business continues to grow a stable profit is a business health diagnosis. All of course must be done professionally and with minimal errors and easy with good management of venture capital by using information technology (Fadillah et al., 2021).

This paper will explain systematically and completely about the ins and outs of venture capital business as a form of financing institution business. Through this paper, it is hoped that we will gain a complete understanding of the existence and activities of venture capital businesses.

1. Method

This type of research is library research (George, 2019). Through this approach, this research seeks to explain the ins and

outs of sharia venture capital business as a form of financing institution business in a systematic and complete manner.

2. Findings

2.1. Legal Basis for Sharia Venture Capital in Indonesia

The development of venture capital in terms of its legal basis in Indonesia can be ordered chronologically as follows (Sanrego, 2017):

a) Presidential Decree No. 61 of 1988 concerning Financing Institutions.

b) KMK No. 1251/KMK.013/1988 dated 20 December concerning Provisions and Procedures for the Implementation of Financial Institutions.

c) Government regulation no. 62 of 1992 concerning Business Sectors of Business Partner Companies of Venture Capital Companies.

d) KMK No. 227/KMK.01/1994 dated June 9, 1994 concerning Business Sectors of Business Partner Companies of Venture Capital Companies.

e) Government Regulation No. 4 of 1995 concerning Income Tax for Venture Capital Companies.

f) KMK No. 469/KMK.17/1995 dated October 3, 1995 concerning the Establishment and Development of Venture Capital Companies (Santoso, 2015).

2.2. Operational Capital on Sharia Venture Capital

In the establishment of Venture Capital there are two important aspects of its aims and objectives. Venture capital is capital that is provided as an idea risk without a guarantee of return on investment or future success. There is only a profit-sharing system in the form of dividends. So that the aspect of the courage of the capital owner becomes an important thing in making decisions. That's why the main basis of the spirit of Venture Capital lies in the belief in its business partner, in accordance with the basic principles contained in the spirit of Venture Capital, there is an agreement made throughout the world that capital participation must be temporary. The period is between 5-10 years, until the business partners are able to stand on their own, then the shares are resold (Kossovsky, 2013).

Steps in Venture Capital Investment include: a) Preliminary assessment; b) External confirmation; c) Negotiations and offers; d) Legal documentation
e) Investment monitoring; and f) Divestment (Khan et al., 2021).

2. 3. Difference between Conventional and Sharia Venture Capital

Related to sharia venture capital companies are business entities that carry out sharia venture capital business activities, venture fund management, and other business activities with the approval of the financial services authority, all of which are carried out based on sharia principles. Based on this definition,

it can be understood that the activities of sharia venture capital companies are in principle the same as conventional venture capital companies, namely carrying out investment activities and or services within a certain period of time for business development of business partners (Madanchian et al., 2019). However, what makes the difference is that in carrying out the activities of a sharia venture capital company, it is certainly based on sharia principles (Ismanto, 2021).

In addition, the business activities of sharia venture capital companies must comply with the principles of justice (*'adl*), balance (*tawazun*), benefit (*maslahah*), and universalism (*'alamiyah*) (Adinugraha, 2020), and then do not contain *gharar*, *maysir*, *usury*, *zhulm*, *risywah*, and illegal objects (Adinugraha & Muhtarom, 2021). The elements mentioned above must be met (Adinugraha & Ulama'i, 2020), if they are violated, the investment made by the sharia venture capital company becomes invalid.

2. 4. Sharia Venture Capital Electronic Products

a) Business Products

- Direct Share Participation

Direct equity participation in a Business Partner Company, where they will become a shareholder within a certain agreed period of time.

- Convertible Bonds

In accordance with equity financing, financing is in the

form of buying bonds of a company and at a certain period will be converted as ownership shares of the Business Partner Company (Nila et al., 2019).

- Financing

- 1) *Al-Mudharabah*

Profit sharing financing from the owner of the fund (*Shahibul Maal*) with the owner of the business, where the capital is fully provided by the owner of the fund, and the pattern of financing can be done with the Channeling and Executing pattern (Adinugraha et al., 2017).

- 2) *Al-Musyarakah*

Profit sharing financing between fund owners (*Shahibul Maal*) and business owners, where capital is provided jointly by fund owners and business owners, and channeling and executing patterns (Sartika & Adinugraha, 2016).

- 3) *Al-Murahabah*

Financing with a buying and selling pattern between the owner of the funds (*Shahibul Maal*) and the business owner. The owner of the fund (*Shahibul Maal*) buys the goods needed by the business owner and then sells it to the owner of the business concerned at the acquisition price plus the agreed profit margin between the owner of the fund (*Shahibul Maal*) and the business owner (Hasan, 2019).

- b) Financial Services

- 1) Arrangement Service

Intermediation activities, especially in terms of bringing together clients who need business capital with fund owners, both individual and institutional, as well as helping investors to be able to obtain good business financing (Hafidz, 2021).

2) Financial Management Consulting Services

Providing consulting services, especially in the field of finance and investigation for clients, as well as assisting clients in improving the quality of business management, especially for financial administration, product quality improvement, marketing and human resources (Rofiq et al., 2019).

2. 5. Electronic Transactions on Sharia Venture Capital

Venture capital is a company business entity that carries out venture capital business activities, venture fund management, fee-based service activities, and other business activities with the approval of the Financial Services Authority (Fadholi et al., 2020). In carrying out its business, venture capital companies can carry out activities in the form of: a. equity participation; b. participation through the purchase of convertible bonds (quasi equity participation); c. financing through the purchase of debt securities issued by Business Partners at the start-up and/or business development stages, d. productive business financing. Based on the explanation above, it can be understood that venture capital companies have a strategic role in improving the economy. The active participation of venture capital companies in the form of equity participation

as well as managerial, operational and marketing support to business partners can help develop the company's business and motivate the emergence of new entrepreneurs (Adinugraha et al., 2021).

Venture capital is a process that describes the flow of investment starting from the entry of investors by forming a pool of funds, the process of financing in a business partner company, to the process of withdrawing the investment (divestment) (Nurhuda et al., 2020). Venture capital is professionally managed to invest in companies that need capital. Therefore, in venture capital there are at least three parties who are directly involved, namely: 1) Capital owners, as parties who want high profits from their invested capital. Capital from various sources or investors is collected in a special container or institution called capital funds; 2) Professional, as a party that includes expertise in managing investments and looking for potential investment types. This professional can be an institution called a management company or a management venture capital fund company; 3) Companies, namely companies that need capital to develop their business. This financed company is called an investee company or a joint venture company (Miftakhuddin et al., 2021).

The venture capital financing mechanism implemented in each country usually consists of two types (Rozaidin & Adinugraha, 2020), Sharia venture capital in Indonesia provide

a viable alternative world economic system (Çizakça, 2011), namely venture capital which is directly managed by the PMV Management who formed/founded the company or also called the single tier approach and venture capital whose management is handed over to a professional Investment Management Company, or also called model two tier approach.

Conclusion

Venture capital is a form of financing whose source of funds comes from the first party (banks, investors, and other financial institutions), which is channeled by a second party (venture capital companies) to third parties (partner companies) in order to finance their business development, with the hope of obtaining high profits from the business it finances (Rohayana & Stiawan, 2021). From this, it can also be concluded that several benefits of venture capital financing, among others: Increase Business Success, Efficiency in Goods Distribution, Increase Bankability of the company, Increase Utilization of Company Funds, Increase Liquidity. That's our explanation of venture capital. We can conclude that venture capital is one type of investment whose funding is in the form of equity participation in a private company within a certain period of time.

There are two types of venture capital, namely based on the method of providing funds and the method of raising funds based on ownership. The benefits of having venture capital are

to increase business activities and potential, product marketing is more efficient, liquidity increases, and profitability improves. The way to get the attention of venture capitalists is to come to SME exhibitions, submit a business plan, conduct due diligence, and sign agreements. When funding has been obtained, don't forget to always record it in the business financial report. This becomes very important, even more so that later investors will also collect financial statements. But if we have difficulty in making financial reports, we just need to use accounting software from Accurate Online. This application will make it easier for us to make financial reports and troublesome accounting activities. What's more, the dashboard display in this application is also simple, so it will be very easy for anyone to make financial reports.

References

Adinugraha, H. H. (2020). The Reconstruction Of Maqāṣīd Al-Syarī'ah Approach In Islamic Economy: Insights From Jasser Auda Perspective. *SSERR*, 224(7), 206–224.

Adinugraha, H. H.,. (2017). Penerapan Kaidah al-Ghunm bi al-Ghurm dalam Pembiayaan Mushārah pada Perbankan Syariah. *Economica*, 8, 81–102.

Adinugraha, H. H., Kumala, N., Sari, R., Rismawati, S. D., Ismanto, K., Arwani, A., Devy, H. S., Rohmah, F., Rosyada, M., Pekalongan, K., Tengah, J., Baru, P., Utara, P., & Tengah, J. (2021).

Halal Food Industry in Indonesia: Evidence of Employees Performance. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 25(02), 526–550.

Adinugraha, H. H., & Muhtarom, A. (2021). The Mu'alamah Dropshipping System: Islamic Economic Perspective. *OIKONOMIKA*, 2.

Adinugraha, H. H., & Ulama'i, A. H. A. (2020). Understanding of Islamic Studies through Textual and Contextual Approaches. *FARABI*, 17(1), 26–48.

Alwi, S. F. S., Akhir, A. H. M., Jaafar, M. N., Osman, I., Muhamat, A. A., & Muda, R. (2020a). Islamic venture capital in Malaysia: Operation and challenges. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 24(S2), 135–155.

Bessière, V., Stéphanie, E., & Wirtz, P. (2020). Crowdfunding, business angels, and venture capital: an exploratory study of the concept of the funding trajectory. *Venture Capital*, 22(2).
<https://doi.org/10.1080/13691066.2019.1599188>

Caliendo, M., Goethner, M., & Weißenberger, M. (2020). Entrepreneurial persistence beyond survival: Measurement and determinants. *Journal of Small Business Management*, 58(3).
<https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1666532>

Çizakça, M. (2014). Risk sharing and risk shifting: An historical perspective. *Borsa Istanbul Review*, 14(4), 191–195.
<https://doi.org/10.1016/j.bir.2014.06.001>

Çizakça, M. (2011). Islamic capitalism and finance: Origins, evolution and the future. *Islamic Capitalism and Finance: Origins, Evolution and the Future*, June, 1–323. <https://doi.org/10.4337/9780857931481>

Fadholi, M., Nurhayati, S., Hakim, A., Karimah, M. A., & Wirawan, A. (2020). *Exploring Factor's Affecting Consumer's Purchase Intention Of Halal Food Products For Indonesian Millennials Consumers*. 07(08), 4320–4338.

Fadillah, F., Mawaddah, E. V., Umihani, S., & Hadikha, M. (2021). The Covid-19 Pandemic as a Moment of Resurrection of the Creative Economy in Indonesia. *Annals of the University of Craiova for Journalism, Communication and Management*, 7, 16–23.

Fathonih, A., Anggadwita, G., & Ibraimi, S. (2019). Sharia venture capital as financing alternative of Muslim entrepreneurs: Opportunities, challenges and future research directions. *Journal of Enterprising Communities*, 13(3). <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0090>

George, M. W. (2019). The Elements of Library Research. In *The Elements of Library Research*. <https://doi.org/10.1515/9781400830411>

Hadi, N. H., Saudi, I. Al, & Syahid, A. (2021). Pengaruh Penyertaan Modal Ventura Terhadap Pendapatan Ppu Di Palangka Raya Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(2). <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.10683>

Hafidz, A. M. (2021). Factors Affecting Health Worker Performance: A Management Evidence from Midwife Sharia Hospital X in Central Java Indonesia. *KJFHC*, 7(3), 13–23.

Hasan, A. (2019). Prespective Review Of Islamic Study Towards Qaryah Mubarakahâh (The Blessed Village) Values In The Tourism Village. *Social Sciences and Education Research Review*, 6(2), 63–88.

Ismanto, K. (2021). The Concept of Maqāṣīd Al-syarī'ah Al- Ghazali As A Halal Industry Development. *SSERR*, 197(8), 180–197. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5090788>

Karpa, W., & Grginović, A. (2020). Long-term perspective on venture capital investments in early stage life-science projects related to health care. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 33(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1629326>

Kato, A. I., & Tsoka, G. E. (2020). Impact of venture capital financing on small-and medium-sized enterprises' performance in Uganda. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 12(1). <https://doi.org/10.4102/SAJESBM.V12I1.320>

Khan, M. Z., Khan, Z. U., Hameed, A., & Zada, S. S. (2021). On the upside or flipside: Where is venture capital positioned in the era of digital disruptions? *Technology in Society*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101555>

KOSSOVSKY, C. L. . R. A. N. R. (2013). Intangibles and The New Reality: Risk, Reputation and Value Creation. *Islamic*

Economic Studies, 1(1).

Kumalasari, D. (2016). Perusahaan Modal Ventura Perspektif Ekonomi Syariah. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1(1).
<https://doi.org/10.30736/jes.v1i1.7>

Liang, H., Liu, G., & Yin, J. (2019). Venture capital reputation: a blessing or a curse for entrepreneurial firm innovation—a contingent effect of industrial distance. *Frontiers of Business Research in China*, 13(1).
<https://doi.org/10.1186/s11782-019-0053-2>

Ma'shum, A. M. K., Marotina, R. N., & Hidayah, N. (2021). Information Technology Utility on Company Performance in the Industrial Revolution Era 4.0: Case Study at Gerai Dinar Pekalongan. *Annals of the University of Craiova for Journalism, Communication and Management*, 7, 30–37.

Madanchian, M., Taherdoost, H., Madanchian, M., Taherdoost, H., Smes, M. E., Dlamini, T., Mohammed, M., Brown, R., Rocha, A., Cowling, M., Samir, M., Wellalage, N. H., Reddy, K., Mersha, D., Financing, I., Moussa, F., Neagu, C., Kornelius, Y., Buntuang, P. C. D., ... Cillero, M. (2019). Exploring the determinants of SME ' S choosing alternative financiers as compared to their primary. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1).

Miftakhuddin, M., Lestari, K. T., Aniroh, A., & Adinugraha, H. H. (2021). *Pendayagunaan Wakaf Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. Iqtishaduna*, 10(1), 76–90.

Nikolic, M., Despotovic, D., & Cvetanovic, D. (2015). Barriers to innovation in SMEs in the Republic of Serbia. *Ekonomika*, 61(4). <https://doi.org/10.5937/ekonomika1504089n>

Nila, F., Utama, R. W. A., Mawardi, I., Fudholi, M., & Muhtadi, R. (2019). Sharia Local Funding (Salaf Card): Innovation on SMES Funding Using Islamic Bording School Ventura Capital. *Junal Ekonomi Islam*, 10(2012).

Nizaruddin Wajdi, M. B., Ummah, Y. C., & Sari, D. E. (2017). UKM Development Business Loan. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 1(1). <https://doi.org/10.29138/ijebed.v1i1.350>

Nurhuda, M., Rozali, M., Rakhmatillah, L., & Adinugraha, H. (2020). Does the Pruning on the Reference Interest Rate By Bank Indonesia Influence Interest Rate Sensitivity Towards Banking Net Interest Margin During Early Period in Facing Covid-19 in Indonesia? *Annals of the University of Craiova for Journalism, Communication and Management*, 6(1), 13–30.

Othman, N., Abdul-Majid, M., & Abdul-Rahman, A. (2017). Partnership financing and bank efficiency. *Pacific Basin Finance Journal*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2017.08.002>

Rofiq, A., Hasan, A., & Ari, A. S. Y. (2019). Relationship Between Management, Service Management And Stakeholders: A Theoretical Framework. *Annals of the University of Craiova for Journalism, Communication and Management*, 5(1), 5–15.

Rohayana, A. D., & Stiawan, D. (2021). Implementation of Islamic Economic Law Values in Sharia Financial Services Cooperative Products. *Social Sciences and Education Research Review* Volume 8, Issue 1, 2021, 239(8), 221. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5090796>

Rozaidin, M., & Adinugraha, H. H. (2020). Penerapan Akuntansi Pondok Pesantren (Studi pada Koperasi Pondok Pesantren Al Hasyimi Kabupaten Pekalongan). *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3716>

Sandhy Widyasthana, G., Wibisono, D., Mustika Sufiati Purwanegara, I., & Manahan Siallagan, E. (2017). Corporate Venture Capital Variable for Investing on Startup in Indonesia. *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences*, 4(3).

Sanrego, Y. D. (2017). The Role Of Islamic Capital Market For Micro, Small, And Medium Enterprises (MSMES) Through Synergy Of Mutual Fund And Venture Capital Institution. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 3(1). <https://doi.org/10.21098/jimf.v3i1.711>

Santoso, F. S. (2015). Pola Pembiayaan Modal Ventura Di Indonesia, Ekplorasi Bagi Upaya Pengembangannya Di Ekonomi Syariah. In *Ulumuddin : Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* (Vol. 5, Issue 2).

Sartika, M., & Adinugraha, H. H. (2016). Implementasi

Ijārah Dan IMBT Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
Economica: Jurnal Ekonomi Islam, 7(1), 97.
<https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1034>

Vanderhoven, E., Steiner, A., Teasdale, S., & Calò, F. (2020). Can public venture capital support sustainability in the social economy? Evidence from a social innovation fund. *Journal of Business Venturing Insights*, 13.
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00166>

Wallmeroth, J., Wirtz, P., & Groh, A. P. (2018). Venture capital, angel financing, and crowdfunding of entrepreneurial ventures: A literature review. In *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (Vol. 14, Issue 1).
<https://doi.org/10.1561/03000000066>

Teknopark Çalışanlarının Finansal Tutum ve Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma*

Hasan UYGURTÜRK

orcid.org/0000-0002-9252-0155

Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi

Prof. Dr., Karabuk University, Business Faculty

hasanuygurturk@karabuk.edu.tr

Semanur KARABUDAK

orcid.org/0000-0003-1573-6275

Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Karabuk University, Institute of Graduate Studies

semanurkarabudakk@outlook.com.tr

Öz

Bu çalışmada Türkiye'deki teknoparklarda çalışan kişilerin finansal tutum ve davranışlarının demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte finansal tutumun finansal davranış üzerinde etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiş ve 381 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Analiz kapsamında oluşturulan hipotezler regresyon analizi, t-testi ve ANOVA analizi ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda teknopark çalışanlarının finansal tutumlarının yaşa, iş tecrübesine ve bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre farklılaştığı, diğer demografik faktörlere göre (cinsiyet,

* Bu makale Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı'nda Semanur Karabudak tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

medeni durum, aylık gelir, öğrenim durumu, ev ve araba sahipliği) farklılık göstermediği belirlenmiştir. Teknopark çalışanların finansal davranışı ise yaşa, medeni duruma, aylık gelire, öğrenim durumuna, iş tecrübesine ve bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre farklılaştığı, diğer demografik faktörlere göre (cinsiyet, ev ve araba sahipliği) farklılık göstermediği belirlenmiştir. Ayrıca yapılan regresyon analizi sonucunda finansal tutumun, finansal davranış üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Tutum, Finansal Davranış, Demografik Faktörler.

A Research on the Financial Attitudes and Behaviors of Technopark Employees

Abstract

In this study, it is aimed to determine whether the financial attitudes and behaviors of people working in technoparks in Turkey differ according to demographic factors. In addition, it was also investigated whether financial attitude has an effect on financial behavior. Questionnaire was preferred as the data collection method in the research, and it was carried out on 381 people. The hypotheses created within the scope of the analysis were tested with regression analysis, t-test and ANOVA analysis. As a result of the study, it has been determined that the financial attitudes of the technopark employees differ according to age, work experience and the number of dependents, but do not differ according to other demographic factors

(gender, marital status, monthly income, education level, home and car ownership). It has been determined that the financial behavior of Technopark employees differs according to age, marital status, monthly income, education level, work experience and the number of dependents, but does not differ according to other demographic factors (gender, home, and car ownership). In addition, as a result of the regression analysis, it was determined that financial attitude has a positive and significant effect on financial behavior.

Keywords: Financial Attitude, Financial Behavior, Demographic Factors.

Giriş

Finansal piyasalar her geçen gün gelişmekte ve buna paralel olarak büyümektedirler. Bu piyasalarda faaliyet gösteren kurumlar da söz konusu süreç içerisinde müşterilerine yeni ve karmaşık yapıya sahip ürünler sunmaktadırlar. Ayrıca yatırım fırsatları, ulusal sınırların ötesine geçerek bireylere çok çeşitli risk ve getiri yapısına sahip varlıklara yatırım yapma imkânı da sağlamaktadır. Söz konusu finansal ortam, bireylere finansal refahları konusunda geçmişte olduğundan daha fazla sorumluluk yüklemektedir. Zekice ve zamanında tasarruf ve yatırım kararları finansal anlamda zenginleşme için kilit rol oynarken, tersi bir durumun sonuçları çok yıkıcı olabilmektedir. Bu gibi durumlar karşısında sağlıklı karar verebilmek bireylerin finansal tutum ve davranışları ile yakından ilişkilidir.

Tutum kavramı genel anlamıyla kişinin bir durum, olay veya olgu karşısında sergilemesi beklenen muhtemel davranış şekli olarak ifade edilebilir. Tutum ile bireyin kişilik özellikleri, içinde bulunduğu

toplumsal ve kültürel çevre, toplumsallaşma süreci, bilgi birikimi ve yaşam deneyimleri arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (İnceoğlu, 2011: 16).

Tutumlar, çok sayıdaki psikolojik değişken gibi doğrudan gözlemlenemeyen, gizli veya kuramsal değişkenler olduğundan mevcudiyetleri hakkında ancak dışa vurulmuş davranışlar veya sözlü ifadelerle dayanılarak çıkarımda bulunmaktadır. Söz konusu nedenden ötürü, tutumlarla davranışlar arasında, kuramsal olarak eş yönlü bir etkileşim olduğu ifade edilebilir (İnceoğlu, 2011: 181). Dolayısıyla finansal konulara ve uygulamalara karşı tutum, finansal davranışın en önemli belirleyicilerinden birini oluşturmaktadır. Bireyin finansal tutumu, değerleri veya inançları finansal istikrarını ve hedeflerini etkileyebilmekte, tasarruf, harcama, yatırım ve kredi gibi finansal yönetim uygulamalarının göstergesi olabilmektedir (Sarıgül, 2019: 5).

Bireylerin hayatları boyunca verecekleri finansal kararlarda olumlu finansal tutum ve davranışlar sergilemeleri beklenmektedir. Söz konusu finansal tutum ve davranışları etkileyen pek çok faktör olmakla birlikte bireylerin demografik özellikleri bu faktörlerin başında gelmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyette bulunan teknoparklarda çalışan kişilerin finansal tutum ve davranışlarının demografik faktörlere göre farklılaşma sergileyip sergilemediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada buna ek olarak finansal tutumun finansal davranış üzerinde etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır. Teknoparklar girişimlerin başlangıç noktası olarak görülmektedir. Girişimlerin başarıya ulaşmaları ise genel olarak iyi bir finansal yapıya bağlı

olmaktadır. Teknoparklarda çalışan kişiler zaman içerisinde edindiği bilgi ve tecrübeler ile kendi girişimlerini gerçekleştirme konusunda istekli olabilmektedirler. Dolayısıyla bu kişilerin girişimlerinin başarıya ulaşmasında onların finansal tutum ve davranışları etkili olabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın hedef kitlesini teknopark çalışanları oluşturmuştur.

1. Literatür Araştırması

Finansal tutum ve davranışların araştırılmasına yönelik gerek yurt içinde gerekse de yurt dışında farklı kişiler tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Alkaya & Yağlı (2015) üniversite öğrencilerinin finansal bilgi, tutum ve davranışlarını araştırmayı amaçlamışlardır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda finansal tutum ile finansal davranışın ilişkili olduğu ve katılımcıların olumlu finansal davranış ve tutumlar gösterdikleri belirlenmiştir. Rizkiawati & Asandimitra (2018) çalışmalarında Surabaya'da yaşayan kişilerin finansal yönetim davranışı üzerinde gelir, cinsiyet, yaş, finansal bilgi, finansal tutum, kontrol odağı ve finansal öz yeterliliğin etkisini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda sadece kontrol odağı ve finansal öz yeterliliğin finansal yönetim davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, gelir, cinsiyet, yaş, finansal bilgi ve finansal tutumun finansal yönetim davranışı üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Güvemli & Meydan (2019) çalışmalarında Trakya Üniversitesi İİBF öğrencilerinin finansal davranış ve finansal tutumları ile sosyo-ekonomik, demografik ve tanımlayıcı özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, finansal davranış ile

finansal tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Sugiyanto vd. (2019) çalışmalarında genç girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeyini ve finansal okuryazarlık ile finansal tutumun finansal davranışları üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada genç girişimcilerinin finansal okuryazarlıklarının orta seviyede olduğu, finansal okuryazarlığın genç girişimcilerin finansal davranışlarını etkilemediği, ancak finansal tutumun finansal davranışları etkilediği tespit edilmiştir.

Ünal & Koyun (2019) finansal tutum ve yaşam tatmini ölçeklerinin demografik faktörlerle olan etkileşimini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, yaşam tatmini ile yaş ve cinsiyet arasında, finansal tutum ile eğitim düzeyi ve cinsiyet arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Siswanti & Halida (2020) araştırmalarında üniversite çalışanlarında finansal yönetim davranışını etkileyen faktörleri analiz etmeyi amaçlamışlardır. Araştırmada finansal bilginin, finansal tutumun ve öz denetimin finansal yönetim davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Sumer & Gövdeli (2020) çalışmalarında lisans öğrencilerinin finansal okuryazarlık ve finansal davranışlarını araştırmışlardır. Çalışmada finansal okuryazarlıkla cinsiyet arasında, finansal davranışla bölüm ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yılmaz & Sevim (2021) üniversite öğrencilerinin finansal davranış ve finansal tutum düzeylerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda finansal davranış ve finansal tutum düzeyleri ile demografik değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunamazken, finansal davranış ile finansal tutum arasında pozitif anlamlı doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir.

Dayı & Esmer (2021) araştırmalarında akademisyenlerin finansal tutum ve davranışlarını demografik faktörler bakımından incelemişlerdir. Gerçekleştirilen analizlerde katılımcıların finansal tutum ve davranışlarıyla bazı demografik faktörler arasında kısmen anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Mutlu & Özer (2022) çalışmalarında finansal risk toleransı, finansal okuryazarlık ve finansal tutumun kişilerin finansal davranışları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada söz konusu faktörlerin finansal davranış üzerinde anlamlı bir etki gösterdiği tespit edilmiştir.

2. Metodoloji

2.1. Ana Kütle ve Örneklem

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyette bulunan teknoparklarda çalışan kişilerin finansal tutum ve davranışlarının demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmakla birlikte, finansal tutumun finansal davranış üzerinde etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır.

Bu kapsamda çalışmanın ana kütlesi Türkiye’deki tüm teknoparklarda çalışan kişilerden oluşmaktadır. Tüm teknoparklara ve teknoparklarda çalışan kişilere ulaşımın zaman, bütçe ve pandemi koşulları nedeniyle mümkün olamaması nedeniyle anketler sınırlı bir kitle üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Türkiye’de bulunan teknoparklardan toplamda 464 kişiye ulaşılmış ve bu kişilere anket uygulanmıştır. 464 katılımcı ile gerçekleştirilen anket çalışmasında katılımcılardan 83’ünün anket formunu eksik veya hatalı doldurduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini 381 teknopark çalışanı oluşturmuştur.

Kolayda örnekleme yöntemiyle toplanan veriler ile analiz işlemlerinin yapılması için gereken en düşük örneklem büyüklüğünün literatürde genel kabul gören oranı, madde sayısının 5 katı olduğu yönündedir (Tabachnick & Fidell, 2013), (Brown, 2015), (Şencan, 2005), (Büyüköztürk vd., 2012). Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu söylenebilir.

2.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada test edilecek olan hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Finansal tutum cinsiyete göre farklılık gösterir.

H2: Finansal davranış cinsiyete göre farklılık gösterir.

H3: Finansal tutum yaşa göre farklılık gösterir.

H4: Finansal davranış yaşa göre farklılık gösterir.

H5: Finansal tutum medeni duruma göre farklılık gösterir.

H6: Finansal davranış medeni duruma göre farklılık gösterir.

H7: Finansal tutum aylık gelire göre farklılık gösterir.

H8: Finansal davranış aylık gelire göre farklılık gösterir.

H9: Finansal tutum öğrenim durumuna göre farklılık gösterir.

H10: Finansal davranış öğrenim durumuna göre farklılık gösterir.

H11: Finansal tutum iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

H12: Finansal davranış iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

H13: Finansal tutum ev sahipliğine göre farklılık gösterir.

H14: Finansal davranış ev sahipliğine göre farklılık gösterir.

H15: Finansal tutum araba sahipliğine göre farklılık gösterir.

H16: Finansal davranış araba sahipliğine göre farklılık gösterir.

H17: Finansal tutum bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre farklılık gösterir.

H18: Finansal davranış bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre farklılık gösterir.

H19: Finansal tutum finansal davranışı etkiler.

Söz konusu hipotezleri test edebilmek için katılımcılardan anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgileri sorularak 9 ifadenin cevaplanması istenmiştir. İkinci bölümde katılımcıların finansal tutumlarını belirlemeye yönelik sorular sorularak 8 ifadenin cevaplanması istenmiştir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların finansal davranışlarını belirlemeye yönelik sorular sorularak 6 ifadenin cevaplanması istenmiştir.

2.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Analiz Yöntemi

Finansal tutum ve davranışları belirlemek amacıyla Sarıgül (2015) tarafından yapılan çalışmada kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Analiz işlemlerinde parametrik testlerden bağımsız örneklem t testi ve ANOVA'dan faydalanılmıştır. İşlemler SPSS for Windows 22.0 ile gerçekleştirilmiştir. Finansal tutumun finansal davranış üzerine etkisinin belirlenmesinde ise regresyon analizinden yararlanılmıştır.

3. Bulgular

Bulgular kapsamında ilk olarak katılımcıların demografik özellikleri ortaya konmuştur. İkinci olarak finansal tutum ve finansal davranış ölçekleri içerisinde yer alan ifadelerle ilişkin tanımlayıcı değerler ele alınmıştır. Daha sonra, normal dağılım analizine ilişkin bulgular ile güvenirlik analizi kapsamında Cronbach's Alfa (α) değerleri incelenmiş ve hipotez test sonuçları ele alınmıştır.

3.1. Demografik Özelliklerle İlişkin Bulgular

381 teknopark çalışanın demografik özelliklerine yönelik sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Değişken	Frekans	Yüzde	Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Kadın	270	70,9	Bekar	181	47,5
Erkek	111	29,1	Evli	200	52,5
Yaş			Aylık Gelir		
18-25 yaş arası	121	31,8	0-1.500 TL	29	7,6
26-35 yaş arası	80	21,0	1.501-3.000 TL	81	21,3
36-45 yaş arası	108	28,3	3.001-4.500 TL	101	26,5
46-55 yaş arası	72	18,9	4.501 TL veya üstü	170	44,6
Öğrenim Durumu			İş Tecrübesi		
Lise ve altı	9	2,4	1 yıl veya daha az	68	17,8
Önlisans	48	12,6	2-5 yıl	109	28,6
Lisans	188	49,3	6-10 yıl	57	15,0
Yüksek lisans	67	17,6	11-15 yıl	33	8,7
Doktora	69	18,1	16 yıl veya üstü	114	29,9
Ev Sahipliği			Araba Sahipliği		
Evet	128	33,6	Evet	149	39,1
Hayır	253	66,4	Hayır	232	60,9
Bakmakla Yükümlü Kişi Sayısı					
0	157	41,2			
1	53	13,9			
2	59	15,5			
3	86	22,6			
4	23	6,0			
5 veya üstü	3	0,8			

N= 381

Tablo 1'e göre, anketi cevaplayanların %70,9'u kadın, %29,1'i erkektir. Yaş dağılım oranlarına bakıldığında katılımcıların çoğunluğu %31,8 ile 18-25 yaş arasındadır. Diğer yaş dağılım oranlarına bakıldığında 26-35 yaş arası %21,0, 36-45 yaş arası %28,3, 46-55 yaş arası %18,9 olarak gözlemlenmiştir. Katılımcıların %47,5'i bekar %52,5'i evlidir.

Aylık gelirlere bakıldığında 0-1.500 TL gelir aralığında çalışan katılımcıların oranı %7,6'dır. 1.501-3.000 TL arası gelir düzeyine sahip

katılımcı oranı %21,3, 3.001-4.500 TL arası gelir düzeyine sahip katılımcıların oranı %26,5, 4.501 TL veya üstü gelir düzeyine ait oran ise %44,6 olarak gözlemlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğu 4.501 TL veya üstü gelir düzeyine sahiptir. Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında, lise ve altının %2,4 ile en düşük orana sahip olduğu görülmektedir. Ön lisans oranı %12,6, lisans oranı %49,3, yüksek lisans oranı %17,6, doktora oranı ise %18,1'dir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun öğrenim düzeyi lisans olarak tespit edilmiştir.

İş tecrübesine bakıldığında 1 yıl veya daha az tecrübeye sahip katılımcı oranı %17,8, 2-5 yıl tecrübeye sahip katılımcı oranı %28,6, 6-10 yıl tecrübeye sahip katılımcı oranı %15,0, 11-15 yıl tecrübeye sahip katılımcı oranı %8,7, 16 yıl veya üstü tecrübeye sahip katılımcıların oranı ise %29,9'dur. Katılımcıların %33,6'sının kendine ait evi bulunurken, arabası olan katılımcı oranı %39,1 olarak belirlenmiştir. Araştırma katılımcılarının %41,2'sinin bakmakla yükümlü olduğu kimse bulunmamaktadır. Bu oranı %22,6 ile 3 kişi, %15,5 ile 2 kişi, %13,9 ile 1 kişi, %6 ile 4 kişi ve son olarak %0,8 ile 5 veya üstü kişi sayıları takip etmiştir.

3.2. Ölçek İfadelerine İlişkin Bulgular

Tablo 2'de ölçek ifadelerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 2. Ölçek İfadelerine İlişkin Bilgiler

İfadeler	Ort.	SS
Finansal Tutum	2,9501	1,0702
1. Para ile ilgili konular karmaşıktır.	3,0210	0,99450
2. Planlanmamış harcamalar için köşede para bulundurulmalıdır.	3,5433	1,19707
3. Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir.	2,8136	1,26050
4. Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir.	2,6588	1,04080
5. Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.	2,6614	1,03023
6. Finans konularında eğitim almak isterim.	3,3438	1,01042
7. Alışveriş yapmak mutluluğum için çok önemlidir.	2,9003	0,98970
8. Para, harcanmak içindir, biriktirmek için değil.	2,6588	1,03827
Finansal Davranış	3,5411	1,0874
1. Harcamalarımı kontrol etmekte zorlanırım.	3,3806	0,95396
2. Haftalık ve aylık harcama planları yaparım.	3,1837	0,97216
3. Paramın nasıl bittiğini anlamam.	3,4436	1,08826
4. Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım.	4,0079	1,09901
5. Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.	4,0840	1,04795
6. Gazetelerin ve televizyonların ekonomi ve finans haberlerini izlerim.	3,1470	1,36282

N=381; Ort=Ortalama, SS=Standart Sapma

Tablo 2'ye göre katılımcıların finansal tutum ortalamaları 2,9501 ve finansal davranış ortalamaları 3,5411 şeklinde tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, teknopark çalışanlarının finansal tutum seviyelerinin orta derecede olduğu, finansal davranış seviyelerinin ise finansal tutumdan biraz daha yüksek derecede olduğu tespit edilmiştir.

3.3. Normal Dağılım ve Güvenirlik Analizlerine İlişkin Bulgular

Değişkenlerin normal dağılıma uygunluğunu tespit etmek için çarpıklık ve basıklık değerleri ele alınmıştır. Bu değerlerin -1,5 ile +1,5

aralığında olması değişkenlerin normal dağılım şartına uygun olduğunu belirtmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013). Aşağıdaki Tablo 3'te ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri verilmiştir.

Tablo 3. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek	N	Çarpıklık	Basıklık
Finansal Tutum Ölçeği	381	-0,005	0.355
Finansal Davranış Ölçeği	381	-0,722	0.400

Tablo 3 incelendiğinde değerlerin -1,5 ile +1,5 aralığında yer alması değişkenlerin normal dağılım şartına sahip olduğunu ifade etmektedir.

Finansal tutum ve finansal davranış ölçeği ifadeleri toplamda 14 maddeden oluşmakta olup ifadelere verilen cevaplara göre güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Güvenirlik Analizi Bulguları

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Finansal Tutum Ölçeği	0,817	8
Finansal Davranış Ölçeği	0,764	6

Tablo 4'teki bilgilere göre finansal tutum ölçeğinin güvenilirlik değeri 0,817, finansal davranış ölçeğinin ise 0,764 olarak belirlenmiştir. Buna göre değerlerinin 0,70'in üzerinde olması tüm değişkenler için güvenilirliğin sağlandığını ifade etmektedir (Nunnally & Bernstein, 1994; Morgan vd., 2011; Kline, 2016).

3.4. Demografik Özelliklere Göre Fark Testleri

Çalışmanın bu kısmında cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim durumu, iş tecrübesi, ev-araba sahipliği durumu ve

bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre değişkenlerden elden edilen ortalama puanlar arasındaki farklılaşmalar ele alınmıştır. Araştırmada, finansal tutum ve finansal davranışın cinsiyete göre farklılaşma durumu H1 ve H2 hipotezleri kapsamında t-testi ile incelenmiştir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t- değeri	p-değeri
Finansal Tutum	Kadın	270	2,9532	0,69247	0,13285	0,89438
	Erkek	111	2,9426	0,75937		
Finansal Davranış	Kadın	270	3,5636	0,78039	0,92125	0,357505
	Erkek	111	3,4865	0,63926		

N=381; serbestlik derecesi=379

Tablo 5'te görüldüğü gibi teknopark çalışanlarının finansal tutum ($t(379)=0,13285$, $p>0,05$) ve finansal davranışı ($t(379)=0,92125$, $p>0,05$) cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Buna göre H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve finansal davranışlarının yaşa göre farklılaşma durumunu tespit etmek için ANOVA testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Yaşa Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Yaş	N	Ort.	S.S	F testi	p-değeri	Post Hoc (LSD)
Finansal Tutum	18-25 yaş arası ¹	121	2,8595	0,77217	4,500**	0,004	1-4* 3-4*
	26-35 yaş arası ²	80	3,0766	0,72982			
	36-45 yaş arası ³	108	2,8275	0,63271			
	46-55 yaş arası ⁴	72	3,1458	0,64254			
Finansal Davranış	18-25 yaş arası ¹	121	3,1804	0,73993	18,724**	0,000	1-2** 1-3** 1-4** 2-4*
	26-35 yaş arası ²	80	3,5479	0,7705			
	36-45 yaş arası ³	108	3,7176	0,62919			
	46-55 yaş arası ⁴	72	3,875	0,61841			

*p<0,05; **p<0,01; N=381; serbestlik derecesi=380

Tablo 6'dan görüldüğü gibi teknopark çalışanlarının finansal tutum ($t(380)=4,500$, $p<0,01$) ve finansal davranışı ($t(380)=18,724$, $p<0,01$) yaşa göre farklılık göstermektedir. 46-55 yaş arası teknopark çalışanları (Ort=3,1458), 26-35 yaş arası (Ort=3,0766), 18-25 yaş arası (Ort=2,8695) ve 36-45 yaş arası teknopark çalışanlarına (Ort=2,8275) oranla daha yüksek finansal tutuma sahiptirler. 46-55 yaş aralığı teknopark çalışanları (Ort=3,875), 36-45 yaş arası (Ort=3,7176), 26-35 yaş arası (Ort=3,5479) ve 18-25 yaş arası teknopark çalışanlarına (Ort=3,1804) oranla daha yüksek finansal davranışa sahiptirler. Buna göre H3 ve H4 hipotezleri kabul edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve finansal davranışlarının medeni duruma göre farklılaşma durumunu tespit etmek için t-testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Medeni Duruma Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Medeni Durum	N	Ort.	SS	t-değeri	p-değeri
Finansal Tutum	Bekar	181	2,8881	0,75766	-1,622	0,1057
	Evli	200	3,0063	0,66413		
Finansal Davranış	Bekar	181	3,3066	0,76803	-6,145**	0,000
	Evli	200	3,7533	0,65012		

**p<0,01; N=381; serbestlik derecesi=379

Tablo 7'ye göre teknopark çalışanlarının finansal tutumu medeni duruma göre farklılık göstermemektedir ($t(379)=-1,622$, $p>0,05$). Teknopark çalışanlarının finansal davranışı ($t(379)=-6,145$, $p<0,01$) ise medeni duruma göre farklılık göstermektedir. Evli teknopark çalışanlarının (Ort=3,7533) bekar teknopark çalışanlarına (Ort=3,3066) oranla daha yüksek finansal davranışa sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle H5 hipotezi kabul edilmezken, H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının aylık gelire göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için ANOVA testi uygulanmış ve analiz bulguları Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8. Aylık Gelire Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Aylık Gelir	N	Ort.	SS	F testi	P- değeri	Post Hoc (LSD)
Finansal Tutum	0-1.500 TL ¹	29	2,7414	0,69351	1,236	0,296	
	1.501-3.000 TL ²	81	2,8997	0,56056			
	1-4.500 TL ³	101	3,0000	0,83479			
	4.501 TL veya üstü ⁴	170	2,9801	0,69768			
Finansal Davranış	0-1.500 TL ¹	29	2,8736	0,88602	13,994**	0,000	1-2**
	1.501-3.000 TL ²	81	3,4403	0,62822			1-3**
	3.001-4.500 TL ³	101	3,4769	0,75168			1-4**
	4.501 TL veya üstü ⁴	170	3,7412	0,68034			2-1**
							2-4**
							3-4*

*p<0,05; **p<0,01; N=381; serbestlik derecesi=380

Tablo 8’den görüldüğü üzere teknopark çalışanlarının finansal tutumu ($t(380)=1,236$, $p>0,05$) aylık gelire göre farklılaşmamaktadır. Finansal davranışlarda ise ($t(380)=13,994$, $p<0,01$) aylık gelire göre farklılaşma söz konusudur. 4.501 TL veya üstü (Ort=3,7412) aylık gelire sahip teknopark çalışanlarının, 3.001-4.500 TL (Ort=3,4769), 1.501-3.000 TL (Ort=3,4403) ve 0-1.500 TL (Ort=2,8736) aylık gelire sahip olanlara göre daha fazla finansal davranış seviyesine sahip olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre H7 hipotezi kabul edilmezken, H8 hipotezi kabul edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının öğrenimlerine göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için ANOVA testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Öğrenim Durumuna Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Öğrenim Durumu	N	Ort.	SS	F testi	P- değeri	Post Hoc (LSD)
Finansal Tutum	Lise ve altı ¹	9	2,6250	0,92280	1,701	0,149	
	Önlisans ²	48	2,8125	0,65131			
	Lisans ³	188	2,9681	0,71039			
	Yüksek lisans ⁴	67	2,8993	0,72177			
	Doktora ⁵	69	3,0888	0,70192			
Finansal Davranış	Lise ve altı ¹	9	3,3889	1,04748	5,742**	0,000	2-3** 2-5**
	Önlisans ²	48	3,1389	0,72063			
	Lisans ³	188	3,6197	0,74377			
	Yüksek lisans ⁴	67	3,4428	0,67454			
	Doktora ⁵	69	3,7222	0,67013			

**p<0,01; N=381; serbestlik derecesi=380

Tablo 9'a göre teknopark çalışanlarının finansal tutumu öğrenim seviyesine göre farklılık göstermemektedir ($t(380)=1,701$, $p>0,05$). Teknopark çalışanlarının finansal davranışı ise öğrenim durumuna göre farklılık sergilemektedir ($t(380)=5,742$ $p<0,01$). Doktora öğrenim düzeyine sahip olan katılımcılar (Ort=3,7222), lisans öğrenim düzeyi (Ort=3,6197), yüksek lisans öğrenim düzeyi (Ort=3,4428), lise ve altı öğrenim düzeyi (Ort=3,3889) ve ön lisans öğrenim düzeyine (Ort=3,1389) sahip katılımcılardan daha yüksek finansal davranış seviyesine sahip olmuşlardır. Buna göre H9 hipotezi kabul edilmezken, H10 hipotezi kabul edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının iş tecrübesine göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için ANOVA testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. İş Tecrübesine Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	İş Tecrübesi	N	Ort.	SS	F testi	P- değeri	Post Hoc (LSD)
Finansal Tutum	1 yıl veya daha az ¹	68	2,7960	0,65467	3,634**	0,006	2-4* 4-5*
	2-5 yıl ²	109	3,0413	0,83056			
	6-10 yıl ³	57	2,9825	0,53683			
	11-15 yıl ⁴	33	2,6136	0,76633			
	16 yıl veya üstü ⁵	114	3,0362	0,64572			
Finansal Davranış	1 yıl veya daha az ¹	68	3,1397	0,93113	12,915**	0,000	1-3** 1-4* 1-5** 2-5** 3-5*
	2-5 yıl ²	109	3,4159	0,60588			
	6-10 yıl ³	57	3,5585	0,67809			
	11-15 yıl ⁴	33	3,6111	0,69805			
	16 yıl veya üstü ⁵	114	3,8713	0,63029			

*p<0,05; **p<0,01; N=381; serbestlik derecesi=380

Tablo 10'e göre teknopark çalışanlarının finansal tutumları ($t(380)=3,634$, $p<0,01$) ve finansal davranışları ($t(380)=12,915$, $p<0,01$) iş tecrübesine göre farklılık göstermektedir. 2-5 yıl arası teknopark çalışanlarının finansal tutumu (Ort=3,0413), 16 yıl veya üstü (Ort=3,0362), 6-10 yıl arası (Ort=2,9825), 1 yıl veya daha az (Ort=2,7960) ve 11-15 yıl arası çalışanlardan (Ort=2,6136) daha yüksek olarak tespit edilmiştir. Finansal davranış ortalamalarına bakıldığında, 16 yıl veya üstü çalışanların (Ort=3,8713), 11-15 yıl arası (Ort=3,6111), 6-10 yıl arası (Ort=3,5585), 2-5 yıl arası (Ort=3,4159) ve 1 yıl veya daha az çalışanlara (Ort=3,1397) kıyasla daha yüksek finansal davranışa sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda H11 ve H12 hipotezleri kabul edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının ev sahipliğine göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için t-testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Ev Sahipliğine Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Ev Sahipliği	N	Ort.	SS	t-değeri	p-değeri
Finansal Tutum	Evet	128	2,9102	0,73491	-0,780	0,436
	Hayır	253	2,9704	0,70014		
Finansal Davranış	Evet	128	3,6107	0,79458	1,303	0,194
	Hayır	253	3,5059	0,71306		

N=381; serbestlik derecesi=379

Tablo 11’den görüleceği gibi teknopark çalışanlarının finansal tutum ($t(379)=-0,780$, $p>0,05$) ve finansal davranışlarında ($t(379)=1,303$, $p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle H13 ve H14 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Teknopark çalışanlarının araba sahipliğine göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için t-testi uygulanmıştır. Analiz bulguları Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12. Araba Sahipliğine Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Araba Sahipliği	N	Ort.	SS	t-değeri	p-değeri
Finansal Tutum	Evet	149	2,8977	0,68343	-1,154	0,249
	Hayır	232	2,9838	0,72860		
Finansal Davranış	Evet	149	3,6063	0,69241	1,375	0,170
	Hayır	232	3,4993	0,77081		

N=381; serbestlik derecesi=379

Tablo 12’den görüldüğü üzere, teknopark çalışanlarının finansal tutum ($t(379)=-1,154$, $p>0,05$) ve finansal davranışlarında

($t(379)=1,375$, $p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle H15 ve H16 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Teknopark çalışanlarının bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısına göre finansal tutum ve finansal davranışlarının farklılaşma durumunu tespit etmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Analiz bulguları Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 13. Bakmakla Yükümlü Olunan Kişi Sayısına Göre Değişkenlerin Farklılaşma Durumu

Değişken	Kişi Sayısı	N	Ort.	SS	F testi	P- değeri	Post Hoc (LSD)
Finansal Tutum	0 ¹	157	2,9029	0,69606	3,130**	0,009	4-5*
	1 ²	53	2,9009	0,70257			
	2 ³	59	2,9364	0,57534			
	3 ⁴	86	3,1701	0,75486			
	4 ⁵	23	2,5870	0,84059			
	5 veya üstü ⁶	3	3,0417	0,38188			
Finansal Davranış	0 ¹	157	3,3025	0,74865	9,211**	0,000	1-3**
	1 ²	53	3,4151	0,73933			1-4**
	2 ³	59	3,6921	0,70017			1-5**
	3 ⁴	86	3,8469	0,57577			2-4**
	4 ⁵	23	3,9420	0,78754			2-5*
	5 veya üstü ⁶	3	3,4444	0,34694			

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; N=381; serbestlik derecesi=380

Tablo 13'ten görüldüğü üzere, teknopark çalışanlarının bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısına göre hem finansal tutumları ($t(380)=3,130$, $p<0,01$) hem de finansal davranışları ($t(380)=9,211$, $p<0,01$) anlamlı bir farklılık göstermektedir. Finansal tutum ortalamalarına bakıldığında, teknopark çalışanlarının bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısı 3 olanların (Ort=3,1701), 5 veya üstü (Ort=3,0417), 2 (Ort=2,9364), 0 (Ort=2,9029), 1 (Ort=2,9009) ve 4 (Ort=2,5870) olanlara kıyasla daha yüksek finansal tutuma sahip

oldukları tespit edilmiştir. Bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısı 4 olan (Ort=3,9420) teknopark çalışanlarının, 3 (Ort=3,8469), 2 (Ort=3,6921), 5 veya üstü (Ort=3,4444), 1 (Ort=3,4151) ve 0 olanlara (Ort=3,3025) kıyasla finansal davranış ortalamaları daha yüksektir. Bu doğrultuda H17 ve H18 hipotezleri kabul edilmiştir.

Araştırmada ayrıca finansal tutumun finansal davranışı ne şekilde etkilediğini tespit etmek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analizde demografik unsurlar kontrol değişkenleri olarak modele eklenmiş ve sonuçlar aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 14. Finansal Tutumun Finansal Davranışa Etkisi

Değişkenler	Bağımlı Değişken <i>Finansal Davranış</i>	
	Model 1	Model 2
Kontrol Değişkenleri		
Cinsiyet	0,171*	0,160
Yaş	0,137	0,116
Medeni Durum	-0,023	-0,046
Aylık Gelir	0,115*	0,105*
Eğitim Düzeyi	-0,054	-0,069
İş Tecrübesi	0,043	0,060
Ev Sahipliği	0,033	0,029
Araba Sahipliği	0,076	0,037
Kişi Sayısı	0,068*	0,068*
Bağımsız Değişken <i>Finansal Tutum</i> (VIF=1,030, Tolerans=0,971)		0,251**
F değeri	8,024**	10,387**
R²	0,163	0,219
Düzeltilmiş R²	0,143	0,198
Durbin-Watson		1,692

*p<0,05; **p<0,01; N=381

Analizde çoklu doğrusal bağlantının (multicollinearity) varlığını belirlemek için VIF ve tolerans değerlerine bakılmıştır. Bu kapsamda finansal tutum bağımsız değişkeninin VIF değerinin 10'un aşağısında ve tolerans değerinin 0,100'ün yukarısında hesaplanması çoklu doğrusal bağlantının olmadığını göstermektedir (Hair vd., 2014; Kline, 2016; Sekaran & Bougie, 2016). Buna ek olarak, Durbin-Watson'ın 2'ye yakın hesaplanması hata terimleri arasında otokorelasyon bulunmadığını ifade etmektedir (Cohen vd., 2003).

Söz konusu analiz sonucuna göre finansal tutumun, finansal davranış üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda, teknopark çalışanlarının finansal tutumu ($H19:\beta=0,251$, $p<0,01$) teknopark çalışanlarının finansal davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir. Dolayısıyla H19 hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç

Teknoparklar ülke ekonomilerinin gelişiminde önemli rol oynamaya başlamışlardır. Teknoparklarda bulunan firmaların personellerinin yetkinliklerinin üst seviyede olması bu firmaların varlıklarını sürdürme ve büyümelerinde önem taşımaktadır. Ürün veya hizmetleri ne kadar iyi olsa da finansal yönden iyi yönetilemeyen bir firmanın ömrü uzun olamayacaktır.

Bu çalışmada Türkiye'de faaliyette bulunan teknoparklarda çalışan kişilerin finansal tutum ve davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılaşma sergileyip sergilemediğinin ortaya konması amaçlanmakla birlikte finansal tutumun finansal davranış üzerinde etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır. Araştırmada anket çalışması tercih edilmiş ve araştırma Türkiye'deki teknoparklarda

çalışan 381 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Analiz kapsamında oluşturulan hipotezler regresyon analizi, t-testi ve ANOVA analizi ile test edilmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve davranışlarının cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu durum erkek ve kadın katılımcılar arasında finansal tutum ve davranış arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve davranışlarının yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Özellikle 18-25 yaş arası kişilerin ileri yaştaakilere oranla hem finansal tutum hem de finansal davranış konularında anlamlı bir farklılığa sahip oldukları görülmüştür.

Analiz kapsamına alınan katılımcıların finansal tutumları medeni duruma göre farklılık göstermezken, finansal davranışları anlamlı bir farklılaşma sergilemiştir. Bununla birlikte katılımcıların finansal tutumları aylık gelir ve öğrenim durumuna göre farklılık göstermezken, finansal davranışları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve davranışlarının iş tecrübesine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu durum özellikle iş tecrübesi az olanlarla iş tecrübesi en fazla olanlar arasında çok daha belirgin bir şekildedir.

Katılımcıların finansal tutum ve davranışlarının hem ev sahipliği hem de araba sahipliğine göre anlamlı bir farklılaşma sergilemediği analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır. Teknopark çalışanlarının finansal tutum ve davranışlarının bakmakla yükümlü olunan kişi sayısına göre ise anlamlı bir farklılaşma sergilediği belirlenmiştir. Özellikle finansal davranışta, bakmakla yükümlü

olunan kişi sayının az olandan çok olana doğru gidildikçe katılımcılar arasında çok daha net bir şekilde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Çalışmada son olarak ise finansal tutumun finansal davranışa etkisi olup olmadığını belirlemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve finansal tutumun, finansal davranış üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada elde sonuçlar daha sonra benzer çalışma alanı veya farklı çalışma alanlarında yapılacak sonuçlar ile karşılaştırılabilecektir. Ayrıca teknopark çalışanları üzerine gerçekleştirilen çalışma sayısının çok kısıtlı olmasından dolayı çalışmanın kapsamı bakımından literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Belirtilmiş olan katkılara ek olarak araştırmanın birtakım kısıtları mevcuttur. Öncelikle Türkiye’de bulunan tüm teknopark çalışanlarına ulaşılamamış veriler kolayda örnekleme ile 381 teknopark çalışanından sağlanmıştır. Buna ilave olarak, verilerin Covid-19 sürecinde elde edilmesi nedeni ile yüz yüze anket yöntemiyle sınırlı sayıda anket gerçekleştirilebilmiştir. Söz konusu dönemde teknopark çalışanlarının pek çoğunun evden çalışması sebebiyle teknopark çalışanlarına online anket tekniği ile ulaşılmaya çalışılmış ancak beklenenden daha az dönüş yapan katılımcı söz konusu olmuştur. Ayrıca çalışma, verileri geçerli sayılan 381 katılımcı ile yapılmış ve cevaplamasında hata yapmış olan katılımcılar analiz dışında tutulmuştur. Bu kapsamda araştırmanın örnekleme açısından sınırlılıkları olduğu ve bunların gelecek dönemlerde yapılabilecek çalışmalar ile ortadan kaldırabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Alkaya, A., & Yağlı, İ. (2015). Finansal Okuryazarlık-Finansal Bilgi, Davranış ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 585–599.

Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (2. baskı). New York: Guilford Publications.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (11. baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for The Behavioral Sciences* (3. baskı). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Dayı, F., & Esmer, Y. (2021). Akademisyenlerin Finansal Tutum ve Davranışlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(61), 1-19.

Güvemli, B., & Meydan, S. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Finansal Davranışları ve Finansal Tutumları: Trakya Üniversitesi Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (Özel Sayı), 171-184.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7. baskı). Harlow: Pearson New International Edition.

İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim* (6. baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4. baskı). New York: The Guilford Press.

Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C. (2011). *IBM SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation* (4. baskı). New York: Routledge

Mutlu, Ü., & Özer, G. (2022). The Effect of Individuals' Financial Risk Tolerance, Financial Literacy and Financial Attitude on Their Financial Behaviors. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 7(1), 8-15.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3. Baskı). New York: McGraw-Hill Inc.

Rizkiawati, N. L., & Asandimitra, N. (2018). Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus of Control, Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 93-107.

Sarıgül, H. (2015). Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik, Güvenirlik. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 200-218.

Sarıgül, H. (2019). *A'dan Z'ye Finansal Okuryazarlık*. İstanbul: Der Kitabevi.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (7. baskı). Chichester: Wiley.

Siswanti, I., & Halida, A. M. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-Control

As Mediating. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28(1), 105-132.

Sugiyanto, T., Radianto, W. E., Efrata, T. C., & Dewi, L. (2019). Financial Literacy, Financial Attitude, and Financial Behavior of Young Pioneering Business Entrepreneurs. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 100, 352-359.

Sumer, S., & Gövdeli, T. (2020). Finansal Okuryazarlık ve Finansal Davranış Üzerine Bir Çalışma. *Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 86-98.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. baskı). Boston, Mass: Pearson International Edition.

Ünal, S., & Koyun S. (2019, November). Finansal Tutum ve Yaşam Tatmininin Demografik Faktörlerle İlişkisi: Örnek Olay İncelemesi, 4th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences. Samsun, Türkiye, SETSCI 4(8), 277-282.

Yılmaz, G., & Sevim, F. (2021). Sağlık Yönetimi Öğrencilerinin Finansal Davranış ve Finansal Tutum Düzeylerinin Belirlenmesi: KTÜ Örneği. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 145-152.

Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Durum Analizi Karşılaştırması

Ozan BÜYÜKYILMAZ

orcid.org/0000-0001-5499-1485

Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Assoc. Prof., Karabuk University, Business Faculty
ozanbuyukyilmaz@karabuk.edu.tr

Canan YILDIRAN

orcid.org/0000-0001-8245-197x

Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Asst. Prof. Dr., Karabuk University, Business Faculty
cananyildiran@karabuk.edu.tr

Duygu ÖZKAN

orcid.org/0000-0002-7430-0685

Arş. Gör., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Res. Ass., Karabuk University, Business Faculty
duyguozkan@karabuk.edu.tr

Öz

Araştırmanın amacı, uluslararası lisans öğrencilerinin demografik, sosyo-ekonomik durumlarının analizinin gerçekleştirilmesi ve 2015-2016 öğretim yılı verileriyle karşılaştırılmasıdır. Araştırma Karabük Üniversitesi'nde farklı fakültelerde ve sınıflarda 2021-2022 öğretim yılında eğitim gören uluslararası öğrencileri kapsamaktadır. Uluslararası öğrencilerin, demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri, Türkiye'yi tercih nedenleri ve Türkiye ile ilgili görüşleri, Karabük Üniversitesi'ni tercih nedenleri ve görüşleri tespit edilmiştir. Araştırmada anket yöntemi ile Karabük

Üniversitesi'nde eğitim gören 385 uluslararası öğrenciden veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda, 29 farklı ülkeden öğrencinin katılımı sağlanmış olup, katılımcıların yarısından çoğunun aileleri tarafından geçimlerinin sağlandığı, farklı ülkelerden arkadaş çevreleri olduğu, katılımcıların yarısından çoğunun Türkiye'de eğitime devam etmek istedikleri ve aynı şekilde yaşamak için de Türkiye'yi tercih ettikleri; başkalarına da hem eğitim hem de yaşamak için Türkiye'yi önereceklerini belirtmektedirler. 2016 yılındaki araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği belirtilmelidir. Karabük Üniversitesi'ni tercih nedenlerinin eğitim kalitesi olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunun Karabük ilinde sorun yaşamadığı görülürken, sırası ile pahalılık ve konaklama gibi konuların öncelikli olduğu da dikkati çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Öğrenci, Üniversite, Eğitim, Yükseköğretim

Comparison of Situation Analysis on International Undergraduate Students

Abstract

The aim of the research is to analyze the current situation of international undergraduate students and to compare them with the 2015-2016 academic year data. As a result of the research, the participation of students from 29 different countries was ensured more than half of the participants are provided by their families, they have friends from different countries, more than half of the participants want to continue their education in Turkey and they prefer Turkey to live in the same way; They also state that they would recommend

Turkey to others for both education and living. It should be noted that it's in line with the research results in 2016. It's seen that the reason for choosing Karabuk University is the quality of education. While it's seen that most of the participants don't have any problems in Karabuk, it's noteworthy that issues such as expensiveness and accommodation, respectively, are priority.

Keywords: International Student, University, Education, Higher Education

Giriş

Yeni dünya düzeninde değişen ve güncellenen dinamiklerden biri de hiç şüphesiz sürdürülebilirliğin değerinin ve öneminin daha net bir şekilde anlaşılması olduğu söylenebilir. Eğitim sektörü de değişen ve güncellenen dinamiklerden kendine düşen payı aldığı görülmektedir. Eğitim sektörünün de diğer sektörler gibi sınırsız bir hal alması, özellikle yaşanan son küresel olaylarla birlikte online eğitimlerinde eklenmesi ile yaşanan dönüşümler daha belirgin olarak görülmektedir.

Üniversitelerin de artık uluslararası nitelik kazandığı ve refah düzeyinin yükselmesinde etkisi olduğu bilinmektedir. Üniversitelerin uluslararasılaşmasının ülkeler arasındaki ilişkilerin karşılıklı olarak daha çevik ve dinamik bir şekilde yeniden güncellendiği ve eğitim seviyelerinin yükselmesine katkıda bulunduğu ifade edilmektedir. Yakın gelecekte, uluslararasılaştırma çabaları hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde önemli ve sürekli artan bir oranda gelişmeye devam edeceği görülmektedir (Kireççi, Bacanlı, Erişen, Karadağ, Çelik, Dombaycı, Toprak & Şahin, 2016: 4-5).

Türk yükseköğretim kurumları da birçok dünya ülkesi gibi yükseköğretimin uluslararasılaşmasından etkilenmiştir. Küresel boyutta yaşanan gelişmeler bir bütün olarak ele alındığında Türk yükseköğretiminin hem bugünü hem de geleceği için fırsata dönüştürülmesi gereken bir dinamik unsur olduğu ifade edilmektedir (Erişti, Polat & Erdem, 2018: 355).

YÖK'ün (2022) güncel verilerine göre, 2020-2021 öğretim yılı için Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim görmekte olan uluslararası toplam öğrenci sayısı 223.952'dir. Karşılaştırma yapabilmek ve büyümeyi fark edebilmek için diğer öğretim yıllarına ait veriler ise şu şekildedir; 2019-2020 öğretim yılı 185.001; 2018-2019 öğretim yılı 154.446; 2017-2018 öğretim yılı 125.030; 2016-2017 öğretim yılı 107.947; 2015-2016 öğretim yılı 87.717; 2014-2015 öğretim yılı 72.020; 2013-2014 öğretim yılı için ise 48.169 olduğu görülmektedir. Azımsanmayacak oranda ciddi artışın ve büyümenin olduğu görülürken, şüphesiz bu büyümenin ülkeler arasındaki ilişkilerin entelektüel bilgi kapsamında genişletilmesine, eğitimin ve aslında bilimin öneminin fark edilmesine, ülke ekonomisinin güçlendirilmesine, rekabet edebilmeye ve en önemlisi de toplumsal refah düzeyinin artırılmasına katkı sağladığı söylenebilmektedir. Karabük Üniversitesi'nde uluslararası öğrenci sayıları ise; 2020-2021 öğretim yılında 9.787 ve 2015-2016 öğretim yılında ise 924 öğrenci bulunmaktadır.

Üniversite eğitiminin ve yaşamının kalitesinin önce üniversite için daha sonra ülke imajı için önemli olduğu bilinmektedir. Bundan dolayı öğrencilerin iyi veya kötü yaşamış oldukları durumlar hakkında bilgi sahibi olmak ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda iyileştirmeler ve geliştirmeler yapılması için önemlidir.

İlgili araştırma kapsamında, öncelikle uluslararası öğrenciler ile ilgili yapılmış olan literatüre yer verilecektir; daha sonra metodoloji bölümünde mevcut durum hakkında bilgi verilip, 2016 yılındaki araştırmaya ait anket soruları kullanılarak elde edilmiş veriler ile 2016 yılına ait bulgular arasında karşılaştırmalar yapılarak, sonuç bölümü ile de araştırma tamamlanacaktır.

1. Literatür Taraması

İlgili konu kapsamında gerçekleştirilmiş makalelerin yakın tarihten itibaren başlanıp, ne tür çalışmalar yapıldığına dair bilgiler bulunmaktadır. Tabii ki literatürde çok fazla çalışma bulunduğu için tarih sıralamasına göre çalışmaların bir kısmı yer almaktadır.

Yılmaz, Mistik, Arkan ve Gökdere Çınar (2021) tarafından yapılan araştırmada Bursa Uludağ Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü yabancı uyruklu öğrencilerin yaşamış oldukları uyum sorunları incelenmiş olup, öğrencilerin uyum düzeylerinin orta seviyede olduğu tespit edilmiştir. Aslan ve Babirzade (2020) tarafından yapılan araştırmada Samsın Ondokuz Mayıs Üniversitesinde ve Avustralya Queensland Üniversitesinde lisansüstü öğrenim gören yabancı uyruklu yüksek lisans öğrencilerinin sosyo-kültürel ve ekonomik sorunları incelenmiş olup, Türkiye’de yabancı uyruklu öğrencilerin kültürel zorluklar yaşamadıkları, ekonomik olarak okul harçlığı, yemek, ulaşım, dil ve barınma gibi konularda sorunların yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Kurtça (2020) tarafından yapılan araştırmada Bartın Üniversitesi’nde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin sosyo-ekonomik sorunları ve çözüm önerileri incelenmiş olup, öğrencilerin iletişim sorunu

yaşamadıkları, sadece şehrin sosyal açıdan yetersiz olduğu, ekonomik açıdan barınma ve ulaşım konularında sıkıntılar yaşadıkları tespit edilmiştir. Saatçi ve Aksu (2020) tarafından yapılan araştırmada Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi yabancı uyruklu öğrencilerin koronavirüs algılarının metafor yolu ile tespit edilmiş olup, araştırmada en dikkat çekici sonuç olarak öğrencilerin turizm ile ilgili herhangi bir metafor geliştirmemiş olması ve ortak bir görüşe ulaşamadığı belirtilmiştir. Sever ve Özdemir (2020) tarafından yapılan araştırmada uluslararası öğrencilerin algıladıkları sosyal destek ve yalnızlık düzeyleri incelenmiş olup, uluslararası öğrencilerin yalnızlık seviyelerinin düşük, algılanan sosyal destek seviyelerinin ise yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kaya, Çenesiz ve Aynas (2019) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin sosyal destek algıları ile psikolojik iyi oluş ve yaşam doyumları incelenmiş olup, üç kavramın birbirlerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Onat Kocabıyık ve Donat Bacioğlu (2019) tarafından yapılan araştırmada Trakya Üniversitesi uluslararası öğrenci profili ve oryantasyon gereksinimleri incelenmiş olup, sağlık ve eğitim alanlarının daha çok tercih edildiği ve staj, burs programları, yerleşke ve yakın çevresi, sosyal faaliyetler ve psikolojik danışmanlık hizmetleri gibi konularda oryantasyon gereksinimi olduğu tespit edilmiştir. Özaslan, Uysal Yalçın, Alptekin, Şimşek Şahin, Erdoğan ve Aydın Er (2019) tarafından yapılan araştırmada Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü'nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin öğrenim süreci deneyimleri incelenmiş olup, öğrencilerin dil, kültür ve inanç farklılıklarından dolayı yaşadıkları sorunların öğrenim süreçlerine olumsuz etkileri olduğu

tespit edilmiştir. Yiğit, Dalbudak ve Musa (2019) tarafından yapılan araştırmada, Türkiye’de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin atılabilirlik düzeyleri incelenmiş olup, öğrencilerin demografik özelliklerine göre ilişkileri analiz edilmiştir. Kodal ve Tanyeri Mazıcı (2018) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin lisans eğitimine yönelik memnuniyet düzeyleri incelenmiş olup, yurtdışındaki öğrencilerinden her geçen yıl daha çok Türkiye’ye gelme talebinin arttığı tespit edilmiştir. Köleoğlu (2018) tarafından yapılan araştırmada uluslararası öğrencilerin sosyal uyum problemi incelenmiş olup, uluslararası öğrencilerin yaşamış oldukları başlıca sorunlar olarak ekonomik ve eğitimsel sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Özdemir ve Demir (2018) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin gözünden Türkiye incelenmiş olup, öğrencilerin uyum süreçlerinin geldikleri ülkelere göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Şanlı ve Poyraz (2018) tarafından yapılan araştırmada uluslararası öğrencilerin yalnızlık düzeyleri incelenmiş olup, uluslararası öğrencilerin yalnızlık duygularının demografik değişkenlere göre anlamlı bir değişiklik göstermediği, buna karşın Türkiye’de olmanın memnuniyetlik derecesi ile Türk halkının kendilerine karşı tutumlarının öğrencilerin yalnızlık duygularını anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Türk, Topçu ve Yaşar (2018) tarafından yapılan araştırmada Türkiye’de öğrenim görmeye yeni başlayan yabancı uyruklu üniversite öğrencileri soft power açısından incelenmiş olup, Türkiye’nin sürdürülebilir bir eğitim merkezi olma yolunda başarılı bir grafik çizdiği tespit edilmiştir. Başaran Alagöz ve Geçkil (2017) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin sorunları incelenmiş olup, yabancı uyruklu

öğrencilerin Türkçeyi anlama ve sosyal yaşama uyum ile ilgili sorunlarının çok faktörlü bir yaklaşım ile çözülmesinin gerekliliği tespit edilmiştir. Bek (2017) tarafından yapılan araştırmada uluslararası üniversite öğrencilerinde yalnızlığın akademik katılım ve başarı üzerindeki etkisi incelenmiş olup, uluslararası öğrenciler arasındaki yalnızlık duyguları, akademik katılımı ve başarıyı önemli derecede etkilediği tespit edilmiştir. Gökyer (2017) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin psikolojik uyumları incelenmiş olup, öğrencilerin psikolojik uyumlarının yordayan en önemli değişkenin kültürleşme tutumları olduğu tespit edilmiştir. Malekisanimaleki ve Altay (2017) tarafından yapılan araştırmada Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin sosyal destek ve yalnızlık düzeyleri ile kaygı durumlarının belirlenmesi incelenmiş olup, yabancı uyruklu öğrencilerin sosyal destek ile yalnızlık seviyelerinin ters orantılı olduğu, kaygı seviyelerinin ise sürekli olarak arttığı tespit edilmiştir. Radmard (2017) tarafından yapılan araştırmada Türk üniversitelerindeki uluslararası öğrencilerin yükseköğretim taleplerini etkileyen etkenler incelenmiş olup, uluslararası öğrencilerin dil, sosyal uyum ve ekonomik yetersizlik sorunları yaşamalarına rağmen Türkiye'deki eğitimden memnun oldukları tespit edilmiştir. Usta, Sayın ve Güzelipek (2017) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin kente ve üniversiteye uyumu incelenmiş olup, araştırmanın yapıldığı Karaman iline ait konumsal ve üniversiteye ait fırsatlar ve riskler tespit edilmiştir. Yıldırım ve Köksal (2017) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin gözüyle Türkiye incelenmiş olup, Türkiye'ye ilişkin

olumlu ve olumsuz görüşler tespit edilmiştir. Zavalı ve Gündoğ (2017) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin sosyo-kültürel entegrasyonu incelenmiş olup, aile özlemi, toplumsal iletişim, arkadaşlık, konaklama gibi konularda yaşanan problemler tespit edilmiştir. Aliyev ve Öğülmüş (2016) tarafından yapılan araştırmada yabancı uyruklu öğrencilerin kültürlenme düzeyleri incelenmiş olup, Kafkasya'dan gelen öğrencilerin kültürlenme stratejilerinden özellikle bütünleşme stratejisini, Ortadoğu'dan ve Avrupa'dan gelen öğrencilere göre daha belirgin bir şekilde tercih ettikleri tespit edilmiştir. Kumcağız, Dadashzadeh ve Alakuş (2016) tarafından yapılan araştırmada Ondokuz Mayıs Üniversitesi'ndeki yabancı uyruklu öğrencilerin sınıf düzeylerine göre yaşadıkları sorunlar incelenmiş olup, birinci ve ikinci sınıf öğrencilerin dil konusunda sorunlar yaşadıkları tespit edilmiştir. Sungur, Şahin, Can, Şahin, Duman, Pektaş, Doğan, Alkan ve Onuk (2016) tarafından yapılan araştırmada Düzce Üniversitesinde yükseköğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin yaşam doyumlarını ve sosyal uyumlarını etkileyen faktörler incelenmiş olup, dil, gelir, cinsiyet ve iletişim gibi konularda kaygıların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Şeker ve Akman (2016) tarafından yapılan araştırmada uluslararası öğrencilerin psikolojik ve sosyokültürel süreçleri incelenmiş olup, öğrencilerin algılanan ayrımcılık seviyesi arttıkça daha fazla sosyokültürel uyum zorluğu yaşadıkları tespit edilmiştir.

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacını Karabük Üniversitesi'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri, Türkiye'yi tercih nedenleri ve Türkiye ile ilgili görüşleri, Karabük Üniversitesi'ni tercih nedenleri ve görüşleri tespit etmek oluşturmaktadır. Ayrıca elde edilen mevcut durum sonuçları ile 2016 yılında elde edilmiş olan (Yıldırım, Özkan & Büyükyılmaz, 2016) duruma ait sonuçları karşılaştırarak ortaya çıkan çerçeve dahilinde öneriler sunulmaktadır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Karabük Üniversitesi'nde farklı fakültelerdeki, bölümlerdeki ve sınıflardaki uluslararası öğrencilerden oluşmaktadır. Karabük Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Koordinatörlüğü'nün web sayfasında temin edilen bilgiler doğrultusunda 2021-2022 Eğitim-Öğretim yılı içerisinde 11.000 uluslararası aktif öğrenci eğitim görmektedir.

Evrenden %95 güvenirlilik sınırları dahilinde %5'lik hata payı dikkate alındığında örneklem büyüklüğü 384 katılımcı olacak şekilde belirlenmiştir (Coşkun, Altunışık & Yıldırım, 2019:164). Bu kapsamda hazırlanan anket formu 385 öğrenciye uygulanmıştır.

2.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmanın verilerini toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket Yıldırım vd. (2016)

tarafından hazırlanmış ve araştırmalarında kullanmış oldukları soru formundan faydalanılmaktadır.

Araştırmada kullanılacak anketin uygulanabilirliğine ilişkin gerekli izinler için Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na gerekli başvuru yapılmış olup, E-78977401-050.02.04-73600 sayılı karar ile anketin uygulanabilir olduğuna karar verilmiştir.

Anket formları tesadüfi örneklem yöntemiyle ve yüz yüze olarak Ocak-Şubat 2022 tarihlerinde doldurulmuştur. Elde edilen verilere frekans analizi uygulanmıştır.

3. Bulgular

3.1. Uluslararası Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilere ilişkin cinsiyet, yaş ve ülke değişkenlerine göre dağılımları Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	122	31,7
	Erkek	263	68,3
Yaş	18-20 arası	134	34,8
	21-23 arası	166	43,1
	24 ve üzeri	85	22,1
Ülke	Afganistan	19	4,9
	Azerbaycan	6	1,6
	Cibuti	20	5,2
	Çad	44	11,4
	Endonezya	11	2,9
	Fas	7	1,8
	Fildişi Sahili	5	1,3
	Filistin	5	1,3
	Gabon	10	2,6

Irak	9	2,3
Kazakistan	14	3,6
Kenya	8	2,1
Özbekistan	38	9,9
Senegal	6	1,6
Somali	65	16,9
Sudan	9	2,3
Suriye	20	5,2
Suudi Arabistan	11	2,9
Türkmenistan	33	8,6
Ürdün	9	2,3
Yemen	7	1,8
Diğer	29	7,5
Toplam	385	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere; demografik özelliklere ilişkin bulgulara göre katılımcıların %31,7’sini kadınlar, %68,3’ünü ise erkekler oluşturmaktadır. Yaş dağılımı değişkenine bakıldığında ise katılımcıların %34,8’i 18-20 yaş aralığını; %43,1’i 21-23 yaş aralığını ve %22,1’i 24 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunu sırası ile %16,9’unu Somali ve %11,4’ünü Çad öğrencileri oluşturmaktadır. Afganistan, Azerbaycan, Cibuti, Endonezya, Fas, Fildişi Sahili, Filistin, Gabon, Irak, Kazakistan, Kenya, Özbekistan, Senegal, Sudan, Suriye, Suudi Arabistan, Türkmenistan, Ürdün, Yemen, diğer seçeneğinde ise, Gine, Gana, İran, Kuveyt, Malezya, Moritanya, Myanmar, Nijerya ve Tayland ülkeleri olmak üzere toplam 30 farklı ülkeden katılımın sağlandığı da belirtilmelidir.

3.2. Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik özellikleri çerçevesinde elde edilen bulgular Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Değişken	Kategori	N	%
Kardeş Sayısı	Yok	23	6,0
	1-3 arası	130	33,7
	4 ve üzeri	232	60,3
Anne Çalışma Durumu	Çalışıyor	113	29,4
	Çalışmıyor	272	70,6
Baba Çalışma Durumu	Çalışıyor	269	69,9
	Çalışmıyor	116	30,1
İkametgâh Durumu	Ev	254	66,0
	Özel Yurt	64	16,6
	Devlet Yurdu	37	9,6
	Diğer	30	7,8
Geçim Kaynağı	Burs alıyorum	44	11,4
	Çalışıyorum	67	17,4
	Ailem gönderiyor	214	55,6
	Diğer	60	15,6
Arkadaşlık Durumu	Aynı Ülkeden	169	43,9
	Türkiye	38	9,9
	Farklı Ülkeden	178	46,2
Türkçe Konuşma Durumu	Biliyor	263	68,3
	Bilmiyor	122	31,7
İngilizce Konuşma Durumu	Biliyor	274	71,2
	Bilmiyor	111	28,8
Diğer Yabancı Dil Bilgisi	Biliyor	164	42,6
	Bilmiyor	221	57,4
Toplam		385	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere; sosyo-ekonomik özelliklere ilişkin bulgulara göre katılımcıların %6’sının kardeşinin olmadığı, %33,7’sinin 1-3 arası kardeşi olduğu ve %60,3’ün 4 ve üzeri kardeşe sahip oldukları görülmektedir. Ebeveynlerin çalışma durumu incelendiğinde; katılımcıların %29,4’ünün annelerinin çalıştığı, %70,6’sının ise çalışmadığı; buna karşın %69,9’unun babalarının çalıştığı, %30,1’inin ise çalışmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların Karabük şehrinde konakladıkları yerler incelendiğinde; %66’sının evde, %16,6’sının özel yurttta, %9,6’sının devlet yurdunda ve %7,8’inin

ise diğer seçeneği seçtikleri görülmektedir. Katılımcıların geçim kaynakları olarak; %11,4'ünün burs aldığı, %17,4'ünün çalıştığı, %55,6'sının ailesinin gönderdiği ve %15,6'sının ise diğer seçeneği oluşturmaktadır. Sosyalleşme boyutu olarak arkadaşlıklar incelendiğinde; katılımcıların arkadaşlarının yoğunluğu %46,2'sinin farklı ülkelerden olduğu, %43,9'unun kendi ülkelerinden olduğu ve %9,9'unun ise Türkiye'den oluştuğu görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların arkadaşlarının çoğunluğunun %48'inin kendi ülkelerinden, %23'ünün Türkiye'den ve %17'inin ise farklı ülkelerden olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, zamanla birlikte bütün değerlerin değiştiği ifade edilebilir. Katılımcıların Türkçe konuşma oranlarına bakıldığında Türkçeyi bilenlerin oranı %68,3 iken bilmeyenlerin oranı ise %31,7'dir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise Türkçeyi bilen katılımcıların oranı %85 olduğu görülmektedir. Gözle görülür bir düşüş olduğu söylenebilir. İngilizceyi bilenlerin oranı %71,2 iken bilmeyenlerin oranı ise %28,8'dir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise İngilizceyi bilen katılımcıların oranı %79'dur. Katılımcıların kendi ana dilleri ve Türkçe-İngilizce dışında diğer yabancı dilleri bilenlerin oranı ise %42,6 olduğu görülmektedir.

3.3. Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'yi Tercih Nedenleri ve Türkiye ile İlgili Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin, eğitim almak için Türkiye'yi tercih etme nedenlerine ve Türkiye ile ilgili görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Türkiye'yi Tercih Nedenleri ve Türkiye ile İlgili Görüşleri

Değişken	Kategori	N	%
Türkiye'de bulunma süresi	1 yıldan az	150	39,0
	1-2 yıl arası	118	30,6
	3 yıl ve fazla	117	30,4
Mezun olduktan sonra Türkiye'de eğitime devam etme isteği	Evet	245	63,6
	Hayır	140	36,4
Mezun olduktan sonra Türkiye'de yaşama isteği	Evet	258	67,0
	Hayır	127	33,0
Türkiye'de yaşamak istediği şehir	Karabük	55	14,3
	İstanbul	115	29,9
	Ankara	38	9,9
	Antalya	16	4,2
	İzmir	7	1,8
	Bursa	4	1,0
	Mersin	4	1,0
	Diğer	19	4,9
Türkiye'de okumayı önerme	Evet	345	89,6
	Hayır	40	10,4
Türkiye'de yaşamayı önerme	Evet	321	83,4
	Hayır	64	16,6
Türkiye'yi tercih nedeni	Sevdiği bir ülke olması	73	19,0
	Eğitim almak	67	17,4
	Eğitim kalitesi	63	16,4
	Akrabasının/Arkadaşının bulunması	28	7,3
	Gelişmiş bir ülke olması	24	6,2
	İslam ülkesi olması	24	6,2
	Yakın kültüre sahip olması	19	4,9
	Ucuz bir ülke olması	14	3,6
	Ülkesinde savaş olması	5	1,3
	Hayalini gerçekleştirmek	3	0,8
	Diğer	44	11,4
Sebeup yok	21	5,5	
TOPLAM		385	100

Tablo 3'te görüldüğü üzere; katılımcıların Türkiye'de bulunma süreleri olarak %39'unun 1 yıldan az, %30,6'sının 1-2 yıl arası, %30,4'ünün ise üç yıl ve fazlası olduğu görülmektedir. Katılımcıların mezun olduktan sonra Türkiye'de eğitime devam etme istekleri incelendiğinde %63,6'sının devam etmek istediği, %36,4'ünün ise

devam etmek istemediği görülürken, Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların %75'i Türkiye'de eğitime devam etmek istedikleri şeklinde tespit edilmiştir. Katılımcıların %67'sinin mezun olduktan sonra Türkiye'de yaşamak istediği, %33'ünün ise yaşamak istemediği görülürken; bu oranlar Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların %65'inin mezun olduktan sonra Türkiye'de yaşamak istediği tespit edilmiştir. %2'lik bir oranda artış olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların Türkiye'de yaşamak istediği şehirler olarak; %29,9'unun İstanbul, %14,3'ünün Karabük, %9,9'unun ise Ankara illerinde yaşamak istediği, Antalya, İzmir, Bursa, Mersin illeri ise %5'in altında olduğu görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların yaşamak istediği şehir sırasının İstanbul (%33), Ankara (11) ve Karabük (%8) olduğu, bu durumda Karabük ilinin hem oran olarak hem de sıra olarak değişiklik gösterdiği ifade edilebilir. Karabük şehrinin öğrenciler için daha cazip hale geldiği de belirtilmelidir. %19'luk diğer seçeneğindeki şehirler ise, Batman, Bodrum, Hatay, Kütahya, Mersin, Nevşehir, Sivas, Şanlıurfa, Tekirdağ, Tokat, Yalova illerinden oluşmaktadır. Türkiye'de okumayı önerir misiniz ifadesine katılımcıların %89,6'sının evet, %10,4'ünün hayır cevabını verdiği görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların %80'nin evet şeklinde yanıt verdiği tespit edilmiştir. Türkiye'de yaşamayı önerir misiniz ifadesine ise katılımcıların %83,4'ünün evet, %16,6'sının ise hayır dediği görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların %91'inin evet şeklinde yanıt verdiği tespit edilmiştir. Türkiye'yi tercih nedenleri incelendiğinde

katılımcıların çoğunluğunun yani oran olarak %19'unun Türkiye'nin sevilen bir ülke olduğunu ifade etmektedir. Daha sonrasında ise dağılımların çoğunluğu %17,4 ile eğitim almak ve bu cevaba paralel olarak %16,4 ile eğitim kalitesi olduğu görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise sırası ile katılımcıların eğitim alma istekleri (%26), Türkiye'nin gelişmiş bir ülke olması (%15), İslam ülkesi olması (%10), eğitim kalitesine bakıldığında ise (%9) oranında olduğu da belirtilmelidir. Eğitim kalitesinin gözle görülür bir fark ile arttığı ifade edilebilmektedir.

3.4. Uluslararası Öğrencilerin Karabük Üniversitesi'ni Tercih Nedenlerine ve Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin, eğitim almak için Karabük Üniversitesi'ni tercih etme nedenlerine ve Karabük Üniversitesi ile ilgili görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Karabük Üniversitesi'ni Tercih Nedenleri ve Görüşleri

Değişken	Kategori	N	%
Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de bulunma	Evet	119	30,9
	Hayır	266	69,1
Türkiye'de bulunma Karabük Üniversitesi'ni tercihte etkili mi?	Evet	77	64,7
	Hayır	42	35,3
Karabük Üniversitesi'ni tercih nedeni	Eğitim kalitesi	110	28,6
	Akrabasının/arkadaşının bulunması	63	16,4
	Şehrin küçük/güzel olması	37	9,6
	İyi bir üniversite olması	37	9,6
	Puanın yeterli olması	36	9,4
	Farklı kültürden öğrencilerin olması	27	7,0
	Öğrenci odaklı bir üniversite olması	24	6,2
	Sebeup yok	28	7,2
Okunan bölümü tercih nedeni	Diğer	23	6,0
	Meslek sahibi olmak	135	35,1
	Aile istediği için	34	8,8
	Alana ilgisi olduğu için	173	44,9
Karabük Üniversitesi ile ilgili bilgi alma yolu	Diğer	43	11,2
	Sosyal medya	77	20,0
	Arkadaş ve akraba	242	62,9
Karabük Üniversitesi beklentini karşıladı mı?	Diğer	66	17,1
	Evet	323	83,9
Karabük İlinde en çok zorlanılan durum	Hayır	62	16,1
	Sorun yok	124	32,2
	Pahalılık	75	19,5
	Konaklama	62	16,1
	Eğitim zorluğu	28	7,3
	Dil sorunu	24	6,2
	Sosyal Yaşam	24	6,2
	Ulaşım	19	4,9
Aile özlemi	10	2,6	
TOPLAM	Diğer	19	4,9
		385	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcıların Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de bulunma ifadesine %30,9'unun evet, %69,1'inin hayır şeklinde cevap vermektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise katılımcıların %55'inin evet yanıtını verdiği de belirtilmelidir. Bu durumda Türkiye'ye gelmeden dahi eğitim ve yaşamak için seçiliyor

olması, ülkenin öğrenci adayları gözünde iyi derecede konumlandığı şeklinde ifade edilebilir. Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de buldunuz mu ifadesine yanıt olarak evet (%30,9) diyenler için bir sonraki soru kapsamında Türkiye'de bulunma Karabük Üniversitesi'ni tercihte etkili oldu mu ifadesine %64,7'sinin evet, %35,3'ünün ise hayır yanıtını verdiği görülmektedir. Katılımcıların, %28,6'sının eğitim kalitesi; %16,4'ünün akrabasının veya arkadaşının Karabük'te bulunması; %9,6'sının Karabük ilinin güzel ve küçük olması; %9,6'sının Karabük Üniversitesi'nin iyi bir üniversite olması; %9,4'ünün puanın yeterli olması; %7'sinin farklı kültürlerden öğrencilerin olması; %6,2'sinin Karabük Üniversitesi'nin öğrenci odaklı bir üniversite olması sebeplerinden dolayı Karabük Üniversitesi'ni tercih ettikleri görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada bu sebepleri oransal olarak sıralanışı ise; puanın yeterli olması, eğitim kalitesi, Karabük şehrinin küçük olması, akrabasının bulunması, eğitim dilinin İngilizce olması şeklinde olduğu da belirtilmelidir. Tercih edilen bölümler hakkında katılımcıların çoğunluğunun %44,9'unun alanına ilgisi olduğu ve %35,1'inin meslek sahibi olmak için tercih ettikleri görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise %50'sinin alana ilgisi olduğu için okumakta oldukları bölümleri tercih ettikleri tespit edilmiştir. Karabük Üniversitesi'nden nasıl haberdar olduğuna yönelik soru ifadesine katılımcıların yarısından çoğunun %62,9'unun arkadaşları ve akrabaları aracılığı ile haberdar oldukları görülmektedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada ise bu oran (%51) olarak tespit edilmiştir. Karabük Üniversitesi beklentilerinizi karşıladı mı soru ifadesine katılımcıların

çoğunluğunun yani oran olarak %83,9'unun evet derken; bu oran Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada %78 olarak tespit edilmiştir. Hem genel araştırmalar için önemli olan bir konu hem de yeni öğrenci adayları için değerli bilgileri içeren soru ifadesinde uluslararası öğrencilere Karabük iline ilk geldiklerine en çok zorlandıkları konunun ne olduğunu öğrenmek amacı ile yönlendirilen ifadeye göre, katılımcıların çoğunluğunun sorun yaşamadığı (%32,2), fakat pahalılık (%19,5) ve konaklama (%16,1) gibi konuların öncelikli sırada olduğu da belirtilmelidir. Diğer seçeneği kapsamında ise, ikametgâh sorunu, iklim şartları, kimlik sorunu, iş fırsatının olmaması ve şehirde havalimanının olmaması şeklindedir. Yıldırım vd. (2016) tarafından altı yıl önce yapılan araştırmada katılımcıların çoğunluğunun sorun yaşamadıkları tespit edilmiş olup, sırası ile yaşanan sorunların da pahalılık, dil sorunu, ulaşım, konaklama olduğu görülmektedir.

Sonuç

Araştırmanın yapılmasındaki amaç hem üniversite olarak hem de ülke olarak uluslararası öğrenciler tarafından tercih edilen bir konuma sahip olunmasıdır. Bundan dolayı geçmiş araştırmanın paralelinde ilerlenip hem güncel durumun analizini belirlemek hem de belirlenen güncel analiz verileri ile 2016 yılındaki araştırmaya ait verilerin karşılaştırılmasının yapılması amaçlanmaktadır.

Demografik değişkenlere ilişkin bulgulara bakıldığında katılımcıların çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bir önceki araştırmada da erkek katılımcılarının çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında 21-23 yaş

aralığı çoğunluğu oluştururken, önceki araştırmada bu 18-20 yaş aralığının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu araştırma 30 farklı ülkeden öğrencinin katılımı tarafından sağlanırken, bir önceki araştırma da 28 farklı ülkeden öğrencilerin katılımı ile gerçekleşmiştir. Katılımcıların çoğunun Somali ve Çad¹ ülkelerinden olduğu görülürken; bir önceki araştırma da ise Suriye ve Türki Cumhuriyetleri ülkelerinden katılımın sağlandığı tespit edilmiştir. Sosyo-ekonomik değişkenlere ilişkin bulgulara bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun 4 ve üzeri kardeşe sahip olduğu ve bir önceki araştırma ile aynı olduğu görülmektedir. Ebeveynlerin çalışma durumu incelendiğinde çalışmayan annelerin ve çalışan babaların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu durum bir önceki araştırmanın değerleri ile paralellik gösterdiği belirtilmelidir. Katılımcıların Karabük ilinde konakladıkları yerler incelendiğinde çoğunluğunun evi tercih ettiği görülürken, bu durum bir önceki araştırmada çoğunluğunun özel yurtlarda konakladıkları görülmektedir. Bir önceki araştırmada öğrencilerin özellikle dile getirdikleri bir hususun yıllar içinde değişerek veriler ile de kanıtlandığı belirtilmelidir. Öğrenciler özel yurtlara bütçelerinin çoğunu ayırdıkları için geçim sıkıntısı yaşadıklarını belirtmişlerdi. Yıllar itibari ile de öğrenciler arasında çözüm yolunun ev arkadaşlığı yolu ile konaklama da evin tercih edildiği tespit edilmiştir. Uluslararası öğrencilerin geçim kaynaklarının her iki araştırma sonucunda da çoğunlukla aileler tarafından sağlandığı tespit edilmiştir. Sosyalleşme boyutu olarak arkadaşlıklar incelendiğinde; katılımcıların arkadaşlarının

¹ Karabük üniversitesi ve Çad Cumhuriyeti arasında akademik bir iş birliği görüşmelerinin gerçekleştirilmesi de bu durumun bir sonucudur. Ek bilgi olarak Türkiye’de toplam 2000 civarında Çad uyruklu öğrenci bulunurken; yarısından fazlası Karabük Üniversitesi bünyesinde eğitim görmektedir.

çoğunluğunun farklı ülkelerden olduğu görülürken 2016 yılındaki araştırmada katılımcıların arkadaşlarının çoğunluğunun kendi ülkelerinden olduğu tespit edilmiştir. Bu durum kültürler arası kaynaşmanın, anlaşmanın ve iletişimin sonucu olduğu şeklinde ifade edilmektedir. Yabancı dil bilme durumlarına ilişkin verilere bakıldığında katılımcıların Türkçe ve İngilizce bilme oranlarının 2016 yılına göre düştüğü tespit edilmiştir. Bu durum için bir sebep olarak bir önceki araştırmadaki katılımcıların çoğunluğunun Suriye ve Türkiye Cumhuriyeti öğrencilerini kapsadığı için düşünülmektedir.

Türkiye'yi tercih nedenleri ve Türkiye ile ilgili görüşlerine ait bulgular sırası ile incelenmiş olup, katılımcıların Türkiye'de bulunma süreleri ile ilgili bulgular incelendiğinde 2016 yılında gerçekleştirilen araştırmadaki bulgular ile benzer sonuçlar elde edilmiş olup, katılımcıların çoğunun Türkiye'de bulunma sürelerinin bir yıldan az olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların mezun olduktan sonra Türkiye'de eğitime devam etme istekleri incelendiğinde, çoğunluğunun devam etmek istediği görülmüş olup, bir önceki araştırmada da benzer sonuca ulaşıldığı belirtilmelidir. Bir diğer ifade kapsamında katılımcıların hem bu araştırma hem de 2016 yılındaki araştırma dahilinde mezun olduktan sonra Türkiye'de yaşamayı tercih edecekleri tespit edilmiştir. Yaşamak istedikleri illerin sırası ile İstanbul, Karabük, Ankara iken, bir önceki araştırmada bu illerin sıralaması İstanbul, Ankara, Karabük şeklinde tespit edilmiştir. Türkiye'de okumayı başkalarına önerir misiniz ifadesine katılımcıların çoğunluğu her iki araştırmada da önereceklerini belirtmişlerdir. Türkiye'de yaşamayı önerir misiniz ifadesine ise her iki araştırmada da önereceklerini belirttikleri de görülmektedir. Türkiye'yi tercih

nedenleri incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun, Türkiye için sevilen bir ülke olduğu şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Bu sırayı, eğitim almak ve eğitim kalitesi takip etmektedir. 2016 yılındaki araştırmada ise bu nedenlerin sırası ile eğitim almak, Türkiye'nin gelişmiş bir ülke olması ve İslam ülkesi olması şeklinde ilerlediği tespit edilmiştir.

Karabük Üniversitesi'ni tercih nedenleri ve görüşlerine ait bulgular sırası ile incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de bulunmadıkları, lakin 2016 yılındaki araştırmada katılımcıların çoğunluğunun Karabük Üniversitesi'nde eğitime başlamadan önce Türkiye'de bir sebepten dolayı buldukları tespit edilmiştir. Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de bulunan katılımcılara Karabük Üniversitesi'nin tercih edilmesinde Türkiye'de bulunmanın etkili olup olmadığının tespiti için sorulan ifadeye çoğunluğunun evet dediği de vurgulanmalıdır. Karabük Üniversitesi'nin tercih edilme sebepleri arasında çoğunluk sırasına göre eğitim kalitesi, akrabasının veya arkadaşının Karabük'te bulunması, Karabük şehrinin güzel ve üniversitenin iyi olması şeklinde sıralanmaktadır. 2016 yılındaki araştırmada ise, puanın yeterli olması, eğitim kalitesi, Karabük şehrinin küçük olması şeklinde olduğu da belirtilmelidir. Katılımcıların okudukları bölümler hakkında ise çoğunluğunun ilgisi olduğu alanlarda eğitim gördükleri her iki araştırma da ortaya çıkmıştır. Karabük Üniversitesi'nden nasıl haberdar olduklarına dair bulgular ise her iki araştırmada da arkadaşları ve akrabaları aracılığı ile olduğu belirtilmektedir. Karabük Üniversitesi'nin her iki araştırma kapsamında da yüksek oranda beklentilerin karşılandığı tespit

edilmiştir. Karabük ilinde zorlandıkları durumların neler olduğu açısından bakıldığında ise, sorun yaşanmadığı, ancak genel bir pahalılık durumunun söz konusu olduğu ve konaklamada sıkıntılar yaşanabildiği belirtilmektedir. 2016 yılındaki araştırmada ise katılımcıların çoğunluğunun sorun yaşamadıkları tespit edilmiş olup, sırası ile yaşanan sorunların da pahalılık, dil sorunu, ulaşım, konaklama olduğu görülmektedir.

İlgili araştırmanın hem akademik camia için hem de Türkiye ve Karabük Üniversitesi için araştırma yapacaklara bilgi sağlaması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Aliyev, R. & Öğülmüş, S. (2016). "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kültürlenme Düzeylerinin İncelenmesi", *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 89-123.

Aslan, H. & Babirzade, K. (2020). "Türkiye'de ve Avustralya'da Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(2), 1-21. DOI: 10.7822/omuefd.783954

Başaran Alagöz, S. & Geçkil, T. (2017). "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Sorunlarının İncelenmesi: Konya İli Örneği", *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 20(4), 279-285.

Bek, H. (2017). "Understanding the Effect of Loneliness on Academic Participation and Success Among International University Students", *Journal of Education and Practice*, 8(14), 46-50.

Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Erişti, B., Polat, M. & Erdem, C. (2018). "Yükseköğretimde Uluslararasılaşma: Uluslararası Öğrencilerin Bulunduğu Sınıflarda Ders Veren Öğretim Elemanlarının Öğretim Sürecinde Yaşadıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri", *Journal of History Culture and Art Research*, 7(2), 352-375. doi:http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v7i2.1539

Gökkyer, N. (2017). "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Uyumlar", *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(1), 98-108. DOI: 10.5961/jhes.2017.188

Kaya, Z., Çenesiz, G. Z. & Aynas, S. (2019). "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyal Destek Algıları ile Psikolojik İyi Oluş ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 518-537. DOI:10.17755/esosder.416882

Kireççi, M. A., Bacanlı, H., Erişen, Y., Karadağ, E., Çelik, N., Dombaycı, M. A., Toprak, M. & Şahin, M. (2016). "The internationalization of higher education in Turkey: Creating an Index", *Education and Science*, 41(187), 1-28.

Kodal, T. & Tanyeri Mazıcı, E. (2018). "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Lisans Eğitimine Yönelik Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Nitel Bir Araştırma", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırması*, 202-209.

Köleoğlu, N. (2018). "Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Uyum Problemini Belirlemede Log-Linear Model Kullanımı", *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 18. EYİ Özel Sayı, 101-116. DOI: 10.18092/ulikidince.354017

Kumcağız, H., Dadashzadeh, R. & Alakuş, K. (2016). "Ondokuz Mayıs Üniversitesi'ndeki Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sınıf

Düzeylerine Göre Yaşadıkları Sorunlar”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(2), 37-50. 10.7822/omuefd.35.2.3

Kurtça, B. (2020). “Bartın Üniversitesi’nde Eğitim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri”, *Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 5(1), 113-126.

Malekisanimaleki, R. & Altay, B. (2017). “Ondokuz Mayıs Üniversitesi’nde Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyal Destek ve Yalnızlık Düzeyleri ile Kaygı Durumlarının Belirlenmesi”, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, (1-2-3), 71-96.

Onat Kocabıyık, O. & Donat Bacıoğlu, S. (2019). “Trakya Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Profilini ve Oryantasyon Gereksinimlerini Belirleme Çalışması”, *Trakya Eğitim Dergisi*, 9(1), 161-172. Doi: 10.24315/tred.469661

Özaslan, Z., Uysal Yalçın, S., Alptekin, H. M., Şimşek Şahin, E., Erdoğan, B. & Aydın Er, R. (2019). “Hemşirelik Bölümü Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Öğrenim Süreci Deneyimleri”, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 22(3), 170-178.

Özdemir, A. & Demir, K. (2018). “Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Gözünden Türkiye”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(79), 459-471.

Radmard, S. (2017). “Türk Üniversitelerindeki Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğretim Taleplerini Etkileyen Etkenlerin İncelenmesi”, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(1), 67-77. DOI: 10.5961/jhes.2017.185

Saatçi, G. & Aksu, M. (2020). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Koronavirüs Algılarını

Metafor Yolu ile Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Awareness*, 5(4), 617-630. <https://doi.org/10.26809/joa.5.042>

Sever, M. & Özdemir, S. (2020). “Uluslararası Öğrencilerin Algıladıkları Sosyal Destek ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi: Bir Karma Yöntem Çalışması”, *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 51-60. DOI: 10.46236/jvosst.828183

Sungur, M. A., Şahin, M., Can, G., Şahin, M. F., Duman, K., Pektaş, B., Doğan, S., Alkan, A. Ö. & Onuk, H. (2016). “Düzce Üniversitesinde Yükseköğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Yaşam Doyumları ve Sosyal Uyumlarını Etkileyen Faktörler”, *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 101-109.

Şanlı, E. & Poyraz, Y. (2018). “Uluslararası Öğrencilerin Yalnızlık Düzeyleri”, *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.

Şeker, B. D. & Akman, E. (2016). “Uluslararası Öğrencilerin Psikolojik ve Sosyokültürel Süreçleri”, *Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 41(3), 504-514. DOI: 10.17826/cukmedj.237504

Türk, M. S., Topçu, Z. & Yaşar, H. N. (2018). “Türkiye’de Öğrenim Görmeye Yeni Başlayan Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerine Yönelik Softpower Araştırması: Gazi Üniversitesi Örneği”, *Turkish Studies Educational Sciences*, 13(19), 1843-1866. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.13532>

Usta, S., Sayın, Y. & Güzelipek, Y. A. (2017). “Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kente ve Üniversiteye Uyumu: Karaman İli Örneği”, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 565-577. DOI: 10.5961/jhes.2017.233

Yıldırım, C., Özkan, D. & Büyükyılmaz, O. (2016). "Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Durum Analizi: Karabük Üniversitesi", *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 20-34.

Yıldırım, E. & Köksal, H. (2017). "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Gözüyle Türkiye", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 297-323.

Yılmaz, D., Mistik, Ö., Arkan, B. & Gökdere Çınar, H. (2021). "Hemşirelik Bölümünde Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Uyum Sorunlarının İncelenmesi: Bursa Uludağ Üniversitesi Örneği", *Journal of Innovative Healthcare Practices*, 2(1), 23-32.

Yiğit, S., Dalbudak, İ. & Musa, M. (2019). "Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Atılma Düzeylerinin İncelenmesi", *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 190-198.

Zavalsız, Y. S. & Gündoğ, E. (2017). "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyo-Kültürel Entegrasyonu (Karabük Üniversitesi Örneği)", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 3168-3192.

Sendikalı Olma ve Örgütsel Bağlılık*

Mehmet Murat TUNÇBİLEK

orcid.org/0000-0001-8771-3756

Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi
Assistant Professor, University of Karabuk
mtuncbilek@yahoo.com

Ebru HACIOĞLU

orcid.org/0000-0002-5680-4476

Yüksek Lisans Öğrenci, Karabük Üniversitesi
Master's Student, University of Karabuk
ebruhol@gmail.com

Öz

Örgütsel bağlılık, işletmelerin rekabet üstü kalmasında önemli bir faktör olan insan kaynaklarının örgüte katkısını belirlemede önemli bir etkidir. Bu nedenle işletmelerde bu başarıya katkı sağlayacak olan sendikaların rolünün ne olduğunun belirlenmesi önemlidir. Bu katkının belirlenmesi amacıyla aynı sektördeki sendikalı ve sendikasız çalışanların örgütsel bağlılıkları ölçülmüştür. Araştırmanın evreni Bursa ili metal işkolunda çalışan işyerleridir. Bu evrenden 364 sendikalı ve 385 sendikasız toplam 749 kişiden veri elde edilmiştir. Veriler t-testi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın temel hipotezi örgütlerde sendikalı olarak çalışanların sendikasız çalışanlara göre daha yüksek bağlılığa sahip olduğudur. Veriler, anket tekniği ile

* Bu çalışma Ebru Hacıoğlu'nun Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde hazırlanan "Metal İşkolu Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Yönelik Mukayeseli Bir Araştırma: Bursa İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

toplanmıştır. Verilerin toplanmasında Allen ve Meyer'in (1990) üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre sendikasız çalışanların duygusal bağlılıklarının sendikalı çalışanlara göre göreceli olarak daha yüksektir. Sendikalı çalışanların ise hem genel örgütsel bağlılıklarının hem de devam ve normatif bağlılıklarının sendikasız çalışanlara göre göreceli olarak daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:

Örgütsel Bağlılık, Sendikalı ve Sendikasız çalışanların örgütsel bağlılıkları, Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı, Normatif bağlılık

Being Unionized and Organizational Commitment

Abstract

Organizational commitment is an essential factor in determining the contribution of human resources to the organization, which is essential for businesses to stay ahead of the competition. For this reason, it is necessary to determine the role of unions that will contribute to this success in enterprises. The organizational commitment of unionized and non-unionized employees in the same sector was measured to determine this contribution. The universe of the research is the workplaces working in the metal sector of Bursa province. Data were obtained from 749 people, 364 unionized and 385 non-unionized people from this universe. Data were analyzed by t-test. The central hypothesis of the research is that unionized employees in organizations have higher commitment than non-union employees.

The questionnaire technique was used to collect the data. Allen and Meyer's (1990) three-dimensional organizational commitment scale was used to collect data. According to the research results, the emotional commitment of non-union employees is relatively higher than that of unionized employees. It has been determined that the general organizational commitment and the continuance and normative commitment of unionized employees are somewhat more than non-unionized ones.

Keywords

Organizational Commitment, Organizational Commitment of Unionized and Non-Unionized Employees, Affective Commitment, Continuance Commitment, Normative Commitment

Giriş

Sendikalar, Sanayi Devrimi'nin bir sonucu olarak ortaya çıkmış gibi kabul edilse de aslında sendikal hareketler milattan kendini göstermeye başlamıştır. Sendikalaşma, Sanayi Devrimi ile ilk önce İngiltere'de başlayarak daha sonra dünyanın birçok ülkesine yayılmıştır. Sendika; çalışanların ekonomik, sosyal hak ve menfaatlerinin korunması amacıyla kurulmuş tüzel kişiliktir. Bu tanımdan her ne kadar sadece işçilerin korunması algılanıyor olsa da işveren sendikaları da bulunmaktadır. Örgütlenme biçimlerine göre sendikalar; meslek sendikaları, işkolu sendikaları, işyeri sendikaları ve genel sendikalar olarak örgütlenmektedir. Türkiye'de sendikalar genel olarak işkolu sendikaları olarak örgütlenmişlerdir.

Çalışanların bir kısmı sendikalara üye olmak isterken bir kısmı ise üye olmak istememektedir. Zorunlu sebeplerden dolayı üye olan

veya olamayan çalışanlarda bulunmaktadır. Çalışanlar ekonomik nedenlerden dolayı, işverene karşı kendini güvenceye almak, iş güvencesi sağlamak, sendikaların sunduğu fırsatlardan yararlanmak için sendikaya isteyerek üye olurken, bazıları ise sendikaya üye olmazsa işe alınamayacağı veya arkadaşlarının baskısı gibi sebeplerle sendikaya üye olmaktadır. Sendikaya üye olmak istemeyen çalışanların ise sendikaya bakış açıları, sendikanın faaliyetlerini beğenmeme gibi nedenlerden dolayı üye olmazken bazıları ise işsiz kalma korkusundan dolayı üye olmamaktadır (Bingöl, 2013; Urhan, 2005; Löle, 2012).

Bu çalışma sendikalı ve sendikasız çalışanların örgütsel bağlılıklarının karşılaştırmalı olarak araştırılmasını konu almaktadır. Araştırma Bursa ilinde metal işkoluna bağlı olan (demir-çelik, elektrik, makina, otomotiv, kauçuk, alüminyum vb.) sendikalı ve sendikasız işletmelerde gerçekleştirilmiştir. Metal sektörü, Bursa'da faaliyet gösteren sektörler arasında ilk 10'da yer almaktadır (BTSO,2022). Yapılan bu araştırma ile literatürde sendikalı ve sendikasız çalışanların örgütsel bağlılıkları ile ilgili araştırma eksikliğinin doldurulacağı düşünülmektedir.

Örgütsel bağlılık, geçmişte olduğu gibi günümüzde de araştırılmaya değer konular arasında görülmektedir. Örgütlerin hayatta kalmaları verimli çalışanları elde tutmasına bağlıdır. Çalışanlar örgütlerin en değerli varlığıdır. Çalışanların örgütte tutulması, örgütsel bağlılık kavramı ile ilgilidir. Örgütsel bağlılık, çalışanların kendilerini örgütle bütünleştirmesi ve psikolojik olarak örgüte bağlanması olarak tanımlanabilir. Örgüte bağlı olan çalışanlar verimliliği artırdığı gibi örgütün devamlılığını ve rekabet avantajını

sağlamaktadır. Örgüte bağlılığı olmayan çalışanların örgüte zararları olabilmektedir (Güney, 2015:275; San ve Yalçıntaş, 2017:510).

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; örgütsel bağlılık kavramı, örgütsel bağlılığın boyutları, örgütsel bağlılık faktörleri ve ikinci bölümde ise yapılan araştırmanın bilgi ve bulguları yer almaktadır.

1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama tekniği ankettir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler toplanılmıştır. İkinci bölümde ise Allen ve Meyer'in Örgütsel Bağlılık Ölçeği (18 madde) ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bağlılık ölçeğinde; 6 madde duygusal bağlılık, 6 madde devam bağlılığı, 6 madde normatif bağlılık boyutu ile ilgilidir. Söz konusu ifadeler Dağlı ve arkadaşları (2018) tarafından Türkçeye uyarlanmış halinden alınmıştır. Örgütsel Bağlılık Ölçeği'ne ilişkin ifadelerin derecelendirilmesinde 5'li Likert Ölçeği (1=Kesinlikle katılmıyorum; 5=Kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır

Sendikalı ve sendikasız çalışanlardan toplanan verilerin analizi için SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Analizin ilk aşamasında SPSS AMOS programı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmış ve bunun sonucuna istinaden bazı maddeler analizden çıkarılmıştır. Daha sonra ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir. Güvenilirlik analizi için Alfa (Cronbach Alfa) katsayısından yararlanılmıştır (Özdamar, 2004:623). Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği için " $0.00 \leq \alpha < 0.40$ "= güvenilir değil, " $0.40 \leq \alpha < 0.60$ "=düşük

güvenirlik, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ =oldukça güvenilir ve $0.80 \leq \alpha < 1.00$ =yüksek güvenilirlik'' değerleri dikkate alınmıştır (Yıldız ve Uzunsakal, 2018:19).

Verilerin analizinde %95 güven aralığı kullanılmıştır. Parametrik testlerin uygulanabilmesinde geçerli olan verilerin normal veya normale yakın dağılım göstermesi, verilerin varyanslarının eşit olması, hata değerlerinin tesadüfi olması yani örneklemelerin tesadüfi seçilmesidir. Varyansların eşit olup olmadığını ölçmek için F testi ve Levene testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde bağımsız iki grup arası t-testi (Independent Samples T-test) kullanılmıştır. Normallik analizinde Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri -2 ve +2 değerleri aralığında ise verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir (George & Mallery, 2010).

Verilerin toplanması için oluşturulan ölçeğin etik onayı, Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu 04.03.2021 tarih ve 16450 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Bursa'da metal işkolunda çalışan üretim işletmeleridir.

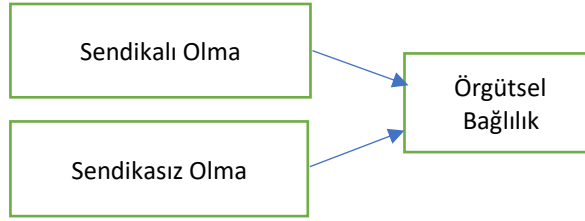
Sendikası çalışanların evren büyüklüğü 50,000 iken sendikalı çalışanların evren büyüklüğü 75,000'dir. Sekaran (2003:294)' e göre 50,000 kişi için örneklem büyüklüğü 381, 75,000 kişi için ise 382 olması gerekmektedir.

Araştırma evrenindeki sendikalı ve sendikası üretim işletmelerinde çalışanlardan kolayda örnekleme yöntemi ile örneklem seçilip anket uygulanmıştır. Sendikalı işletmelere 512, sendikası işletmelere 546 adet olmak üzere toplamda 1058 adet anket dağıtılmıştır. Anketler insan kaynakları çalışanları ve işyeri sendika

temsilcileri ile katılımcılara ulaştırılmıştır. Sendikalı işletmelerden 364 anket toplanmıştır. Sendikasız işletmelerden ise 386 anket toplanmıştır, 1 tanesi ise geçersiz sayılmıştır. Toplamda 749 anket ile analizler yapılmıştır.

3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli aşağıdaki gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

4. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında duygusal bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.

H2: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında devam bağlılığı açısından anlamlı farklılık vardır.

H3: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında normatif bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.

H4: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında genel örgütsel bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.

5. Örgütsel Bağlılık Kavramı

1970'li yıllardan bugüne kadar olan süreçte örgütsel bağlılık kavramı örgütsel davranış disiplininde önemli kavramlardan biri olmuştur. Hatta bu kavram örgütün başarısında kilit öge olarak kabul edilmiştir. Örgütsel bağlılık kavramı, örgütlerde performans ve

verimliliğin arttırılmasında önemli role sahiptir. Literatür incelendiğinde örgütsel bağlılık kavramı ve çalışanların örgüte bağlılığı ile ilgili birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Örgütsel bağlılık, çalışanların başarısı, üretkenliği ve güdülenmesi üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. İnsan kaynağının öneminin artması ile bu kavrama olan ilgi giderek artmıştır ve gelecek yıllarda da ilginin devam edeceği görülmektedir (Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:1-2; Ada vd., 2008: 496; Özkalp ve Kırel, 2013: 664).

Örgütsel bağlılık ile ilgili bazı tanımlamalar şu şekildedir:

Örgütsel bağlılık, bireyin hedeflerinin çalıştığı kurumun hedefleri ile özdeşleştiği ve bu hedefleri gerçekleştirmek için gereğinden fazla çaba göstererek o kurumda kalma isteğidir (Mowday, Steers & Porter, 1979: 225).

Örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştığı kuruma sadakatinin davranışlarına yansımadır ve kurum çalışanlarının sürekli başarı ve esenliklerini konusundaki endişelerini dile getirdiği sürekliliği olan bir süreçtir (Luthans, 2011).

Çalışanın maddi kaygılar gütmeyen, duygusal yönden örgütte kalmak isteyerek, örgütün amaç ve değerlerini benimseyip özdeşleşmesidir (Gaether & Nollen, 1989:976).

Bağlılık kavramı, bağlı olduğun şeyi özümseyerek ona faydalı olma davranışlarında bulunmaktır. Örgütsel bağlılık ise, örgütün amaç, ilke ve değerlerini benimseyip uyarak gönülden üzerine düşeni yapmaktır (Tutar, 2007:104).

Örgütsel bağlılık, çalışanın çalışmakta olduğu işletmeye olan sadakati ve ilgisidir (Turunç, Coşkun ve İçdem, 2018:2414).

Örgütsel bağlılık, çalışanın örgütün amaçlarını benimseyerek çaba göstermesi ve örgütte kalma isteğidir (Esmer ve Yüksel, 2017:261).

Örgütsel bağlılık, çalışan ile örgüt arasındaki bağıdır. Başka bir deyişle örgütün başarılı olabilmesi için çalışanın örgüte duyduğu sadakat duygusudur. Örgütsel bağlılık, çalışanın verimini arttırdığı gibi çalışanların işe geç gelmelerini, devamsızlığını ve işten ayrılma düşüncelerini azaltmaktadır (Bayram, 2005:125).

Meyer ve Allen'in (1991) yapmış olduğu araştırmada ise örgütsel bağlılığın psikolojik yönü ele alınmıştır. Onların görüşüne göre örgütsel bağlılık, çalışanların örgütlerine psikolojik yaklaşımını ifade eder. Bu yaklaşım, çalışan ve örgüt arasındaki ilişkiyi gösterir ve çalışanın örgüt üyeliğine devam edip etmeme yönünde karar almasını sağlar. Aynı zamanda bu bağlılık çalışanın örgüte inancını, sadakatini ve işe katılımını da içermektedir. Örgütsel bağlılık, çalışanın çalıştığı işyerine karşı geliştirmiş olduğu ilişkisinin sağlamlığıdır. Bu sağlamlığın gücü, örgütün verimliliğini ve performansını olumlu yönde etkiler. Aynı şekilde bağlılık, örgütte istenmeyen olumsuz davranışların da (işte devamsızlık, işten ayrılma, tatminsizlik vb.) azalmasını sağlar ve böylece verimlilik, işgücü kaybı, ürün ve hizmet kalitesine de etkiler. (Baysal ve Paksoy, 1999)

Meyer ve Allen, (1991) örgütsel bağlılık kavramını üç farklı şekilde tanımlamıştır: Örgüte duygusal bir ilgi olarak bağlılık, örgütten ayrılmanın algısal bir bedeli olarak bağlılık ve örgütte kalmaya zorunluluk olarak bağlılık. Bağlılığın bu üç biçimin sırasıyla duygusal, devam ve normatif bağlılık olarak kavramlaştırmıştır. Örgüt üyeliğini devam ettirme veya ettirmeme kararını etkileyen ve örgütle

çalışanın ilişkisini karakterize eden bu üç yaklaşım örgütsel bağlılıkta yaygın olarak kullanılır. Ancak, bağlılığın her bir çeşidi için psikolojik ifadenin doğası oldukça farklıdır. Güçlü bir duygusal bağlılıkla çalışanlar bunu istedikleri için, güçlü bir devam bağlılığıyla çalışanlar ihtiyaçları olduğu için ve güçlü bir normatif bağlılıkla çalışanlar bunu yapmaları gerektiğini düşündükleri için örgütte kalırlar (Meyer vd., 1993: 539). Bu üç bağlılık türü iş üzerindeki davranış ve performansta farklılık oluşturabileceği için bağlılığın olmadığı durumlarda işten ayrılmalara sebebiyet verebilecektir. Özellikle duygusal bağlılık ve az da olsa normatif bağlılık iş performansı ve örgütsel vatandaşlık ile olumlu ilişkilidir. Buna karşın devam bağlılığının alakasız veya olumsuz ilişkili olması beklenebilir. (Meyer & Allen, 1997).

1955 yılında bağlılık kavramını ilk inceleyenlerden bir olan Harold Guetzkoy ise bağlılığı “ kişiyi belli bir düşünceye, kişiye veya gruba karşı önceden hazırlayan bir davranış ” olarak tanımlamıştır (Yazıcıoğlu ve Topaloğlu, 2009:6).

Bütün bu tanımlamalara bakıldığında; örgütsel bağlılığı çalışanın işyerine karşı duyduğu bir uçta içten gelen, samimi, gönülden ve tüm benliği ile örgüte kendini adama diğer tarafta içten veya dışardan gelen bir zorunluluk nedeniyle örgüte sadık kalma güdülerinin etkisiyle örgütte karşı olan bağlılık olarak tanımlayabiliriz.

5.1 Duygusal Bağlılık

Duygusal bağlılık çalışanların iş tatminleri ve örgütsel adalet gibi iş tecrübeleri ile gelişmektedir (Güney, 2015:290). Duygusal bağlılıkta çalışanlar örgüte gereksinim duydukları için değil kendi istekleri doğrultusunda bağlanmaktadır (Balay, 2014:27).

Örgütlerde duygusal bağlılık şu dört faktörün gelişmesiyle oluşmaktadır; kişilik özellikleri, işin özellikleri, iş tecrübesi ve yapısal özellikler (Allen & Meyer, 1990:4). Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, buldukları örgütün daha iyi olması için kendilerinin yararına olan bazı durumlardan fedakârlık edip, örgütün lehine çalışmaktadır (Kara, 2015:9). Duygusal bağlılıkta zorunluluk yoktur, istek vardır (San ve Yalçıntaş, 2017:505). Duygusal bağlılık, örgütsel bağlılık unsurlarından işveren tarafından en sevilen ve çalışanların örgüte en çok bağlı olduğu unsurdur (Bayram, 2005:132). Duygusal bağlılık aynı zamanda iş performansını ve örgütsel vatandaşlık davranışını en yüksek seviyeye çıkartan bağlılık türüdür (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013:71). Duygusal bağlılığa sahip olan çalışan örgütün başarısını kendi başarısıymış gibi kabullenip bu başarı ile gurur duymaktadır (Hacıoğlu, 2014:12).

Duygusal bağlılıkta çalışan, örgütün değerlerini koşulsuz kabullenir ve kendisini örgütünün bir parçası olarak hisseder. Bu, birey için istenen ve beklenen bir “mutluluk” durumudur. Aynı şekilde örgüt de, bireyin duygusal olarak örgütüne olan bağlılığını önemser. Bireyin örgütsel bağlılığının kuvvetli olması, o kişinin kendi istediğiyle örgütte bulunması demektir. (Tunçbilek & Kaya, 2020: 35)

5.2. Devam Bağlılığı

Bu bağlılık türünde çalışanlar örgüte vermiş olduğu emeğin bir karşılığı olarak örgütte kalmayı tercih eder. Devam bağlılığı, çalışanların örgüte maddi yönden bağlılığıdır (Luthans, 2011). Çalışanların örgüte harcamış olduğu vakit, çaba, emek ve performansı ile bunun bedeli olarak kazandıkları kariyer, para ve konum gibi menfaatleri örgütten ayrıldığında kaybetme düşünce ve endişesiyle

devam bağlılığı ortaya çıkar. Bu bağlılıkta birey, ayrılmak istese de örgütü bırakmamaktadır. Çünkü örgütten ayrılmak onu maddi açıdan kayba uğratacak ve çeşitli zorluklar ile karşı karşıya gelmesine yol açacaktır. (Tunçbilek & Kaya, 2020: 35)

Çalışanın örgütte hazinazırda almış olduğu fayda ile örgütten ayrıldığındaki fayda kıyaslandığında örgütte kalma daha avantajlı ise bu bağlılık türü oluşmaktadır. Bu tür bağlılığa sahip çalışanların arasında sergilediği olumsuz davranışlar yöneticiler için sorun oluşturabilmektedir (Ada, Alver ve Atlı, 2008: 501). Devam bağlılığında gereklilikler etkili olmaktadır (San ve Yalçıntaş, 2017: 505). Hacıoğlu (2014:13)'e göre, alt düzeyde iş performansı gösteren bu çalışanlar örgütler tarafından pek istenmemektedir. Devam bağlılığı ile örgüte bağlılıkta duyguların rolü azdır (Abosrra, 2017:41). Uzun süredir aynı örgütte çalışan ile kısa süredir çalışan kişilerin örgütler arasındaki bağ farklıdır. Uzun süredir örgütte çalışan kişilerin elde etmiş olduğu tecrübe ve örgütler arasındaki bağ örgütten ayrılmalarını zorlaştırmaktadır.

Çalışanlardaki devam bağlılığın oluşmasındaki faktörler ise şu şekildedir (Zencirkıran ve Keser, 2018:276):

- Çalışan bulunduğu örgütteki saygınlık ve mevki kaybı yaşamak istememe.
- Kıdem tazminatı hakkını kaybetmek istememe
- Çalışanın örgütten ayrıldıktan sonra aynı imkânlarla sahip iş bulamaması veya işsiz kalma düşüncesi

Örgütlerde devam bağlılığı iki faktörün gelişmesiyle gerçekleşmez. Bu faktörler; çalışanların örgüte yaptıkları

yatırımların büyüklüğü veya sayısı, yeni iş alternatiflerinin azlığıdır (Allen ve Meyer, 1990: 4).

5.3 Normatif Bağlılık

Normatif bağlılıkta çalışan, örgüte olan sadakatinde ahlaki olarak bir zorunluluk hissiyle örgüte bağlıdır (Doğan ve Kılıç, 2007: 47). Normatif bağlılığın oluşmasında kültürel ve sosyal baskıların etkileri büyüktür. Normatif bağlılık davranışı yükümlülük hissetmekle ortaya çıkmaktadır (Ada vd., 2008:501). Çalışanın kendini örgüte karşı borçlu hissetmesinin nedeni maddi kaygılar değil, ahlaki, kültürel ve sosyal çevre baskısıdır. Bu nedenle çalışan örgüt ortamından memnun olmasa dahi yeni iş arayışına girmemektedir (Zencirkıran ve Keser, 2018:277).

Çalışan, örgütü yüzüstü bırakmak istemediğinden örgütte çalışmaya devam etmektedir (Özdemir ve Cemaloğlu, 2017: 241). Kişinin kendisinin örgütte kalmasının mecburiyetine inanmasının nedeni de içinde bulunduğu çevrenin sosyal baskıları, kültürel birikimler ve sosyalleşme aşaması sonucunda elde ettiği deneyimlerdir (Çöllü ve Summak, 2010:277).

Diğer bağlılık türlerinden farklı olarak normatif bağlılık toplum kültüründen, normlardan, bireyin örgüte girmeden önceki tecrübelerinden, iş ve aile çevresinden etkilenmektedir. Bu bağlılık türünde çalışanlar toplumun ahlaki değerleri ile örgütün ahlaki değerlerinin örtüşmesi ile örgüte bağlılık duymaktadır (Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010: 6; Usta, 2012:48). Normatif bağlılık ailevi, kültürel ve örgütsel sosyalleşmenin bir neticesi olarak örgütsel kuralların yerleşmesine dayanmaktadır. Bu nedenle bireysel ve örgütsel

çalışanlarda duygusal bağlılıkta olduğu gibi normatif bağlılığın da olumlu etkileri vardır (Wasti, 2002: 526)

Özetle, örgütte çalışanlar sırf kendileri istedikleri için çalışıyorsa duygusal bağlılığı yüksek; ihtiyacı olduğu için çalışıyorsa devam bağlılığı yüksek; ahlaki, kültürel, sosyal çevre baskısı gibi yükümlülüklerinden dolayı çalışıyorsa normatif bağlılığı yüksektir (Allen & Meyer, 1990: 3).

6. Örgütsel Bağlılık ile Demografik Özelliklerin İlişkisi

Çöl ve Gül (2005)'in akademisyenler ile yaptığı çalışmada, eğitim düzeyinin artması ile devam bağlılığında azalma olduğu görülmüştür. Yalçın ve İplik (2005)'in otel çalışanlarıyla yaptığı çalışmada, yaş ilerledikçe ve eğitim seviyesi arttıkça örgütsel bağlılığın azaldığı görülmüştür. Özcan (2008)'in yaptığı çalışmada, eğitim düzeyi üniversiteden az olan çalışanların örgütsel bağlılığı yüksek bulunmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça bağlılığın azaldığı görülmüştür. Yazıcıoğlu ve Topaloğlu (2009)'un yaptığı çalışmaya göre ilköğretim mezunlarının örgütsel bağlılıkları lisans mezunlarından yüksek bulunmuştur.

Gündoğan (2009)'un banka çalışanları ile yaptığı çalışmasında, erkek çalışanların devam bağlılıklarının ve normatif bağlılıklarının kadın çalışanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmaya göre evli çalışanların duygusal bağlılıkları bekar çalışanlara göre daha yüksek; devam bağlılığı ve normatif bağlılık ile medeni durum arasında ilişki bulunamamış; 41 yaş ve üzeri yaş grubu çalışanların duygusal bağlılıkları, 18-40 yaş grubundaki çalışanların devam bağlılıklarının yüksek olduğu görülmüştür.

Karataş ve Güleş (2010)'un yaptığı araştırmada, kıdemin ve yaşın örgütsel bağlılık üzerinde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Usta (2012)'in sağlık çalışanlarıyla yaptığı araştırmada, erkek çalışanların örgütsel bağlılıklarının kadın çalışanlara göre yüksek olduğu ve evli çalışanların bekâr çalışanlara göre örgüte olan bağlılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bozkurt ve Yurt (2013)'ün akademisyenler ile yaptığı çalışmada, evli bireylerin duygusal bağlılıklarının yüksek olduğu ve işe yeni başlayanlar ile 11 yıl üzerinde çalışanların normatif bağlılıklarının yüksek olduğu görülmüştür.

San ve Yalçıntaş (2017)'in yaptığı araştırmada, eğitim düzeyi lise ve altı olan çalışanların normatif ve genel örgütsel bağlılığı yüksek bulunmuştur.

Öztürk (2018)'in sağlık çalışanları ile yaptığı çalışmada, örgütsel bağlılığın erkek bireylerde kadın bireylerden yüksek olduğu, evli bireylerin de örgütsel bağlılıklarının bekar bireylerden yüksek olduğu bulunmuştur. Sağlık çalışanlarının kurumdaki çalışma süresinin artması ile de örgütsel bağlılıklarının değişmediği görülmüştür.

Tarcan ve arkadaşlarının (2019) yaptığı çalışmada, erkeklerin kadınlara göre daha fazla duygusal bağlılığa sahip olduğu; evlilerin duygusal bağlılıkla, bekârların ise devam bağlılığı ile bağlı olduğu ve lisansüstü eğitilmiş çalışanların normatif bağlılıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

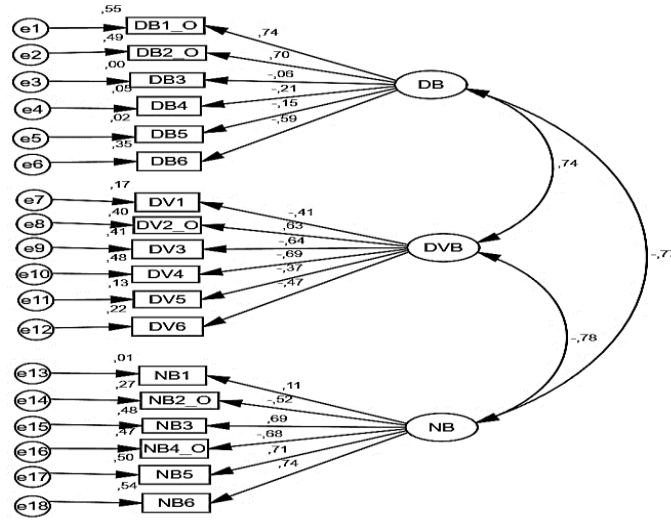
Araştırmalardan da görüldüğü üzere demografik değişkenlerle örgütsel bağlılık arasında üzerinde tamamen hem fikir olmuş bir sonuç olmamakla birlikte genelde demografik özelliklerin

örgütsel bağlılığı etkilediği söylenebilir. Sendika üyeliği ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide sendika üyeliğinin iş stresinde aracılık ilişkisini inceleyen Turunc vd. (2018) sadece devam bağlılığının iş stresinde aracılık rolünün olduğunu tespit etmiştir. Özellikle sendikalı ve sendikalı olmayan çalışanlar açısından örgütsel bağlılığı inceleyen bir araştırmaya rastlayamadığımız için bu araştırmanın literatüre katkısı olacağı kanaatindeyiz.

7. Bulgular

7.1. Araştırma Ölçeğinin Yapısal Geçerliliği

Araştırmada Allen & Meyer (1990) tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeği kullanıldığından doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde AMOS yazılımı kullanılmıştır. İncelenen yapıda duygusal bağlılık boyutu için 6, devam bağlılığı boyutu için 6, normatif bağlılık boyutu için 6 madde ölçekte yer almaktadır. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin AMOS analiz çıktısı Şekil 2’de gösterilmiştir.



CMIN=1146,462; DF=132; CMIN/DF=8,685; p=,000; RMSEA=,101; CFI=,742; GFI=,833

Şekil 2: Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Duygusal Bağlılık (DB), Devam Bağlılığı (DVB) ve Normatif Bağlılık (NB) Alt Boyutlarına İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Literatürde sıklıkla ölçüt olarak kullanılan Ki-Kare Uyum İndeksi (Chi-Square Goodness), İyilik Uyum İndeksi (Goodness of Fit Index, GFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index , CFI), ve Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA) uyum indekslerine bakılmıştır (Dağlı, Elçiçek, Han, 2018:1771). CMIN/DF (χ^2/df) değeri için bazı kaynaklar 2 değerini kabul ederken bazı kaynaklar 5'i kabul etmektedir. RMSEA değeri için 0.03 ile 0.08 arası değerler, GFI değeri için eşik değer 0,90 veya 0,95 , CFI değeri için 0,95 değeri kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007; Rigdon, 1996; Bentler ve Bonnet, 1980 aktaran Yaşlıoğlu, 2017:81; Shevlin ve Miles, 1998; Wheaton vd.,1977).

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum kriterleri incelenmiş ve CMIN=1146,462 , DF=132 , $p<0,001$, CMIN/DF=8,685 , RMSEA=0,101 , CFI=0,742 , GFI=0,833 olarak elde edilmiştir. Tablo 1'de

ölçeğe ilişkin DFA'dan elde edilen değerler ve uyum indeks ölçütleri yer almaktadır. Elde edilen model uyum kriterleri istenilen sınırdan olmadığından dolayı modifikasyon indekslerine bakılmıştır. Bu indeks incelemesi sonucunda farklı faktörler altındaki değişkenlerin birbirleri ile bir kovaryans bağlantısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Uyum İndeksleri ve Ölçeğe İlişkin Model Uyum Değerleri

Uyum Değerleri	Model Uyum İyilik Değerleri	Kabul Şartı
Karşılaştırılmalı Uyum İndeksi (CFI)	0,742	CFI > 0,90
Ki-Kare Serbestlik Derecesi (χ^2/df)	8,685	$2 < \chi^2/df < 5$
İyilik Uyum İndeksi (GFI)	0,833	GFI > 0,90
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	0,101	$0.03 < RMSEA < 0,08$

Analizi yapılmış değişkenlere ilişkin standart yol katsayıları (β_1), standart olmayan yol katsayıları (β_2), p değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Ölçeğe İlişkin Yol Katsayıları

İfade	Yol	Faktör	β_1	β_2	S.E.	C.R.	P
DB1	<---	DB	0,740	1,194	0,074	16,186	<0,001
DB2	<---	DB	0,703	1,000			
DB3	<---	DB	-0,061	-0,297	0,199	-1,497	0,134
DB4	<---	DB	-0,213	-1,058	0,204	-5,186	<0,001
DB5	<---	DB	-0,152	-0,781	0,211	-3,711	<0,001
DB6	<---	DB	-0,591	-2,927	0,214	-13,664	<0,001
DV1	<---	DVB	-0,409	-1,971	0,208	-9,491	<0,001
DV2	<---	DVB	0,633	1,000			
DV3	<---	DVB	-0,638	-3,465	0,253	-13,695	<0,001
DV4	<---	DVB	-0,690	-3,531	0,244	-14,453	<0,001
DV5	<---	DVB	-0,367	-1,873	0,218	-8,609	<0,001
DV6	<---	DVB	-0,471	-2,442	0,228	-10,732	<0,001
NB1	<---	NB	0,113	0,164	0,057	2,854	0,004
NB3	<---	NB	0,693	0,984	0,058	16,856	<0,001
NB5	<---	NB	0,707	1,000			
NB2	<---	NB	-0,515	-0,212	0,017	-12,766	<0,001
NB4	<---	NB	-0,684	-0,275	0,017	-16,659	<0,001
NB6	<---	NB	0,735	1,000	0,056	17,763	<0,001

β_1 : Standardize edilmiş yol katsayıları, β_2 : Standardize edilmemiş yol katsayıları

Maddelere ilişkin normallik değerleri Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Normal Dağılım ve Çoklu Varyans

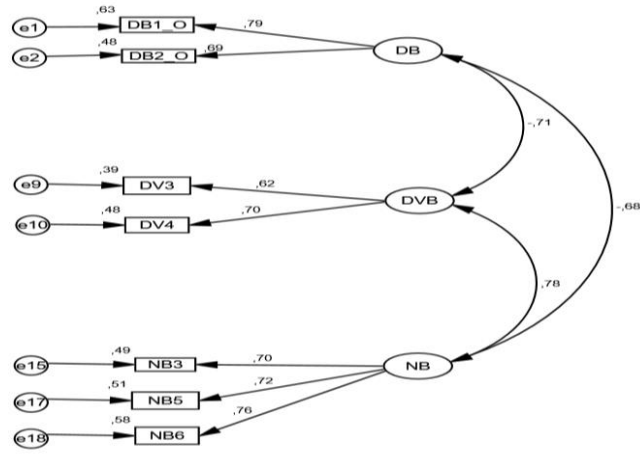
İfade	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
DB1	1,000	2,236	0,074	0,824	-1,044	-5,830
DB2	1,000	2,236	0,176	1,962	-0,701	-3,918
DB3	1,000	5,000	-0,046	-0,512	-0,939	-5,244
DB4	1,000	5,000	-0,172	-1,918	-1,028	-5,742
DB5	1,000	5,000	-0,064	-0,715	-1,087	-6,072
DB6	1,000	5,000	-0,310	-3,461	-0,904	-5,050
DV1	1,000	5,000	-0,813	-9,086	-0,109	-0,610
DV2	1,000	2,236	0,020	0,220	-0,959	-5,356
DV3	1,000	5,000	-0,103	-1,154	-1,119	-6,253
DV4	1,000	5,000	-0,271	-3,028	-0,930	-5,197
DV5	1,000	5,000	-0,139	-1,552	-0,982	-5,488
DV6	1,000	5,000	-0,025	-0,282	-1,027	-5,735
NB1	1,000	5,000	-0,009	-0,104	-1,144	-6,393
NB2	1,000	2,236	-0,032	-0,357	-0,859	-4,801
NB3	1,000	5,000	0,064	0,712	-1,052	-5,874
NB4	1,000	2,236	-0,088	-0,985	-0,737	-4,118
NB5	1,000	5,000	-0,075	-0,835	-1,050	-5,865
NB6	1,000	5,000	-0,170	-1,897	-0,946	-5,285
Çoklu varyans					63,196	32,228

Tablo 2’de belirtilen DB3, DB4, DB5, DB6, DV1, DV2, DV5, DV6, NB1, NB2, NB4 maddeleri ait oldukları ana değişkenle arasında negatif ilişki veya standardize edilmiş yol katsayıları 0,50’nin altında olduğu için analizden çıkarılmıştır.

Maddeler çıkarıldıktan sonra elde edilen sonuçlara göre uyum iyiliği değerleri $CMIN=42,583$, $DF=11$, $CMIN/DF=3,871$, $p<0,001$, $RMSEA=0,062$, $CFI=0,980$, $GFI=0,983$ ’tür. Bu da model uyumunun iyi olduğu anlamına gelmektedir. Model uyumuna ilişkin değerler Tablo 4’de modelin yapısı da Şekil 3’te gösterilmiştir.

Tablo 4: Modifikasyon Sonrası Uyum Değerleri

Uyum Değerleri	Model Uyum İyilik Değerleri	Kabul Şartı
Karşılaştırılmalı Uyum İndeksi (CFI)	0,980	CFI > 0,90
Ki-Kare Serbestlik Derecesi (χ^2/df)	3,871	$2 < \chi^2/df < 5$
İyilik Uyum İndeksi (GFI)	0,983	GFI > 0,90
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	0,062	$0,03 < RMSEA < 0,08$



Şekil 3: Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Duygusal Bağlılık (DB), Devam Bağlılığı (DVB) ve Normatif Bağlılık (NB) Alt Boyutlarına İlişkin Modifiye Edilmiş Doğrulayıcı Faktör Analizi

İyi uyumun sağlandığı analiz sonuçları Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 5: Modifikasyon Sonrası Yol Katsayıları

Madde	Yol	Faktör	β_1	β_2	S.E.	C.R.	P
DB1	<---	DB	0,792	1,295	0,093	13,966	<0,001
DB2	<---	DB	0,694	1,000			
NB3	<---	NB	0,697	0,978	0,061	16,124	<0,001
NB5	<---	NB	0,717	1,000			
DV3	<---	DVB	0,621	0,947	0,076	12,517	<0,001
DV4	<---	DVB	0,695	1,000			
NB6	<---	NB	0,759	1,018	0,060	17,039	<0,001

β_1 : Standardize edilmiş yol katsayıları, β_2 : Standart edilmemiş yol katsayıları

Tablo 5'e göre tüm maddeler oldukça anlamlı düzeyde modele katkı sağlamaktadır.

Modele ilişkin normal dağılım ve çokluyaryasyon değerleri Tablo 6'te verilmiştir.

Tablo 6: Modelin Normal Dağılım ve Çoklu Varyansı

İfade	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
DB1	1,000	2,236	0,074	0,824	-1,044	-5,830
DB2	1,000	2,236	0,176	1,962	-0,701	-3,918
DV3	1,000	5,000	-0,103	-1,154	-1,119	-6,253
DV4	1,000	5,000	-0,271	-3,028	-0,930	-5,197
NB3	1,000	5,000	0,064	0,712	-1,052	-5,874
NB5	1,000	5,000	-0,075	-0,835	-1,050	-5,865
NB6	1,000	5,000	-0,170	-1,897	-0,946	-5,285
Çokluyaryans					7,754	9,452

Tablo 6'ya göre Modelde çoklu varyans değeri 20'nin altında olduğu için doğrulayıcı faktör analizinin yapılabileceği ve Tablo 4'te verilen uyum değerlerinin kullanılabilceğini söyleyebiliriz.

7.2. Ölçeğin Güvenirliği

Örgütsel bağlılık ölçeğinin güvenirliliği için “ $0.00 \leq \alpha < 0.40$ =güvenilir değil, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ =düşük güvenirlilik, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ =oldukça güvenilir ve $0.80 \leq \alpha < 1.00$ =yüksek güvenirlilik” kriteri dikkate alınmıştır (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19). Ölçeğin Cronbach’s Alfa değerleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Güvenirlilik Analizi Bulguları

	Cronbach's Alfa
Duygusal Bağlılık	0,706
Devam Bağlılığı	0,602
Normative Bağlılık	0,769
Genel Bağlılık	0,648

Cronbach’s Alfa değerlerine bakıldığında $0.60 \leq \alpha < 0.80$ aralığındadır. Bu aralıktaki değer “oldukça güvenilir” olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle ölçekten elde edilen verilerin analizi yapılabilir.

7.3. Demografik Özelliklere Ait İstatistikler

7.3.1. Cinsiyet

Katılımcıların cinsiyet dağılımına ilişkin bilgiler Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Cinsiyet	Frekans	Yüzde(%)
Sendikasıız	Kadın	109	28,3
	Erkek	276	71,7
	Toplam	385	100
Sendikalı	Kadın	123	33,8
	Erkek	241	66,2
	Toplam	364	100

Tablo 8’de sendikasıız çalışanların büyük bir kısmını 276 kişi ve %71,7 oran ile erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Geri kalan kısmını ise 109 kişi ve %28,3 oranı ile kadınlar oluşturmaktadır.

Sendikalı çalışanlarında büyük bir kısmını 241 kişi ve %66,2 oranı ile erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Geri kalan kısmını da 123 kişi ve %33,8 oran ile kadın çalışanlar oluşturmaktadır. Her iki grupta da çoğunluğu erkek çalışanlar oluşturmaktadır.

7.3.2. Yaş

Tablo 9: Katılımcıların Yaş Dağılımları

	Yaş	Frekans	Yüzde(%)
Sendikasıız	30 yaş ve altı	145	37,7
	31-40 yaş	124	32,2
	41 yaş ve üzeri	116	30,1
	Toplam	385	100
Sendikalı	30 yaş ve altı	99	27,2
	31-40 yaş	192	52,7
	41 yaş ve üzeri	73	20,1
	Toplam	364	100

Tablo 9’a göre sendikasıız çalışanların büyük çoğunluğunu 145 kişi ve %37,7 oranı ile 30 yaş ve altı kişiler oluşturmaktadır. Bunu 124 kişi ve %32,2 oranı ile 31-40 yaş arası kişiler takip ederken ardından 116 kişi ve %30,1 oranı ile 41 yaş ve üzeri kişiler takip etmektedir.

Sendikalı çalışanların büyük çoğunluğunu ise 192 kişi ve %52,7 oranı ile 31-40 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. Bunu 99 kişi ve %27,2 oranı ile 30 yaş ve altı kişiler takip ederken ardından 73 kişi ve %20,1 oranı ile 41 yaş ve üzeri kişiler takip etmektedir.

7.3.3. Eğitim

Tablo 10: Katılımcıların Eğitim Düzeyi

	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde(%)
Sendikasız	İlkokul	65	16,9
	Ortaokul	77	20
	Lise	143	37,1
	Ön lisans	29	7,5
	Lisans ve üstü	71	18,4
	Toplam		385
Sendikalı	İlkokul	23	6,3
	Ortaokul	43	11,8
	Lise	209	57,4
	Ön lisans	51	14
	Lisans ve üstü	38	10,4
	Total		364

Tablo 10'a göre araştırmaya katılan sendikasız çalışanların büyük bir bölümünü 143 kişi ve %37,1 oranı ile lise mezunu çalışanlar oluşturmaktadır. Bunu 77 kişi ve %20 oranı ile ortaokul, 71 kişi ve %18,4 ile lisans ve üstü, 65 kişi ve %16,9 oranı ile ilkokul, 29 kişi ve %7,5 oranı ile ön lisans mezunları takip etmektedir.

Sendikalı çalışanların büyük kısmını 209 kişi ve %57,4 oranı ile lise mezunları oluştururken bunu 51 kişi ve %14 oranı ile ön lisans, 43 kişi ve %11,8 oranı ile ortaokul, 38 kişi ve %10,4 oranı ile lisans ve üstü, 23 kişi ve %6,3 oranı ile ilkokul mezunları oluşturmaktadır. İki örneklem grubunda da lise mezunları oranı en yüksektir.

7.4. Sendikalı Olma veya Olmama Durumuna Göre Örgütsel Bağlılık

7.4.1 Duygusal Bağlılık

Tablo 11: Duygusal Bağlılığın Gruplar Arası Farklılığı

		N	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	Levene Testi		T-Test	
					F	p	t	p
Duygusal Bağlılık	Sendikasız	385	1,6021	0,35841				
	Sendikalı	364	1,5066	0,29423	22,74	0,00	3,99	0,00

Tablo 11'e göre gruplar Levene testi sonucunun p değeri $<0,005$ olduğu için grupların varyansı eşit değildir. Bu nedenle varyansın eşit olmadığı t değerine baktığımızda burada 0,00 oldukça yüksek anlamlık seviyesinde sendikalı çalışanlarla sendikasız çalışanlar arasında algı farklılığı vardır. Grup ortalamalarına bakıldığında, sendikasız çalışanların grup ortalaması sendikalılara göre daha yüksektir. Buna göre "*H1: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında duygusal bağlılık boyutu açısından anlamlı bir farklılık vardır.*" hipotezi kabul edilmiştir.

7.4.2. Devam Bağlılığı

Tablo 12: Devam Bağlılığının Gruplar Arası Farklılığı

		N	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	Levene Testi		T-Test	
					F	p	t	p
Duygusal Bağlılık	Sendikasız	385	2,9558	1,05296				
	Sendikalı	364	3,4052	1,04839	0,174	0,677	-5,85	0,000

Tablo 12'ye göre Levene testinin anlamlılık değeri $>0,05$ olduğu için grup varyansları eşittir. Varyansların eşitliği durumunda t testinin

anlamlılık değerine bakıldığında $p=0,000$ olduğundan oldukça yüksek anlamlılık seviyesinde gruplar arasında devam bağlılığı algısı farklılığı vardır. Grup ortalamalarına bakıldığında sendikalı çalışanların ortalaması (3,4052) sendikasız çalışanlara göre (2,9558) daha yüksektir. Buna göre “H2: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında devam bağlılığı açısından anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

7.4.3. Normatif Bağlılık

Tablo 13: Normatif Bağlılığın Gruplar Arası Farklılığı

		N	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	Levene Testi		T-Test	
					F	p	t	p
Duygusal Bağlılık	Sendikasız	385	3,01	0,76649				
	Sendikalı	364	3,2028	0,84296	2,825	0,093	-3,279	0,001

Tablo 13'e göre Levene testinin anlamlılık değeri $>0,05$ olduğu için varyansları eşittir. Varyansları eşit olan t testine bakıldığında $p=0,001$ olduğundan gruplar arasında oldukça anlamlı farklılık vardır. Sendikalı çalışanların grup ortalaması (3,2028) sendikasız çalışanlara göre (3,01) daha yüksektir. Buna göre “H3: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında normatif bağlılık açısından anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

7.4.4. Genel Örgütsel Bağlılık

Tablo 14: Genel Örgütsel Bağlılığın Gruplar Arası Farklılığı

		N	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	Levene's Test		T-Test	
Örgütsel Bağlılık	Sendikasızsız	385	2,5527	0,59794	F	p	t	p
	Sendikalı	364	2,7436	0,61911	1,025	0,312	-4,293	0,000

Tablo 14'e göre Levene testinin anlamlılık değeri $>0,05$ olduğu için grupların varyansları eşittir. Varyansları eşit olan t testine bakıldığında $p=0,000$ olduğundan gruplar arasında oldukça anlamlı farklılık vardır. Sendikalı çalışanların grup ortalaması (2,7436) sendikasız çalışanlara göre (2,5527) daha yüksektir. Buna göre "*H4: Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında genel örgütsel bağlılık açısından anlamlı bir farklılık vardır.*" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 15: Hipotez Sonuç Tablosu

No	Hipotez	Durum
H ₁	Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında duygusal bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.	Kabul Edildi
H ₂	Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında devam bağlılığı açısından anlamlı farklılık vardır.	Kabul Edildi
H ₃	Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında normatif bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.	Kabul Edildi
H ₄	Sendikalı çalışanlar ile sendikasız çalışanlar arasında genel örgütsel bağlılık açısından anlamlı farklılık vardır.	Kabul Edildi

Sonuç

Araştırma sonucuna göre metal işkolunda sendikalı ve sendikasız çalışanların büyük çoğunluğunun erkek olduğu tespit edilmiştir. Metal işkolundaki işletmelerin ağır sanayi olarak değerlendirilmesinden dolayı kadın çalışanların çalışma alanı burada kısıtlıdır. Bu nedenle kadın çalışanların metal işkolu içerisinde oranı erkek çalışanlardan azdır.

Sendikalı çalışanlarda orta yaş çalışanlar çoğunlukta iken sendikasız çalışanlarda ise genç çalışanlar çoğunluktadır. Sendikalı işletmelerin genelde büyük ölçekli işletmeler olması, aynı zamanda sendika vasıtasıyla ekonomik ve sosyal olanaklarının da iyi olmasından dolayı çalışanların aksi bir durum olmadıkça emekli olana kadar bu işletmelerde çalışmaya devam etmesi veya belli bir deneyime sahip kişilerin bu işletmelerde tercih edilmesinden kaynaklı olabilmektedir. Sendikasız işletmeler ise çoğunlukla küçük ölçekli işletmeler olduğundan dolayı tecrübesi az veya yeni mezun genç bireyler, deneyim kazanmak ve kendini geliştirmek amacıyla bu tür işletmelerde çalışabilmektedirler.

Eğitim durumuna bakıldığında ise hem sendikalı hem de sendikasız çalışanlarda lise mezunu çalışanlar çoğunluktadır. Bunun nedeni; metal işkolu olduğundan dolayı işe alım kriteri olarak teknik lise mezunu istenmesi olabilir.

Sendikasız çalışanların duygusal bağlılıkları sendikalı çalışanlara göre daha yüksektir. Sendikasız çalışanlar çoğunlukla arada bir aracı bulunmadan doğrudan örgüt ile iletişim kurmaktadır. Bu nedenle örgütün çalışanlara iletmek istediği mesajlar bir filtrelemeye tabi tutulmadan muhabata iletiildiği için örgüt ile çalışan

arasındaki duygusal bağlılık daha fazla gelişiyor olabilir. Çalışanlar örgüt ile aralarında duygusal bağ kurmakta ve duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar örgütün sorunlarını kendi sorunuymuş gibi görerek bağlılık duymaktadırlar. Duygusal bağlılıkta çalışanlar kendilerinden fedakârlıkta bulunarak tamamıyla örgüte bağlıdırlar. İşverenlerin de en çok hoşnut olduğu çalışan tipi duygusal bağlılık ile örgüte bağlı olan çalışanlardır (Bayram, 2005).

Sendikalı çalışanların sendikasız çalışanlara göre örgüte hem devam hem de normatif bağlılık ile bağlı oldukları tespit edilmiştir. Sendika, örgüt ile çalışanlar arasında, daha çok çalışanlar lehine aracılık yapan bir roledir. Sendikalar daha çok ücret, fazla çalışma ücretleri, çalışma saatlerinin düzenlenmesi gibi daha çok maddi imkanların artırılması yönünde hareket ederler. Dolayısıyla çalışanların maddi menfaatle örgüte bağlı kalmaları devam bağlılığının gelişmesine neden olabilmektedir. Çalışanlar örgüt için verdiği emeklerin boşa gitmemesi, iş olanaklarının kısıtlı olması, buradaki olanakları başka bir yerde bulamayacağı düşüncesi ile zorunlu bir bağlılık yani devam bağlılığıyla örgüte bağlı olabilmektedir. Bu nedenle sendikalı örgütlerde devam bağlılığının sendikasızlara oranla daha yüksek olması normal karşılanabilir.

İşletmenin çalışan için yaptığı eğitim çalışmaları, çalışanın işveren ya da diğer çalışanlarla arasında iyi ilişkiler kurması minnet duygusu ile vicdanen kendini örgüte karşı sorumlu hissettiğinden normatif bağlılığı meydana getirmektedir. Birey isteyerek değil de işten ayrılmasının doğru bir davranış olmadığı düşüncesi ile örgüte bağlanmaktadır. Araştırma kapsamında düşünüldüğünde, zayıf bir

ihhtimal de olsa, normatif bağıllığın sendikalı örgütlerde daha yüksek olması sendikaya olan bağıllığın da bir sonucu olabilir.

Genel örgütsel bağıllığa bakıldığında sendikalı çalışanların örgütsel bağıllığı daha yüksek bulunmuştur. Sendikalar çalışanların ekonomik hak ve çıkarlarını korumak dışında çalışanların çalışma hayatının her alanında iyi olanaklar sağladığından sendikalı işletmelerin olanakları da iyileşmektedir. Bu nedenle sendikalı örgüt çalışanlarının örgüte bağıllığı sendikasızlara oranla daha yüksek olabilmektedir.

Kaynakça

Abosrra, A. O. (2017). The Effect of Job Involvement on Organizational Commitment. Karabük: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Ada, N., Alver, İ., & Atlı, F. (2008). Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Manisa Organize Sanayi Bölgesinde Yer Alan ve İmalat Sektörü Çalışanları Üzerine Yapılan Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 487-518.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organisation. *Journal of Occupational Psychology*, 63(63), 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x>

Balay, R. (2000). Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, 16(59), 125-139.

Bentler, P. M., & Bonnett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.

Bingöl, D. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta.

Bozkurt, Ö., & Yurt, İ. (2013). Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 121-139.

BTSO. (2022, Mart 9). <https://www.btso.org.tr/?page=bursaeconomy/sectorstructure.asp#:~:text=A%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1daki%20tabloda%20Bursa%20Ticaret%20ve,ile%20d%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BC%20s%C4%B1rada%20yer%20almaktad%C4%B1r>. Mayıs 2, 2022 tarihinde Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO): www.btso.org.tr adresinden alındı

Çöl, G., & Gül, H. (2005). Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri ve Kamu Üniversitelerinde Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 291- 306.

Çöllü, E. F., & Summak, M. E. (2010). Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Konya'da Bulunan Mali Müşavir Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 273-288.

Dağlı, A., Elçiçek , Z., & Han, B. (2018). Örgütsel Bağlılık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması:Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 1765-1777.

Doğan, S., & Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(29), 37-61.

Ersoy, S., & Bayraktaroğlu, S. (2010). Örgütsel Davranışta Güncel Konular. D. E. Özler (Dü.) içinde, Örgütsel Bağlılık (s. 1-19). Ekin Kitabevi.

Esmer, Y., & Yüksel, M. (2017). İş Yaşamında Örgütsel Bağlılık: Teorik Bir Çerçeve. *Akademik Bakış Dergisi*(62), 258-272.

Gaether, K. N., & Nollen, S. D. (1989). Career Experiences, Perceptions of Employment Practices and Psychological Commitment to the Organization. *Human Relations*, 42(11), 975-991.

George, D., & Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference. Boston: Pearson.

Gündoğan, T. (2009). Örgütsel Bağlılık:Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Uygulaması. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü.

Güney, S. (2015). Örgütsel Davranış (3.Basım b.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.

Hacıoğlu, S. (2014). Bir Örgütsel Bağlılık Türü Olarak Sendikal Bağlılık ve Bir Sendika Örneği. Bursa: *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*.

Kara, Z. (2015). Çalışanların Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Çalışma Motivasyonuna Etkisi ve Bir Araştırma. Eskişehir: *Eskişehir Osmanagazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*.

Karataş, S., & Güleş, H. (2010). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin İş Tatmini İle Örgütsel Bağlılığı Arasındaki İlişki. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 74-89.

Löle, A. (2012). Türk Basınında İş Tatmini ve Sendikalaşma İllintisi: Akşam Gazetesi Üzerine Bir İnceleme. İstanbul: *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*.

Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior* (Telfth Edition). Irwin: McGraw-Hill.

Meyer, J. P., & Allen, J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment In The Workplace Theory, Research and Application*. Sage Publication Inc. https://books.google.com.tr/books?id=jn4VFpFJ2qQC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>

Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee Organizational Linkages*. New York: Academic Press.

Özcan, E. B. (2008). *Örgütsel Bağlılık ve İş Değerleri Arasındaki İlişki:Adana İlinde Bir İnceleme*. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar İle İstatiksel Veri Analizi* 1. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Özdemir, S., & Cemaloğlu, N. (2017). *Örgütsel Davranış ve Yönetimi* (Cilt 2.Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel Davranış* (6. b.). Bursa: Ekin Yayınevi.

Öztürk, Y. K. (2018). Örgütsel Bağlılık ve Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Düzeyleri (Cerrahpaşa Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Rigdon, E. E. (1996). CFI versus RMSEA: A comparison of two fit indexes for structural equation modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 3(4), 369-379.

Sabuncuoğlu, Z., & Tüz, M. V. (2013). Örgütsel Davranış (5. b.). Bursa: Aktüel Yayınları.

San, İ., & Yalçıntaş, M. (2017). Örgütsel Adalet ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi* (16. ÜİK Özel Sayısı), 503-514.

Sekaran, U. (2003). *Business Research Methods: A Skill-Building Approach* (Cilt 4.Baskı). John Wiley&Sons.

Shevlin, M., & Miles, J. V. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25(1), 85-90.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.

Tarcan, G. Y., Yeşilaydın, G., & Karahan, A. (2019). Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İncelenmesi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(1), 157-180.

Tunçbilek, M. M., & Kaya, M. (2020). Otoriter, Demokratik ve Serbest Bırakıcı Liderlik ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Politics Economy and Management*, 3(2), 31-52. <https://dergipark.org.tr/pub/jopem/issue/58835/772484>

Turunc, Ö., Coşkun, M. B., & İçdem, U. (2018). İş Stresi Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Sendika Üyeliğinin Rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2411-2437. <https://doi.org/10.26466/OPUS.483350>

Tutar, H. (2007). Erzurum'da Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 97-120.

Urhan, B. (2005). Türkiye'de Sendikal Örgütlenmede Yaşanan Güven ve Dayanışma Sorunları. *Çalışma ve Toplum*, 1, 57-88.

Usta, I. (2012). Otel İşletmelerinde Ödüllendirmenin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Edirne: *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*.

Wasti, S. A. A. (2002). Affective and continuance commitment to the organization: Test of an integrated model in the Turkish context. *International Journal of Intercultural Relations*, 26(5), 525-550. [https://doi.org/10.1016/S0147-1767\(02\)00032-9](https://doi.org/10.1016/S0147-1767(02)00032-9)

Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. F. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136.

Yalçın , A., & İplik, F. N. (2005). Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri ile Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 395-412.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.

Yazıcıoğlu, İ., & Topaloğlu, I. G. (2009). Örgütsel Adalet ve Bağlılık İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 3-16.

Yıldız, D., & Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*(1), 14-28.

Zencirkıran, M., & Keser, A. (2018). Örgütsel Davranış. Bursa: Dora Yayınevi.