



BAYBURT
ÜNİVERSİTESİ
ISSN 2618-6195

İŞLETME
EKONOMİ
VE YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI
DERGİSİ

2024 (1)

JOURNAL OF
BUSINESS
ECONOMICS AND
MANAGEMENT
RESEARCH



BAYBURT
UNIVERSITY

İŞLETME EKONOMİ VE YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS
AND MANAGEMENT RESEARCH

Amaç ve Kapsam

İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Bayburt Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesinin resmi dergisidir.

Aims and Scope

Derginin temel amacı, sosyal veya beşerî bilimlerde bilimsel çalışmaları yayınlamaktır.

Yayınlanmak üzere dergiye gelen çalışmalar araştırma ve derleme türünde makaleler olabilir.

Derginin kabul ettiği makalelerin içeriği ampirik olabileceği gibi istatistiksel ve matematiksel modele sahip teorik bir çalışma da olabilir.

Sosyal bilimler kapsamında veya bu perspektife sahip tüm alanlardan akademik çalışmalar memnuniyetle karşılanmaktadır.

İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi yılda iki kez (Ocak ve Temmuz) yayınlanan hakemli bir dergidir.

Dergide yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Makalelerin yayım hakkı İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisine aittir.

Yıl
Year
2024

Cilt
Volume
7


Sayı
Number
1

e-ISSN
2618-6195

İŞLETME EKONOMİ VE YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS
AND MANAGEMENT RESEARCH


Baş Editör Editor in Chief

Adnan KARA 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik

Alan Editörleri Section Editors

Ali Rıza AĞ 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, İşletme

Mehmet BULUT 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Maliye

Ramazan SAYAR 
Dr.Öğr.Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik

Eda AYVACIK 
Dr.Öğr.Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İşletme

İsmail DURSUNOĞLU 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Ümit YILDIZ 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, İktisat

Seyil NAJIMUDINOVA 
Yrd.Doç., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Dil Editörü Language Editor

Erdemalp ÖZDEN 
Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi, İktisat

İstatistik Editörü Statistics Editor

Kübra ELMALI 
Dr.Öğretim Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İşletme

Yönetim Yeri ve Yazışma Adresi / Address
Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dede Korkut Kampüsü 69100/ Bayburt/ Türkiye
Tel: 0458 211 11 73

Web Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/baybem>

Eposta: baybem@bayburt.edu.tr

e-ISSN: 2618-6195



YAYIN VE DANIŞMA KURULU

Prof.Dr. Adem DURSUN	Atatürk Ünv.
Prof. Dr. Tevfik DALGIÇ	University of Texas
Prof.Dr. Metin COŞKUN	Anadolu Ünv.
Prof.Dr. Mehmet CİHANGİR	Osmaniye K.A. Ünv.
Prof. Dr. Çetin Kaya KOÇ	Univertsity of California Santa Barbara
Prof.Dr. Yücel AYRIÇAY	Sütçü İmam Ünv.
Prof. Dr. Jeff JOIREMAN	Washington State University
Prof.Dr. Erdiñç ALTAY	İstanbul Ünv.
Prof.Dr. Reşat Karcıoğlu	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Fatih Coşkun Ertaz	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Bener GÜNGÖR	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Bekir ELMAS	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Ömer Selçuk EMSEN	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Tevfik Şükrü YAPRAKLI	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Ömer Faruk İŞCAN	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Gülüzar Kurt GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Yusuf GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Nilgün KUTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Nevser Mine TÜKENMEZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Ferruh TUZCUOĐLU	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi Seil NAJİMUDİNOVA	Kırgısıztan Türkiye Manas Üniversitesi
Dr. Nurhoca AKBULAYEV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Öğr.Gör. Chau Thi Le DUYEN	Can Tho University
Öğr.Gör.Neriman HANAHMEDOV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi

TEŞEKKÜR

Bu dergi değerli hakemlerimizin katkılarıyla yayımlanmaktadır. İlgilerinden ve desteklerinden dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

BU SAYININ HAKEM KURULU

ÜNVANI	Hakemin Adı Soyadı	Üniversitesi
Prof.Dr.	Mustafa ÖZTÜRK	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof.Dr.	Kürşat ÖZDAŞLI	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr.	Fatma KORKMAZ	Yozgat Bozok Üniversitesi
Doç. Dr.	Emine ŞENER	Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	İlknur AYAR	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Dr.	Didem GEZMİŞOĞLU ŞEN	İstanbul Rumeli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Birsen ÖZALP	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Ömer Faruk OKTAR	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Tayfun GÜVEN	İstanbul Topkapı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Fatih GÖNÜL	Hakkari Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Elif ALAR ERKAL	Erzurum Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Muhammet DAŞTAN	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	Ahmet KÖSTEKÇİ	Fırat Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALESİ

RESEARCH ARTICLE

ETİK LİDERLİĞİN ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETLERİ FAALİYETLERİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECT OF ETHICAL LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: A RESEARCH ON ACCOMMODATION AND FOOD SERVICES ACTIVITIES EMPLOYEES

HÜSEYİN KARAGÖZ.....1- 18

COVID-19 SALGIN DÖNEMİNDE UZAKTAN EĞİTİMDE YAŞANAN SORUNLAR VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ

PROBLEMS EXPERIENCED IN DISTANCE EDUCATION DURING THE COVID-19 EPIDEMIC PERIOD AND ITS EFFECT ON STUDENT SATISFACTION

YASEMİN ÖZCAN KARAMAN NİL KONYALIAR.....19- 36

SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN SOSYAL ZEKÂ KAPSAMINDA İNCELENMESİ: AĞRI İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

EXAMINING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP WITHIN THE SCOPE OF SOCIAL INTELLIGENCE: A RESEARCH IN AĞRI CITY

ERCAN KESER, HİKMET SARI.....37-54

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ OKURYAZARLIĞI ve MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZ İLE İNCELENMESİ

ANALYSIS OF TECHNOLOGY READINESS AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE AVIATION INDUSTRY THROUGH BIBLIOMETRIC ANALYSIS

GÜLER YALVAÇ.....55-72

KUR KORUMALI MEVDUAT SİSTEMİ VE SONUÇLARI

EXCHANGE RATE PROTECTED DEPOSIT SYSTEM AND ITS CONSEQUENCES

FİKRET KARTAL.....73-95

DERLEME

REVIEW

BUILDING A CYBER SECURITY CULTURE FOR RESILIENT ORGANIZATIONS AGAINST CYBER ATTACKS

SİBER SALDIRILARA KARŞI DAYANIKLI ÖRGÜTLER İÇİN SİBER GÜVENLİK KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMU

CENK AKSOY96-110

ETİK LİDERLİĞİN ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETLERİ FAALİYETLERİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECT OF ETHICAL LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: A RESEARCH ON ACCOMMODATION AND FOOD SERVICES ACTIVITIES EMPLOYEES

Hüseyin KARAGÖZ¹ 

Öz

Çalışmanın amacı etik liderliğin, örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmektir. Liderlik tarzları, örgüt çalışanları ve onların davranışlarını yakından ilgilendiren bir parametre olarak kabul edilmektedir. Etik liderlik de son yıllarda popülerlik kazanmış bir liderlik tarzıdır. Bu bağlamda çalışmada örneklem olarak Karaman ilinde faaliyetlerini sürdüren otel çalışanları seçilmiş, ilgili 156 çalışanla yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Anket yoluyla toplanan veriler SPSS 27 programı vasıtasıyla analize tabi tutulmuş, verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeklerle ilgili güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmış, ilgili değerlerin oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu ön şartların sağlanmasından sonra veriler analize tabi tutulmuş, betimleyici ve diğer demografik bulgular paylaşılmıştır. Araştırma bulgularına göre etik liderlik, örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönde etkilemektedir. Çalışmanın literatüre daha fazla katkı sunabilmesi açısından çalışmanın konusunu oluşturan değişkenlerin demografik değişkenler açısından farklılıkları incelenmiştir. Yapılan farklılık analizleri sonucunda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin; yaşa, eğitim durumuna, çalışma yılına ve pozisyona göre farklılaşmakta olduğu bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik Liderlik, Örgütsel Özdeşleşme, Otel Çalışanları

Abstract

The aim of the study is to determine whether ethical leadership has an effect on organizational identification. Leadership styles are accepted as a parameter that closely concerns organizational employees and their behavior. Ethical leadership is a leadership style that has gained popularity in recent years. In this context, hotel employees operating in Karaman province were selected as samples in the study, and a face-to-face survey was conducted with 156 relevant employees. The data collected through the survey was analyzed using the SPSS 27 program and it was determined that the data was normally distributed. In addition, reliability and validity analyzes were carried out on the scales, and the relevant values were found to be quite high. This shows that the scales are reliable. After these prerequisites were met, the data was analyzed and descriptive and other demographic findings were shared. According to research findings, ethical leadership positively affects organizational identification. In order for the study to contribute more to the literature, the differences of the variables that constitute the subject of the study in terms of demographic variables were examined. As a result of the difference analysis, ethical leadership and organizational identification; It has been determined that it varies according to age, education level, working year and position.

Keywords: Ethical Leadership, Organizational Identification, Hotel Staff

¹Dr.Öğr.Üyesi,
huseyinkaragoz@kmu.edu.tr Karamanoğlu
Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı
Bilimler Yüksekokulu, 0000-0003-4981-
8156

Citation: Karagöz, H. Etik Liderliğin
Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi:
Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri
Faaliyetleri Çalışanları Üzerine Bir
Araştırma, İşletme Ekonomi ve Yönetim
Araştırmaları Dergisi, (2024) 7(1):1-18,
DOI:
<https://doi.org/10.33416/baybem.1371157>

1. GİRİŞ

Liderlik, izleyicilerini devamlı olarak beklenenden daha fazlasını başarmaya kanalize eden dönüşümsel bir süreç yönetimi olarak tanımlanmaktadır. İzleyicilerini istenen yönde etkileme becerisi olarak da tanımlanabilen liderlik kavramına ilişkin ortak bir tanım bulunmamakla birlikte liderlik; bir süreçtir ve belli etkiler içermelidir. Bunun yanında liderlikten bahsedebilmek için bir grubun varlığı söz konusu olmalıdır ve ortak hedeflere odaklanma gereklidir (Northouse, 2021). Literatür incelendiğinde birçok liderlik tarzı görülmektedir. Bunlardan birisi de etik liderliktir. Günümüz dünyasının teknolojik ve sosyal gelişimi etik liderlik tarzının önemini artırmıştır. Örgüt liderlerinin teknik ve yönetsel nitelikleri, iletişim becerileri ve etkileme becerilerinin yanında etik değerlere olan inancı da günümüzde önemli parametrelerdendir. 1990'lı yıllardan bu yana sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin hız kazandığı bilinmektedir. Bu değişim, klasik liderlik anlayışını geriye itmiş, merkezîyetçi bakış açısını, insan odaklı yaklaşıma dönüştürmüştür. İnsan odaklı yaklaşımın ön şartı ise ahlaki değerleri merkez almaktan geçmektedir (Akin, İş ve Anuştekin, 2023:887). Cranston, Enrich ve Kimber (2003)'e göre etik kavramı son yıllarda önem kazanmıştır. Etik, ahlaki değerlerle açıklanan bir kavramdır. Toplumu oluşturan belli etik değerler söz konusudur. Bu değerler, insan yaşamına yön vermektedir. Toplumsal hayatta insan davranışlarına yön veren bu değerler zaman içerisinde örgütler içerisinde de önem kazanmıştır. Bu etik değerlerin örgütlerde önemli yer tutması zaman içerisinde örgüt liderlerinin yönetsel faaliyetlerini de etkiler hale gelmiş, bu durum etik liderlik kavramını öne çıkarmıştır (Conaway ve Fernandez, 2000).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Greenberg (1990) etik liderliği, iyi olmak, iyi davranışları yaygın hale getirmek, samimi davranmak, örgüt bireylerine saygılı davranmak, örgütsel iletişimi çift yönlü ve etkili kılmak ve karar alma süreçlerinde demokratik olmak olarak tanımlamıştır. Ahlaki davranışların bilimi olarak anılan etik, bir felsefe ürünüdür. Bu kavramın kökeni 2500 yıl öncesine dayanmaktadır (Lennick ve Kiel 2005). Kavramın ilk temsilcisi Aristoteles, MÖ 322-387'de kavramı teorik felsefeden ayırmıştır. Buna göre etik, "nasıl davranmalı?", "nasıl yaşamalı?" sorularına cevap arayan insan fikirlerini analiz eden bir felsefe olgusudur (Aslan ve Sarıyıldız, 2022: 52). Etik liderlik, son yıllarda örgütlerin rekabet edebilirliği açısından önemli bir kriter haline gelmiştir (Khan, Ali, Olya, Zulqarnain ve Khan, 2018; Roeck ve Farooq, 2018). Örgütlerin küreselleşme yönünde davranış geliştirmesi kavramın önemini artırmıştır (Mishra ve Schmidt, 2018). Etik liderlik, "kişisel eylemler ve kişiler arası ilişkiler yoluyla normatif olarak uygun davranışın gösterilmesi ve bu tür davranışların çift yönlü iletişim, pekiştirme ve karar verme yoluyla takipçilere teşvik edilmesi" olarak tanımlanmaktadır (Brown, Trevino ve Harrison, 2005). "Normatif olarak uygun davranış" terimi, eylemlerinde sorumluluk, güvenilirlik, dürüstlük ve adalet gibi kişilik özelliklerine sahip olan etik liderlerin ahlaki unsurunu ifade etmektedir (Piccolo, Greenbaum ve Hartog, 2010). Örgütlerdeki etik liderler, etik davranışlar için ödül, etik dışı davranışlar için ceza uygulamak suretiyle çalışanları etik davranmaya yönlendirirler. Etik lider, başkalarının kararlarına ve görüşlerine saygılıdır. Onları karar alma süreçlerine dâhil ederler. Etik liderler, ahlâki değerlere bağlıdırlar ve dürüst kişilikleriyle ön plana çıkarlar (Sarwar, Ishaq, Amin ve Ahmed, 2020:2011). Etik liderler ahlâki davranışları yalnızca kendileri sergilemezler. Aynı zamanda örgüt çalışanlarına ahlâki davranışlara yönlendirirler, kurumdaki etik standartların yükselmesi adına çaba sarfederler. Örgüt içerisinde etik değerleri ihlal eden çalışanlara müsaade etmez, kendisi de bu konuda çalışanlara örnek rol modeldir. Örgütü ilgilendiren kararları alma hususunda ahlâkidir, kararların ortaya çıkaracağı olası sonuçları analiz etme konusunda da etik değerlere bağlıdır (Yıldız, Ekin, Arslan, Eroğlu ve Eroğlu, 2023:93). Etik liderler adil, dengeli ve yerinde karar veren, dürüst ve ilkeli kişilerdir. İzleyicileri ile iletişimi oldukça güçlüdür ve bu sayede onlarla etik konusunda sık sık görüş alışverişinde bulunurlar. Proaktif düşünme becerileri de olan etik liderler, etik hususlarda izleyicilerini devamlı beslerler (Brown ve Trevino 2006).

Çalışmanın bir diğer değişkeni olan örgütsel özdeşleşme, sosyal kimlik kuramı ile açıklanmaktadır. Kurama göre bireyler üyesi oldukları sosyal çevreyi dikkate almak suretiyle kendilerini tanımlamaktadırlar. Bu bağlamda kendilerini kategorize eder, değerlendirirler. Bu konumlandırma sayesinde sosyal kimliklerini edinirler. Özdeşleşme kavramı örgütler ile ilişkilendirildiğinde ise bireyin çalıştığı kuruluş ile ilgili değerler, inançlar ve tutumları kendisi ile bağdaştırması sonucu, kendisini oraya ait hissetmesi durumu ortaya çıkmaktadır (Carmeli, Gilat ve Waldman, 2007:974). Örgütsel özdeşleşme, bireyin mensubu olduğu örgüt ile kendisini tanımlaması, örgüt başarısının ya da başarısızlığının kendi başarısı ya da başarısızlığı olduğunu özümsemesi, kendisini örgütü ile iç içe hissetmesi ve oraya duyduğu aidiyet ile açıklanmaktadır (Mael ve Ashforth, 1992:104). Örgütlerin değişen ve sürekli gelişen dünyada varlıklarını sürdürebilmeleri için psikolojik faktörler günümüzde daha önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda çalışan sadakati ve bağlılığının sağlanabilmesi açısından bireyin örgütü ile özdeşleşmesi oldukça önemli görülmektedir. Örgütü ile özdeşleşmiş çalışanların iş performansları artmakta (Carmeli vd., 2007; Tyler, 1999; Liu, Loi ve Lam, 2011), yaptığı işten daha fazla keyif almakta, örgütsel bağlılıkları artmakta ve örgüte daha fazla katkı sunmaktadır (Erer, 2023:14). Örgütsel özdeşleşme, örgüt çalışanın örgütü ile bütünleşme algısıdır (Mael ve Ashforth, 1992). Çalışanın başarı motivasyonu konusunda

önemli parametre sayılan özdeşleşme, bireyin psikolojik olarak işe adaptasyonunu artırmakta, örgütü için fedakârlık konusunda onu cesaretlendirmekte ve teşvik etmektedir (Edwards, 2005). Sosyal kimlik kuramcıları (Tajfel ve Turner, 1985; Turner, 1982; Tajfel, 1982; Abrams ve Hogg, 1990; Abrams, 1992; Mael ve Ashforth, 1992), çalışanların bir sosyal topluluk ile özdeşleşme seviyesinin gruba mensubiyet açısından belli davranış eğilimlerini beraberinde getirdiğini ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda özdeşleşme, çalışanın kendisini grubun mensubu olarak algılaması, ait hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Mael ve Ashforth, 1992:104). Cheney (1983)'e göre, örgütsel özdeşleşme, “bireylerin kendilerini sosyal gruplarında olaylar ile birleştirdikleri aktif süreçtir”. Algısal bir kavram olarak tanımlanan örgütsel özdeşleşme, bireyin psikolojisi ve algılama biçimiyle ilgilidir. Kendi kaderi ile örgütünün kaderini bir gören çalışanlar örgütsel özdeşleşmeyi benimsemişlerdir.

3.LİTERATÜR TARAMASI

3.1 Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi

Alkan ve Arıkboğa (2017) araştırmalarında etik liderliğin örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlığa etkisini incelemiş, araştırma bulgularınca etik liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi artırdığını tespit etmişlerdir. Araştırmanın örneklemini 15 Aralık 2014 ile 15 Mart 2015 tarihleri arasında Türkiye Bankalar Birliği'ne üye İstanbul ilinde faaliyet gösteren mevduat bankalarındaki 424 banka çalışanı oluşturmuştur. Kılınç (2017) Nevşehir Belediyesi bünyesinde çalışan personeller üzerinde etik liderlik ve örgütsel özdeşleşme değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiş, ilgili örnekleme etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmiştir. Kuru (2020) ise araştırmasında etik liderlik, örgütsel özdeşleşme ve kişi örgüt uyumu değişkenlerini konu almış, örneklem olarak 2018 yılı İstanbul ilinde çalışan mavi yakalılarını seçmiştir. Çalışma bulgularına göre etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ilişki söz konusudur. Öte yandan Çakıroğlu ve Başpınar (2021) çalışmalarında etik liderliğin örgüt iklimi ve örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini konu almış, araştırma verilerine göre etik liderliğin her iki değişkeni de olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Araştırma örneklemini T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı merkez ve taşra teşkilatı teknik ve idari personeli oluşturmaktadır. Bunlara ek olarak Başar ve Basım (2015) araştırmalarında etik liderliğin iş tatmini ve örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini incelemiş, etik liderliğin her iki değişken üzerinde pozitif etki yarattığını tespit etmişlerdir. Araştırma verisi beyaz eşya sektöründe hizmet veren ve tek bir yöneticiye bağlı olarak çalışan 363 fabrika çalışanından anket yöntemi ile toplanmıştır. Kürü (2020) çalışmasında prosedürel adalet algısı, etik liderlik ve örgütsel özdeşleşme değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiş, ilgili araştırmada etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif yönlü ilişki bulgulanmıştır. Ek olarak Mostafa (2018) araştırmasında etik liderlik, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel özdeşleşme değişkenleri arasındaki ilişkiyi konu edinmiş, ilgili iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmiştir. Qian ve Jian (2020) çalışmalarında örgütsel sinizm, lider üye etkileşimi, etik liderlik ve örgütsel özdeşleşme kavramlarını ele almış ve literatürü destekler nitelikte sonuçlar elde etmiştir. Yani etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ilişki söz konusudur. Son olarak Costa vd. (2021) araştırmalarında ilgili değişkenler arasındaki ilişkiyi konu almış ve ilgili değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki tespit etmişlerdir.

Yabancı ve yerli literatür taramasında etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında genel olarak pozitif yönlü anlamlı ilişkiler görülmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: Etik liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ilişki vardır.

Çalışmanın literatüre daha fazla değer katabilmesi bakımından etik liderlik ve örgütsel özdeşleşme değişkenlerinin ilgili örnekleme temsil eden çalışanlar açısından cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, çalışma yılı ve pozisyonlarına göre farklılıklarının tespiti amacıyla aşağıdaki hipotezler eklenmiştir:

H2: Etik liderlik cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H3: Örgütsel özdeşleşme cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H4: Etik liderlik medeni duruma göre farklılaşmaktadır.

H5: Örgütsel özdeşleşme medeni duruma göre farklılaşmaktadır.

H6: Etik liderlik yaşa göre farklılaşmaktadır.

H7: Örgütsel özdeşleşme yaşa göre farklılaşmaktadır.

H8: Etik liderlik eğitime göre farklılaşmaktadır.

H9: Örgütsel özdeşleşme eğitime göre farklılaşmaktadır.

H10: Etik liderlik çalışma yılına göre farklılaşmaktadır.

H11: Örgütsel özdeşleşme çalışma yılına göre farklılaşmaktadır.

H12: Etik liderlik pozisyona göre farklılaşmaktadır.

H13: Örgütsel özdeşleşme pozisyona göre farklılaşmaktadır.

4. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, kapsamı ve sınırlılıkları, veri toplama araçları ve evren-örneklem verilerine yer verilecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın amacı etik liderliğin, örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini ölçmektir. Bu bağlamda çalışma, Karaman ilinde faaliyetlerini sürdüren otel çalışanlarını kapsamaktadır. Ataoğlu'nun (2022) hazırladığı İşgücü Piyasası Araştırması Karaman İli 2022 Yılı Sonuç Raporu'na göre ilgili ilde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektöründe istihdam olunan toplam çalışan sayısı 240'tır. Toplam çalışan sayısının fazla olmaması araştırma için bir kısıt sayılabilecektir. Diğer yandan Karaman'da faaliyet gösteren otel sayısının fazla olmayışı da araştırma verilerinin toplam beş otelden elde edilmesine sebebiyet vermiştir. Bu durum da bir diğer kısıt olarak düşünülebilir. Bu araştırma için Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan (Tarih: 22.09.2023; Karar: 14-2023/234) izin alınmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini Karaman ilinde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri yürüten işletme çalışanları oluşturmaktadır. İlgili evreni oluşturan çalışan sayısı 240'tır (Türkiye İş Kurumu İşgücü Piyasa Araştırması Karaman İli Raporu, 2022). Araştırma çerçevesinde ilgili evren içerisinde 156 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır.

4.3. Veri Toplama Araçları

Etik Liderlik Ölçeği: Veri toplama aracının ikinci bölümünde, Brown ve ark. (2005) tarafından geliştirilen ve geçerlilik güvenilirlik testleri yapılmış olan Etik Liderlik Ölçeği ile ölçülmüştür. Etik Liderlik ölçeği, 10 maddeden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında ilgili ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha=,998$ olarak ölçülmüştür.

Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği: Örgütsel özdeşleşme düzeylerini ölçmek için Mael ve Ashforth (1992) geliştirdiği örgütsel özdeşleşme ölçeği kullanılmıştır. Ölçek tek boyut ve 6 sorudan oluşmaktadır. Her iki ölçekteki ifadeler 5'li Likert tipi olarak hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında ilgili ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha=,997$ olarak ölçülmüştür.

Tablo 1

Araştırma Kapsamında Kullanılan Ölçekler

Değişken	Kod	Maddeler
ETİK LİDERLİK	EL1	Bu kurumda yöneticiler, çalışanların önerilerini dikkate alırlar.
	EL2	Bu kurumda yöneticiler, etik standartları ihlal eden çalışanlara yaptırım uygularlar.
	EL3	Bu kurumda yöneticiler, özel hayatını etik tarzda yürütürler.
	EL4	Bu kurumda yöneticiler, çalışanların fikirleriyle yakından ilgililenirler.
	EL5	Bu kurumda yöneticiler, adil ve dengeli kararlar verirler.
	EL6	Bu kurumda yöneticiler, güvenilir kişilerdir.
	EL7	Bu kurumda yöneticiler, çalışanlarla iş etiği veya değerlerini tartışırlar.
	EL8	Bu kurumda yöneticiler, işlerin etik bakımdan doğru biçimde nasıl yapılacağına ilişkin örnekler ortaya koyarlar.
	EL9	Bu kurumda yöneticiler, başarıyı sadece sonuçlarla değil, aynı zamanda süreçlerle de değerlendirirler.
	EL10	Bu kurumda yöneticiler, karar verirken "yapılacak doğru şey nedir?" diye sorarlar.
ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME	ÖÖ1	Biri çalıştığım kurumu tenkit eder/ ayıplarsa, bunu kişisel bir hakaret gibi hissederim.
	ÖÖ2	Çalıştığım kurum hakkında diğer insanların neler düşündüğü çok ilgimi çeker.
	ÖÖ3	Kurumum hakkında konuştuğum zaman "onlar" yerine "biz" kelimesini kullanırım.
	ÖÖ4	Çalıştığım kurumun başarısı benim başarımdır.
	ÖÖ5	Biri, çalıştığım kurumu metheder veya överse, bunu kişisel bir övgüymüş gibi hissederim.

ÖÖ6 Medyada, çalıştığım işyerine yönelik bir eleştiri yer aldığında kendimi kötü hissederim.

4.4. Araştırma Kapsamında Kullanılan Analitik Teknikler ve Analizler

Araştırma kapsamında toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılmak suretiyle SPSS 27 programı vasıtasıyla analize tabi tutulmuştur. Eksik ya da hatalı doldurulduğu tespit edilen anketler analize dâhil edilmemiştir. Verilerin değerlendirilmesine parametrik test yöntemlerinin uygulanabilmesi için örneklemin normal dağılım göstermesi gerektiği varsayılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2018:229). Elde edilen puanlar için dağılımların normal olup olmadığının tespiti maksadıyla verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri irdelenmiştir. Araştırma konusunu oluşturan değişkenlerin normal dağıldığını görebilmek adına skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerine bakılmıştır. George ve Mallery (2003)'e göre -2 ile +2 aralığındaki değerler normal dağılıma işaret etmektedir. Araştırmada kullanılan değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Normallığın sağlandığı görüldüğünden, verilerin analizinde parametrik yöntemler kullanılmıştır. Etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, çalışma yılı ve pozisyona göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için farklılık analizleri yapılmıştır.

Tablo 2

Skewness ve Kurtosis Değerleri

Değişken	Skewness	Kurtosis
EL	-1,441	0,531
ÖÖ	-1,435	0,470

Not: EL=Etik Liderlik, ÖÖ = Örgütsel Özdeşleşme, Çarpıklık=Skewness, Basıklık = Kurtosis

Basıklık ve çarpıklık verilerine istinaden yapılan analize ilave olarak normallik sınaması kapsamında Kolmogorov Smirnov uyum iyiliği testi de icra edilmiştir. Rastgele seçilen bir örneklem verisinin tekdüze, normal veya poisson gibi belirli bir dağılıma ne kadar uyup uymadığını test etmek için Kolmogorov Smirnov uyum iyiliği testi kullanılır (Akgül, 2005). Veri grubunun normallik dağılımı göstermesi için $p > .05$ olmalıdır (Pallant, 2005:57). Yapılan analiz neticesinde Kolmogorov Smirnov testi sonu anlamlılık değerlerin hepsi $p > .05$ olduğundan verilen normal dağıldığı sonucuna varılmıştır.

5. BULGULAR

Araştırma bulguları betimleyici istatistikler, farklılık analizleri başlıkları altından aşağıdaki bölümlerde incelenmiştir.

5.1. Betimleyici İstatistikler

Aşağıdaki tabloda ölçeklerin maddeler bazında ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır:

Tablo 3

Değişkenlerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	Min.	Max.	Ort.	S.S
ELGENEL	156	1	5	4,1615	1,3291
ÖÖGENEL	156	1	5	4,1538	1,355

Aşağıdaki tabloda demografik bilgiler ve diğer betimleyici veriler yer almaktadır:

Tablo 4

Demografik Bilgiler ve Diğer Betimleyici Veriler

		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsiyet	Kadın	48	30,8	30,8
	Erkek	108	69,2	100
	Toplam	156	100	
Medeni Durum	Evli	48	30,8	30,8
	Bekar	108	69,2	100
	Toplam	156	100	
Yaş	18-23	31	19,9	19,9

	24-29	80	51,3	71,2
	30-35	45	28,8	100
	Toplam	156	100	
Eğitim	İlkokul	2	1,3	1,3
	Lise	40	25,6	26,9
	Ön lisans	62	39,7	66,7
	Lisans	52	33,3	100
	Toplam	156	100	
Çalışma Yılı	1-3 yıl	72	46,2	46,2
	4-6 yıl	44	28,2	74,4
	7-10 yıl	40	25,6	100
	Toplam	156	100	
Pozisyon	Çalışan	58	37,2	37,2
	Alt düzey yönetici	60	38,5	75,6
	Orta düzey yönetici	32	20,5	96,2
	Üst düzey yönetici	6	3,8	100
	Toplam	156	100	

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılan katılımcılardan 48 kişi kadın, 108 kişi erkektir. Evli 48 kişi, bekâr 108 kişidir. Yaş grubunda ise 18-23 yaş grubunda 31 kişi, 24-29 yaş grubunda 80 kişi, 30-35 yaş grubunda 45 kişidir. İlköğretim grubunda 2 kişi, lise grubunda 40 kişi, önlisans grubunda 62 kişi, lisans grubunda 52 kişidir. Katılımcılardan 1-3 yıl 72 kişi, 4-6 yıl 44 kişi, 7-10 yıl 40 kişidir. Pozisyon grubunda ise çalışan 58 kişi, alt düzey yönetici 60 kişi, orta düzey yönetici 32 kişi, üst düzey yönetici 6 kişidir.

5.2. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Ölçeklerin güvenilirlik analizi için (Cronbach's Alpha = CA) iç tutarlılık değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. CA güvenilirlik değerleri 0,6 değerinden büyükse ölçeğin güvenilirlik düzeyi yüksektir (Akgül ve Çevik, 2003). Aşağıdaki tabloda Alpha değerleri gösterilmektedir. Dolayısıyla ölçeklerin güvenilir olduğu değerlendirilebilir.

Tablo 5

Alpha Değeri

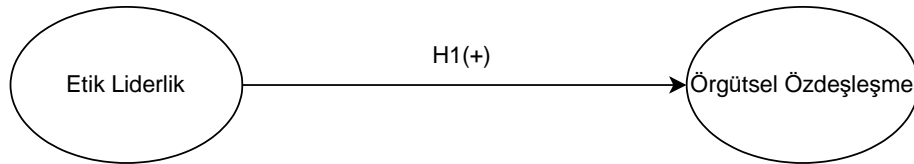
Değişken	Cronbach Alpha Değerleri
EL	0,998
ÖÖ	0,997

5.3. Hipotez Testleri

Aşağıda H1 hipotezi için kurulan araştırma modeli görülmektedir:

Şekil 1

H1 Hipotezi İçin Araştırma Modeli



Aşağıda tablo 6'da etik liderliğin örgütsel özdeşleşme puanlarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları görülmektedir:

Tablo 6

Etik Liderliğin Örgütsel Özdeşleşme Puanları Yordamasına İlişkin Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize olmayan Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.	R ²	F	Model Sig.
	B	Std. Hata	Beta					
(Sabit değer)	0,000	0,073		,003	,998			
Etik Liderlik	0,998	0,017	0,979	59,629	,000	0,958	3555,609	0,000

*Bağımlı Değişken:Örgütsel Özdeşleşme / Bağımsız Değişken: Etik Liderlik, Anlamlılık düzeyi: p<0,001

Tablo 6 incelendiğinde; etik liderlik puanlarının örgütsel özdeşleşme puanlarındaki varyansın %95,8'ini açıkladığı görülmektedir [F(1,154=3555,609); p<0,001]. Standartlaştırılmış beta katsayısı incelendiğinde, etik liderliğin, örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönlü, anlamlı ve güçlü düzeyde yordayıcı etkisinin olduğu bulunmuştur ($\beta = 0,98$ p<0,001).

Aşağıda farklılık analizleri kapsamında T testi ve Anova testleri gerçekleştirilmiştir:

Tablo 7

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Cinsiyete Göre Farklılığını Ölçmek Adına Bağımsız Gruplar Üzerinde Gerçekleştirilen T Testi

		Varyansların Eşitliği Testi		Ortalamaların Eşitliği için T testi						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Standart Hata farkı	%95 güven aralığında fark	
									en düşük	en yüksek
EL	Eşit varyansların kabulü	0,218	0,641	-0,332	154	0,740	-0,07685	0,23123	-0,53364	0,37993
	Eşit varyansların reddi			-0,333	90,652	0,740	-0,07685	0,23077	-0,53528	0,38157
ÖÖ	Eşit varyansların kabulü	0,039	0,845	-0,347	154	0,729	-0,08179	0,23573	-0,54746	0,38388
	Eşit varyansların reddi			-0,352	93,573	0,725	-0,08179	0,23215	-0,54276	0,37918

Tablo 7'de görüldüğü üzere etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede p değerleri 0,05'ten yüksek olduğundan cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısıyla H2 ve H3hipotezleri reddedilmiştir. Aşağıdaki tabloda cinsiyet bazlı ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir:

Tablo 8

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Cinsiyet Bazlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Cinsiyet	N	Ort.	S.S
EL	Kadın	48	4,1083	1,32823
	Erkek	108	4,1852	1,33499
ÖÖ	Kadın	48	4,0972	1,32168
	Erkek	108	4,179	1,37488

Aşağıdaki tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin medeni duruma göre farklılığını belirlemek üzere yapılan T testi analiz sonuçları gösterilmektedir:

Tablo 9

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Medeni Duruma Göre Farklılığını Ölçmek Adına Bağımsız Gruplar Üzerinde Gerçekleştirilen T Testi

		Varyansların Eşitliği Testi		Ortalamaların Eşitliği için T testi						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Standart Hata farkı	%95 güven aralığında fark	
									en düşük	en yüksek
EL	Eşit varyansların kabulü	4,666	,032	1,143	154	0,255	,26319	,23034	-,19183	,71822
	Eşit varyansların reddi			1,262	115,417	0,210	,26319	,20857	-,14992	,67631
ÖÖ	Eşit varyansların kabulü	2,966	,087	,953	154	0,342	,22415	,23512	-,24033	,68864
	Eşit varyansların reddi			1,019	106,267	0,310	0,22415	0,21996	0,21193	0,66023

Tablo 9’da görüldüğü üzere etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede p değerleri 0,05’ten yüksek olduğundan medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısıyla H4 ve H5 hipotezleri reddedilmiştir.

Aşağıdaki tabloda medeni durum bazlı ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir:

Tablo 10

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Medeni Durum Bazlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Medeni Durum	N	Ort.	S.S
EL	Evli	48	4,3437	1,09231
	Bekar	108	4,0806	1,41893
ÖÖ	Evli	48	4,3090	1,19395
	Bekar	108	4,0849	1,42053

Aşağıdaki tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin yaşa göre farklılığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları gösterilmektedir:

Tablo 11

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Yaşa Göre Farklılığını Test Etmek Adına Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ort.	F	p
EL	Gruplar Arası	36,175	2	18,088	11,646	0,000
	Gruplar İçi	237,634	153	1,553		
	Toplam	273,809	155			
ÖÖ	Gruplar Arası	33,989	2	16,994	10,376	0,000
	Gruplar İçi	250,597	153	1,638		
	Toplam	284,585	155			

Tablo 11’e göre bireylerin etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık, etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla H6 ve H7 hipotezleri kabul edilmiştir.

Aşağıda tabloda yaş bazında ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir:

Tablo 12

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Yaş Bazında Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Yaş	N	Ort.	S.S
EL	18-23	31	3,2161	1,73687
	24-29	80	4,3112	1,15835
	30-35	45	4,5467	0,96686
	Toplam	156	4,1615	1,3291
ÖÖ	18-23	31	3,2419	1,82414
	24-29	80	4,2896	1,14453
	30-35	45	4,5407	1,03667
	Toplam	156	4,1538	1,355

Bu analiz neticesinde ANOVA analiziyle ortaya konulan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını irdelemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizleri gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizi neticesinde hangi post-hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin uygulanacağını belirlemek adına aşağıda Tablo 13'te görüleceği üzere Levene Testi vasıtasıyla varyansların homojenliği kontrol edilmiş, homojen olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle, bu durumlarda kullanılan Games-Howell çoklu karşılaştırma tekniği ile devam edilmiştir.

Tablo 13

Yaş Göre Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmeye İlişkin Varyans Homojenlik Testi Sonuçları

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
EL	20,258	2	153	0,000
ÖÖ	24,659	2	153	0,000

Aşağıdaki tabloda Games-Howell testi sonuçları yer almaktadır:

Tablo 14

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Yaş Göre Farklılıkları Ölçmek Adına Yapılan Games-Howell Analizi

Bağımlı Değişken	(I) yaş	(J) yaş	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
EL	18-23	24-29	-1,0951*	0,26366	0,000	-1,7191	-0,4711
		30-35	-1,3305*	0,29089	0,000	-2,019	-0,6421
		24-29	1,0951*	0,26366	0,000	0,4711	1,7191
	24-29	30-35	-0,2354	0,23223	0,569	-0,785	0,3142
		18-23	1,3305*	0,29089	0,000	0,6421	2,019
		30-35	0,2354	0,23223	0,569	-0,3142	0,785
ÖÖ	18-23	24-29	-1,0476*	0,27076	0,000	-1,6885	-0,4068
		30-35	-1,2988*	0,29872	0,000	-2,0058	-0,5918
		24-29	1,0476*	0,27076	0,000	0,4068	1,6885
	24-29	30-35	-0,2511	0,23848	0,545	-0,8156	0,3133
		18-23	1,2988*	0,29872	0,000	0,5918	2,0058
		30-35	0,2511	0,23848	0,545	-0,3133	0,8156

*Anlamlı farklılık olan grupları simgelemektedir.

Tablo 14'e göre, ilgili katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede yaşa göre farklılıkları ölçmek adına yapılan games-howell analizi sonucunda söz konusu farklılığın etik liderlikte; (i) 18-23 yaş grubu ile 24-29 yaş grubu arasında 24-29 yaş grubu lehine; (ii) 18-23 yaş grubu ile 30-35 yaş grubu arasında 30-35 yaş grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Örgütsel özdeşleşmede ise söz konusu farklılığın; (i) 18-23 yaş grubu ile 24-29 yaş grubu arasında 24-29 yaş grubu lehine; (ii) 18-23 yaş grubu ile 30-35 yaş grubu arasında 30-35 yaş grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Aşağıdaki tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin eğitim durumuna göre farklılığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları gösterilmektedir:

Tablo 15

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Eğitim Durumuna Göre Farklılığını Test Etmek Adına Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ort.	F	p
EL	Gruplar Arası	71,850	3	23,950	18,025	0,000
	Gruplar İçi	201,960	152	1,329		
	Toplam	273,809	155			
ÖÖ	Gruplar Arası	73,493	3	24,498	17,640	0,000
	Gruplar İçi	211,092	152	1,389		
	Toplam	284,585	155			

Tablo 15'e göre etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin eğitim durumuna farklılaşıp, farklılaşmadığını ortaya koymak adına yapılan ANOVA testi neticesinde grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede p değerleri 0,05'ten düşük olduğundan anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla H8 ve H9 hipotezleri kabul edilmiştir.

Aşağıdaki tabloda eğitim bazında ortalama ve standart sapma değerleri ortaya konmuştur:

Tablo 16

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Eğitim Bazında Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Eğitim	N	Ort.	S.S
EL	İlkokul	2	3,0000	2,82843
	Lise	40	3,0700	1,67458
	Ön lisans	62	4,4177	0,93292
	Lisans	52	4,7404	0,78597
	Toplam	156	4,1615	1,32910
ÖÖ	İlkokul	2	2,9167	2,71058
	Lise	40	3,0417	1,70166
	Ön lisans	62	4,4570	0,93502
	Lisans	52	4,6955	0,85732
	Toplam	156	4,1538	1,35500

Bu analiz neticesinde ANOVA analiziyle ortaya konulan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını irdelemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizleri gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizi neticesinde hangi post-hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin uygulanacağını belirlemek adına aşağıda Tablo 17'de görüleceği üzere Levene Testi vasıtasıyla varyansların homojenliği kontrol edilmiş, homojen olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle, bu durumlarda kullanılan Games-Howell çoklu karşılaştırma tekniği ile devam edilmiştir.

Tablo 17

Eğitim Durumuna Göre Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmeye İlişkin Varyans Homojenlik Testi Sonuçları

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
EL	31,659	3	152	0,000
ÖÖ	29,630	3	152	0,000

Aşağıdaki tabloda Games-Howell testi sonuçları yer almaktadır:

Tablo 18

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Eğitim Durumuna Göre Farklılıkları Ölçmek Adına Yapılan Games-Howell Analizi

Dependent Variable	(I) eğitim	(J) eğitim	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
EL	ilkokul	lise	-0,07	0,8352	1,000	-2,2396	2,0996
		ön lisans	-1,41774	0,82811	0,321	-3,5689	0,7334
	lise	lisans	-1,74038	0,8306	0,159	-3,898	0,4172
		ilkokul	0,07	0,8352	1,000	-2,0996	2,2396

	ön lisans	-1,34774*	0,23377	0,000	-1,955	-0,7405
	lisans	-1,67038*	0,24242	0,000	-2,3001	-1,0406
önlisans	ilkokul	1,41774	0,82811	0,321	-0,7334	3,5689
	lise	1,34774*	0,23377	0,000	0,7405	1,955
	lisans	-0,32264	0,21675	0,447	-0,8857	0,2404
lisans	ilkokul	1,74038	0,8306	0,159	-0,4172	3,898
	lise	1,67038*	0,24242	0,000	1,0406	2,3001
	ön lisans	0,32264	0,21675	0,447	-0,2404	0,8857
ÖÖ	lise	-0,125	0,85387	0,999	-2,3431	2,0931
	ilkokul	-1,54032	0,84663	0,268	-3,7396	0,6589
	lisans	-1,77885	0,84917	0,159	-3,9847	0,427
	ilkokul	0,125	0,85387	0,999	-2,0931	2,3431
	ön lisans	-1,41532*	0,23899	0,000	-2,0362	-0,7945
	lisans	-1,65385*	0,24784	0,000	-2,2977	-1,01
ön lisans	ilkokul	1,54032	0,84663	0,268	-0,6589	3,7396
	lise	1,41532*	0,23899	0,000	0,7945	2,0362
	lisans	-0,23852	0,2216	0,704	-0,8142	0,3371
lisans	ilkokul	1,77885	0,84917	0,159	-0,427	3,9847
	lise	1,65385*	0,24784	0,000	1,01	2,2977
	ön lisans	0,23852	0,2216	0,704	-0,3371	0,8142

Tablo18'e göre katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede eğitime göre farklılıkları ölçmek adına yapılan games-howell analizi sonucunda söz konusu farklılığın etik liderlikte; (i) lise eğitim grubu ile önlisans eğitim grubu arasında önlisans eğitim grubu lehine; (ii) lise eğitim grubu ile lisans eğitim grubu arasında lisans eğitim grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Örgütsel özdeşleşmede ise söz konusu farklılığın; (i) lise eğitim grubu ile önlisans eğitim grubu arasında önlisans eğitim grubu lehine; (ii) lise eğitim grubu ile lisans eğitim grubu arasında lisans eğitim grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Aşağıda tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin çalışma yılına göre farklılığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonucu gösterilmektedir:

Tablo 19

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Çalışma Yılına Göre Farklılığını Test Etmek Adına Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ort.	F	p
EL	Gruplar Arası	18,345	2	9,173	5,494	0,005
	Gruplar İçi	255,464	153	1,670		
	Toplam	273,809	155			
ÖÖ	Gruplar Arası	17,255	2	8,627	4,938	0,008
	Gruplar İçi	267,331	153	1,747		
	Toplam	284,585	155			

Tablo19'a göre katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede çalışma yılına göre farklılaşıp, farklılaşmadığını ortaya koymak adına yapılan ANOVA testi neticesinde grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla H10 ve H11 hipotezler kabul edilmiştir.

Aşağıda tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin çalışma yılı bazında ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir:

Tablo 20

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Çalışma Yılı Bazında Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Çalışma Yılı	N	Ort.	S.S
EL	1-3 yıl	72	3,8264	1,54637
	4-6 yıl	44	4,2591	1,16386
	7-10 yıl	40	4,6575	,83877
	Toplam	156	4,1615	1,32910
ÖÖ	1-3 yıl	72	3,8241	1,57019
	4-6 yıl	44	4,2652	1,16712
	7-10 yıl	40	4,6250	,92969

Toplam	156	4,1538	1,35500
--------	-----	--------	---------

Bu analiz neticesinde ANOVA analiziyle ortaya konulan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını irdelemek maksadıyla tamamlayıcı post-hoc analizleri gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizi neticesinde hangi post-hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin uygulanacağını belirlemek adına aşağıda Tablo 21’de görüleceği üzere Levene Testi vasıtasıyla varyansların homojenliği kontrol edilmiş, homojenlik tespit edilememiştir. Bu nedenle, bu durumlarda kullanılan Games-Howell çoklu karşılaştırma tekniği ile devam edilmiştir.

Tablo 21

Çalışma Yılına Göre Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmeye İlişkin Varyans Homojenlik Testi Sonuçları

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
EL	16,671	2	153	0,000
ÖÖ	15,590	2	153	0,000

Aşağıdaki tabloda Games-Howell testi sonuçları yer almaktadır:

Tablo 22

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Çalışma Yılına Göre Farklılıkları Ölçmek Adına Yapılan Games-Howell Analizi

Bağımlı Değişken	(I) eğitim	(J) eğitim	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
EL	1-3 yıl	4-6 yıl	-0,4327	0,24726	0,190	-1,0179	0,1525
		7-10 yıl	-,83111*	0,25482	0,004	-1,4342	-0,228
	4-6 yıl	1-3 yıl	0,4327	0,24726	0,190	-0,1525	1,0179
		7-10 yıl	-0,39841	0,28229	0,338	-1,0665	0,2697
	7-10 yıl	1-3 yıl	,83111*	0,25482	0,004	0,228	1,4342
		4-6 yıl	0,39841	0,28229	0,338	-0,2697	1,0665
ÖÖ	1-3 yıl	4-6 yıl	-0,44108	0,25294	0,192	-1,0397	0,1576
		7-10 yıl	-,80093*	0,26067	0,007	-1,4179	-0,184
	4-6 yıl	1-3 yıl	0,44108	0,25294	0,192	-0,1576	1,0397
		7-10 yıl	-0,35985	0,28878	0,428	-1,0433	0,3236
	7-10 yıl	1-3 yıl	,80093*	0,26067	0,007	0,184	1,4179
		4-6 yıl	0,35985	0,28878	0,428	-0,3236	1,0433

*Anlamlı farklılık olan grupları simgelemektedir.

Tablo22’ye göre katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede çalışma yılına göre farklılıkları ölçmek adına yapılan games-howell analizi sonucunda söz konusu farklılığın etik liderlikte; (i) 1-3 çalışma yılı grubu ile 7-10 çalışma yılı grubu arasında 7-10 çalışma yılı grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Örgütsel özdeşleşmede ise söz konusu farklılığın; (i) 1-3 çalışma yılı grubu ile 7-10 çalışma yılı grubu arasında 7-10 çalışma yılı grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Aşağıda tabloda etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin pozisyona göre farklılığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonucu gösterilmektedir:

Tablo 23

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Pozisyona Göre Farklılığını Test Etmek Adına Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ort.	F	p	
EL	Gruplar Arası	76,196	3	25,399	19,536	0,000
	Gruplar İçi	197,614	152	1,300		
	Toplam	273,809	155			
ÖÖ	Gruplar Arası	77,535	3	25,845	18,973	0,000
	Gruplar İçi	207,051	152	1,362		
	Toplam	284,585	155			

Tablo 23’e göre katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede pozisyona göre farklılaşıp, farklılaşmadığını ortaya koymak adına yapılan ANOVA testi neticesinde grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede anlamlı bulunmuştur. Bu bağlamda H12 ve H13 hipotezleri kabul edilmiştir.

Aşağıda tabloda etik liderliğin örgütsel özdeşleşmenin pozisyon bazında ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir:

Tablo 24

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Pozisyona Göre Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri

	Pozisyon	N	Ort.	S.S
EL	Çalışan	58	3,2793	1,66151
	Alt düzey yönetici	60	4,5167	,80658
	Orta düzey yönetici	32	4,9375	,24593
	Üst düzey yönetici	6	5,0000	,00000
	Toplam	156	4,1615	1,32910
ÖÖ	Çalışan	58	3,2586	1,67517
	Alt düzey yönetici	60	4,5333	,86727
	Orta düzey yönetici	32	4,9063	,29614
	Üst düzey yönetici	6	5,0000	,00000
	Toplam	156	4,1538	1,35500

Bu analiz neticesinde ANOVA analiziyle ortaya konulan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını irdelemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizleri gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizi neticesinde hangi post-hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin uygulanacağını belirlemek adına aşağıda Tablo 25'te görüleceği üzere Levene Testi vasıtasıyla varyansların homojenliği kontrol edilmiş, homojenlik tespit edilememiştir. Bu nedenle, bu durumlarda kullanılan Games-Howell çoklu karşılaştırma tekniği ile devam edilmiştir.

Tablo 25

Pozisyona Göre Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmeye İlişkin Varyans Homojenlik Testi Sonuçları

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
EL	86,452	3	152	0,000
ÖÖ	75,283	3	152	0,000

Aşağıdaki tabloda Games-Howell testi sonuçları yer almaktadır:

Tablo 26

Etik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin Pozisyona Göre Farklılıkları Ölçmek Adına Yapılan Games-Howell Analizi

Dependent Variable	(I) pozisyon	(J) pozisyon	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
EL	çalışan	alt düzey yönetici	-1,2373 ^a	0,20996	0,000	-1,7828	-0,6919
		orta düzey yönetici	-1,6581 ^a	0,25108	0,000	-2,3104	-1,006
		üst düzey yönetici	-1,7206 ^a	0,48898	0,003	-2,9909	-0,4505
	alt düzey yönetici	çalışan	1,2373 ^a	0,20996	0,000	0,6919	1,7828
		orta düzey yönetici	-0,4208	0,24959	0,335	-1,0692	0,2275
		üst düzey yönetici	-0,4833	0,48821	0,755	-1,7515	0,7849
	orta düzey yönetici	çalışan	1,6581 ^a	0,25108	0,000	1,006	2,3104
		alt düzey yönetici	0,4208	0,24959	0,335	-0,2275	1,0692
		üst düzey yönetici	-0,0625	0,50726	0,999	-1,3802	1,2552
	üst düzey yönetici	çalışan	1,7206 ^a	0,48898	0,003	0,4505	2,9909
		alt düzey yönetici	0,4833	0,48821	0,755	-0,7849	1,7515
		orta düzey yönetici	0,0625	0,50726	0,999	-1,2552	1,3802
ÖÖ	çalışan	alt düzey yönetici	-1,2747 ^a	0,21492	0,000	-1,833	-0,7164
		orta düzey yönetici	-1,6476 ^a	0,25701	0,000	-2,3153	-0,98
		üst düzey yönetici	-1,7413 ^a	0,50051	0,004	-3,0416	-0,4412
	alt düzey yönetici	çalışan	1,2747 ^a	0,21492	0,000	0,7164	1,833
		orta düzey yönetici	-0,3729	0,25548	0,464	-1,0366	0,2907
		üst düzey yönetici	-0,4666	0,49973	0,787	-1,7648	0,8315
	orta düzey yönetici	çalışan	1,6476 ^a	0,25701	0,000	0,98	2,3153
		alt düzey yönetici	0,3729	0,25548	0,464	-0,2907	1,0366
		üst düzey yönetici	-0,09375	0,51923	0,998	-1,4425	1,255
	üst düzey yönetici	çalışan	1,74138 ^a	0,50051	0,004	0,4412	3,0416
		alt düzey yönetici	0,46667	0,49973	0,787	-0,8315	1,7648
		orta düzey yönetici	0,09375	0,51923	0,998	-1,255	1,4425

Tablo 26'ya göre katılımcıların etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmede pozisyona göre farklılıkları ölçmek adına yapılan games-howell analizi sonucunda söz konusu farklılığın etik liderlikte; (i)çalışan pozisyon grubu ile alt

düzey yönetici grubu arasında alt düzey yönetici grubu lehine; (ii) çalışan pozisyon grubu ile orta düzey yönetici pozisyon grubu arasında orta düzey yönetici pozisyon grubu lehine; (iii) çalışan pozisyon grubu ile üst düzey yönetici pozisyon grubu arasında üst düzey yönetici pozisyon grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Örgütsel özdeşleşmede ise söz konusu farklılığın; (i) çalışan pozisyon grubu ile alt düzey yönetici grubu arasında alt düzey yönetici grubu lehine; (ii) çalışan pozisyon grubu ile orta düzey yönetici pozisyon grubu arasında orta düzey yönetici pozisyon grubu lehine; (iii) çalışan pozisyon grubu ile üst düzey yönetici pozisyon grubu arasında üst düzey yönetici pozisyon grubu lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Aşağıdaki tabloda Anova ve T testi sonuçları özet tablo gösterilmektedir:

Tablo 27
Anova ve T Testi Sonuçları Özet Tablo

		EL	ÖÖ
Cinsiyet	Grup 1:Kadın(n:48)	4,11 (1,33)	4,1 (1,33)
	Grup 2:Erkek (n:108)	4,19 (1,34)	4,18 (1,38)
	t-değeri	-0,332	-0,347
	p-değeri	0,74	0,729
Medeni Durum	Grup 1:Evli(n:48)	4,35 (1,1)	4,31 (1,2)
	Grup 2:Bekar (n:108)	4,09 (1,42)	4,09 (1,43)
	t-değeri	1,143	0,953
	p-değeri	0,255	0,342
Yaş	Grup 1: 18-23(n:31)	3,22 (1,74)	3,25 (1,83)
	Grup 2: 24-29(n:80)	4,32 (1,16)	4,29 (1,15)
	Grup 3: 30-35(n:45)	4,55 (0,97)	4,55 (1,04)
	F-değeri	11,646	10,376
	p-değeri	0,000	0,000
	Post-Hoc	Gruplar 2,3>Grup1	Gruplar 2,3>Grup1
Eğitim Düzeyi	Grup 1:İlköğretim (n:2)	3 (2,83)	2,92 (2,72)
	Grup 2:Lise (n:40)	3,07 (1,68)	3,05 (1,71)
	Grup 3: Önlisans(n:62)	4,42 (0,94)	4,46 (0,94)
	Grup 4:Lisans (n:52)	4,75 (0,79)	4,7 (0,86)
	F-değeri	18,025	17,64
	p-değeri	0,000	0,000
	Post-Hoc	Gruplar 3,4>Grup2	Gruplar 3,4>Grup2
Çalışma Yılı	Grup 1:1-3 yıl (n:72)	3,83 (1,55)	3,83 (1,58)
	Grup 2:4-6 yıl (n:44)	4,26 (1,17)	4,27 (1,17)
	Grup 3:7-10 yıl (n: 40)	4,66 (0,84)	4,63 (0,93)
	F-değeri	5,494	4,938
	p-değeri	0,005	0,008
	Post-Hoc	Grup 3>Grup 1	Grup 3>Grup 1
Pozisyon	Grup 1: Çalışan(n:67)	3,28 (1,67)	3,26 (1,68)
	Grup 2: (n:13)	4,52 (0,81)	4,54 (0,87)
	Grup 3: (n: 3)	4,94 (0,25)	4,91 (0,3)
	Grup4: (n:15)	5 (0)	5 (0)
	F-değeri	19,536	18,973
	p-değeri	0,000	0,000
	Post-Hoc	Gruplar 2,3,4>Grup 1	Gruplar 2,3,4>Grup 1

Aşağıda tablo 28’de hipotez sonuçları görülmektedir:

Tablo 28
Hipotez Sonuçları Özet Tablo

KOD	AÇIKLAMA	SONUÇ
H1	Etik liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H2	Etik liderlik cinsiyete göre farklılaşmaktadır.	RED
H3	Örgütsel özdeşleşme cinsiyete göre farklılaşmaktadır.	RED
H4	Etik liderlik medeni duruma göre farklılaşmaktadır.	RED
H5	Örgütsel özdeşleşme medeni duruma göre farklılaşmaktadır.	RED
H6	Etik liderlik yaşa göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H7	Örgütsel özdeşleşme yaşa göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H8	Etik liderlik eğitime göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H9	Örgütsel özdeşleşme eğitime göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H10	Etik liderlik çalışma yılına göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H11	Örgütsel özdeşleşme çalışma yılına göre farklılaşmaktadır.	KABUL
H12	Etik liderlik pozisyona göre farklılaşmaktadır.	KABUL

6. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Etik liderlik, örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesi adına izleyicilerini etik ilkeler ve inançlar doğrultusunda güdüleme süreci olarak tanımlanmaktadır (Çakıroğlu ve Başpınar, 2021: 1908). Örgütsel özdeşleşme ise örgüt çalışanının kendisini örgütle bir hissetmesidir. Yani çalışanın kendisini örgütün bir parçası olarak görmesidir (Rousseau, 1998: 218). Örgüt çalışanlarının algıladıkları etik liderlik davranışlarının örgütsel özdeşleşmeye katkı sunduğu tespit edildiğinden etik liderlik davranışları, örgüt çalışanları açısından önemli bir olgudur. Bu bağlamda çalışmanın amacı, etik liderliğin, örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini saptamaktır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada buna ek olarak etik liderlik ve örgütsel özdeşleşmenin demografik değişkenlere ilişkin fark analizlerine yer verilmiştir. Araştırma bulgularına göre etik liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi söz konusudur. Buna ek olarak çalışmanın literatüre daha fazla katkı sunabilmesi açısından ilgili değişkenler arasındaki ilişki testine ek olarak, ilgili değişkenlerin; katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, çalışma yılı ve pozisyonlarına göre farklılıklarının tespitine yer verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda etik liderliğin yaşa, eğitim durumuna, çalışma yılına ve pozisyona göre farklılaştığı tespit edilmiş; bu bağlamda çalışmanın H1: “Etik liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezine ek olarak H6: “Etik liderlik yaşa göre farklılaşmaktadır”, H8: “Etik liderlik eğitime göre farklılaşmaktadır”, H10: “Etik liderlik çalışma yılına göre farklılaşmaktadır” ve H12: “Etik liderlik pozisyona göre farklılaşmaktadır” hipotezleri de kabul edilmiştir. Bunun yanı sıra örgütsel özdeşleşmenin yaşa, eğitim durumuna, çalışma yılına ve pozisyona göre farklılaştığı bulgulanmış; buna göre H7: “Örgütsel özdeşleşme yaşa göre farklılaşmaktadır”, H9: “Örgütsel özdeşleşme eğitime göre farklılaşmaktadır”, H11: “Örgütsel özdeşleşme çalışma yılına göre farklılaşmaktadır” ve H13: “Örgütsel özdeşleşme pozisyona göre farklılaşmaktadır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Literatür incelendiğinde Walumbwa vd. (2011) araştırmalarında etik liderliğin çalışan performansına etkisinde lider-üye etkileşimi, öz yeterlilik ve örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolünü konu almış, ilgili değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki tespit edilmiş, örgütsel özdeşleşmenin ise bu ilişkiye aracılık ettiği bulgulanmıştır. O’Keefe vd. (2019) çalışmalarında etik liderlik, ahlaki kimlik ve örgütsel özdeşleşme değişkenlerinin birbirleriyle ilişkisini konu almış, ilgili değişkenler arasında benzer biçimde pozitif korelasyon bulgulanmışlardır. Mihçı ve Uzun (2020) araştırmalarında okullarda etik liderlik ile örgütsel adalet ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiyi incelemiş; etik liderlik davranışlarının örgütsel özdeşleşmeyi olumlu biçimde etkilediğini bulgulanmışlardır. Tseng ve Wu (2017) etik liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini finans profesyonelleri üzerinde test etmiş, ilgili değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmişlerdir. Bunlara ek olarak, literatürdeki birçok araştırma benzer sonuçları ortaya koymaktadır (Islam, Ahmed ve Ali, 2018; Sari, 2019; Niu, Xia ve Liu, 2022).

Literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle etik liderlik tarzının benimsendiği örgütlerde örgütsel özdeşleşmenin artış gösterebileceği yorumu yapılabilecektir. Çünkü etik liderler, örgüt paydaşlarının çıkarlarını ön planda tutan, dürüst ve ahlaki normlara önem veren kimselerdir. Bu bağlamda örgütlerde etik liderlik tarzının örgütsel özdeşleşmenin sağlanması hususunda önemli bir parametre olduğu örgüt yöneticilerinin dikkatine sunulmaktadır. Örgütlerde etik davranışların özendirilmesi, ahlak normlarına değer atfedilmesi ve örgüt kültürünün bu parametrelerce oluşturulması örgütlerin başarıya ulaşmasında önemli bir husustur ve bu hususların dikkate alınması örgüt yöneticilerine önerilebilecektir. Öte yandan ilgili araştırma hizmet sektöründe yapılmıştır. Çalışma konusunu oluşturan değişkenlerle ilgili ilişki testinin diğer sektörlerde uygulanması, farklı sonuçları ortaya çıkarabileceğinden gelecekteki araştırmacılara önerilmektedir.

Araştırmanın Karaman ilinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri yürüten firmalarda yapılması, örneklemin sınırlı olmasını beraberinde getirmiş ve bu durum, çalışma için bir kısıt oluşturmuştur. Öte yandan ilgili araştırmanın çalışanların mesaiye oldukları anda uygulanmış olması, çalışanların ilgili sorulara kısa sürede cevap vermelerini zorunlu kılmıştır. Bu durum da çalışmanın bir diğer kısıtı olarak sayılabilecektir.

KAYNAKÇA

- Abrams, D. (1992). *Processes of Social Identification*, s. 57-99, (Ed.) Breakwell, G. M., *Social Psychology of Identity and the Self-Concept*. London: Surrey University Press.
- Abrams, D. ve Hogg, M. A. (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. London and New York: Harvester Wheatsheaf and Springer.
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset.

- Akgül, A. (2005). *Tıbbi Araştırmalarda İstatistiksel Analiz Teknikleri-SPSS Uygulamaları*. Ankara: Yükseköğretim Kurulu Matbaası.
- Akın, M. A., Engin, İ. Ş. ve Anuştekin, M. (2023). “Okul Psikolojik Danışmanlarının Algılarına Göre Okul Yöneticilerin Etik Liderlik Davranışlarının İncelenmesi”. *Milli Eğitim Dergisi*, 52(238), 885-908.
- Alkan, D. P. ve Arıkboğa, F. Ş. (2017). “Etik Liderlik Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Etkisi Ve Bir Uygulama”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 24(2), 349-369. <https://doi.org/10.18657/yonveek.335229>
- Aslan, R. ve Sarıyıldız, Y. (2022). “Yöneticilerin Etik Liderlik Davranışlarının Çeşitli Değişkenler Açısından Öğretmen Algılarına Göre İncelenmesi”. *Asya Çalışmaları*, 6 (20), 5160. <https://doi.org/10.31455/asya.112628>
- Başar, U. ve Basım, H. N. (2015). “Etik Liderliğin İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Rolü”. *Research Gate*, 3, 117-122.
- Brown, M. E. ve Trevino, L. K. (2006). “Ethical Leadership: A Review And Future Directions”. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.004>
- Brown, M. E., Trevino, L. K. ve Harrison, D. A. (2005). Ethical Leadership: A Social Learning Perspective For Constructdevelopment And Testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117-134. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2005.03.002>
- Carmeli, A., Gilat G. ve Waldman, D.A. (2007). “The Role Of Perceived Organizational Performance İn Organizational Identification, Adjustment And Job Performance”. *Journal of Management Studies*, 44 (6), 972992. <https://doi/full/10.1111/j.1467-6486.2007.00691.x>
- Cheney, G. (1983). “The Rhetoric Of Identification And The Study Of Organizational Communication”. *Quarterly Journal of Speech*, 69(2), 143-158. <https://doi.org/10.1080/00335638309383643>
- Conaway, R. N. ve Fernandez, T. L. (2000). “Ethical Preferences Among Business Leaders: Implication For Business Schools”. *Business Communication Quarterly*, 63(1), 23–38.
- Costa, S., Daher, P., Neves, P. ve Velez, M. J. (2022). “The Interplay Between Ethical Leadership And Supervisor Organizational Embodiment On Organizational Identification And Extra-Role Performance”. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(2), 214-225. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2021.1952988>
- Cranston, N., Ehrich, L. ve Kimber, M. (2003). “The ‘Right’ Decision? Towards An Understanding Of Ethical Dilemmas For School Leaders”. *Westminster Studies in Education*, 26(2), 135–147.
- Çakıroğlu, D. ve Başpınar, N. Ö. (2021). “Etik Liderlik Davranışlarının Örgüt İklimi Ve Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 1903-1927. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.873984>
- Edwards, M. (2005). “Organizational Identification: A Conceptual And Operational Review”. *International Journal of Management Reviews*, 7(4), 207-230. <https://doi/full/10.1111/j.1468-2370.2005.00114.x>
- Erer, B. (2023). “Eğitim Ve Geliştirme Faaliyetleri Çalışan Performansını Etkiler Mi? Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 11-20.
- George, D. ve Mallery, P. (2003). *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference, 4th Edition*, Boston: Allyn & Bacon.
- Greenberg, J. (1990). “Organizational Justice: Yesterday, Today, Tomorrow”. *Journal of Management*, 16, 399-432.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- Islam, T., Ahmed, I. ve Ali, G. (2018). “Effects Of Ethical Leadership On Bullying And Voice Behavior Among Nurses: Mediating Role Of Organizational Identification, Poor Working Condition And Workload”. *Leadership in Health Services*, 32(1), 2-17.
- Khan, H. U. R., Ali, M., Olya, H. G. T., Zulqarnain, M. ve Khan, Z. R. (2018). “Transformational Leadership, Corporate Social Responsibility, Organiza-Tional Innovation, And Organizational Performance:

- Symmetrical Andasymmetrical Analytical Approaches''. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1270-1283. <https://doi.org/10.1002/csr.1637>
- Kılıncı, S. (2017). Yöneticilerin Etik Liderlik Davranışlarının Örgütsel Özdeşleşme, Sapkın Davranışlar Ve Sinizme Etkisi (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuru, S. A. (2020). "Etik Liderlik Ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki: Kişi Örgüt Uyumunun Aracılık Etkisi". *Business and Economics Research Journal*, 11(2), 515-530.
- Kürü, S. A. (2020). "Prosedürel Adalet Algısı Ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki: Etik Liderliğin Aracılık Rolü". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 3895-3913. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.1079>
- Lennick, D. ve Fred, K. (2005). "Etik Zekâ" Çevirenler: S. Alpagut, E. Nal ve H. Nal. İstanbul: CSA Global Publishing.
- Liu, Y., Loi, R. ve Lam, L.W. (2011). "Linking Organizational Identification And Employee Performance in Teams: The Moderating Role Of Team-Member Exchange". *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (15), 3187-3201. <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.560875>
- Mael, F. ve Ashforth, B. E. (1992). "Alumni And Their Alma Mater: A Partial Test Of The Reformulated Model Of Organizational Identification". *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. <https://doi/abs/10.1002/job.4030130202>
- Mıhçı, H. ve Uzun, T. (2020). "Analyzing The Relationship Between Ethical Leadership And Organizational Justice And Organizational Identification in Schools". *International Online Journal of Educational Sciences*, 12(3), 29-39.
- Mishra, P. ve Schmidt, G. B. (2018). "How Can Leaders Of Multinational Organizations Be Ethical By Contributing To Corporate Social Responsibility initiatives? Guidelines And Pitfalls For Leaders Trying To Do Good". *Business Horizons*, 61(6), 833-843. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.011>
- Mostafa, A. M. S. (2018). "Ethical Leadership And Organizational Citizenship Behaviours: The Moderating Role Of Organizational Identification". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 27(4), 441-449. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2018.1470088>
- Niu, L., Xia, W. ve Liu, Y. (2022). "The Double-Edged Sword Effect Of Ethical Leadership On Constructive Deviance: An Integrated Model Of Two Approaches Based On Organizational Identification And Normative Conflict". *Frontiers in Psychology*, 13, 892395.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and Practice*. Sage Publications.
- O'Keefe, D. F., Peach, J. M. ve Messervey, D. L. (2019). "The Combined Effect Of Ethical Leadership, Moral Identity, And Organizational Identification On Workplace Behavior". *Journal of Leadership Studies*, 13(1), 20-35.
- Piccolo, R. F., Greenbaum, R., Hartog, D. N. D. ve Folger, R. (2010). "The Relationship Between Ethical Leadership Andcore Job Characteristics". *Journal of Organizational Behavior*, 31(2-3), 259-278. <https://doi/10.1002/job.627>
- Qian, Y. ve Jian, G. (2020). "Ethical Leadership And Organizational Cynicism: The Mediating Role Of Leader-Member Exchange And Organizational Identification". *Corporate Communications: An International Journal*, 25(2), 207-226. <https://doi/10.1108/CCIJ-06-2019-0069/full/html>
- Pallant, J. (2005). *SPSS Survival Manual*. Allen & Unwin. Australia.
- Roeck, K. D. ve Farooq, O. (2018). "Corporate Social Responsibility And Ethical Leadership: Investigating Their Interactive Effect On Employees'socially Responsible Behaviors". *Journal of Business Ethics*, 151, 923-939. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3656-6>
- Rousseau, D. M. (1998). Why Workers Still Identify With Organizations?. *Journal Of Organizational Behavior*, 19(3), 217-233.
- Sari, U. T. (2019). "The Effect Of Ethical Leadership On Voice Behavior: The Role Of Mediators Organizational Identification And Moderating Self-Efficacy For Voice". *Journal of Leadership in Organizations*, 1(1), 48-66.

- Sarwar, H., Ishaq, M. I., Amin, A. ve Ahmed, R. (2020). ‘‘Ethical Leadership, Work Engagement, Employees’ Well-Being, And Performance: A Cross-Cultural Comparison’’. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2008-2026. <https://doi/full/10.1080/09669582.2020.1788039>
- Tajfel, H. (1982). ‘‘Social Psychology of Intergroup Relations’’. *Annual Review of Psychology*, 51(1): 1-39. <https://doi/pdf/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1985). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*, s. 7-24, (Ed.) Worchel, S. ve Austin, W. G., *The Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall IL.
- Tseng, L. M. ve Wu, J. Y. (2017). ‘‘How Can Financial Organizations Improve Employee Loyalty? The Effects Of Ethical Leadership, Psychological Contract Fulfillment And Organizational Identification’’. *Leadership & Organization Development Journal*, 38(5), 679-698.
- Turner, J. C. (1982). *Towards A Cognitive Redefinition of the Social Group*, s. 15-40, (Ed.) Tajfel, H., *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tyler, T.R. (1999). ‘‘Why People Cooperate With Organizations: An Identity Based Perspective. *Research in Organizational Behavior*’’, 21, 201-246.
- Walumbwa, F. O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K. ve Christensen, A. L. (2011). ‘‘Linking Ethical Leadership To Employee Performance: The Roles Of Leader–Member Exchange, Self-Efficacy, And Organizational Identification’’. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 115(2), 204-213.
- Yıldız, Ş., Ekin, E., Arslan, M., Eroğlu, F. ve Eroğlu, B. (2023). ‘‘Öğretmen Algılarına Göre Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarının İncelenmesi’’. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 9(2), 92-97.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ (Etik Kurul gerekmiyorsa bu kısım çıkarılabilir.)

Yapılan bu çalışmada ‘‘Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi’’ kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan ‘‘Bilimsel Araştırma veYayın Etiğine Aykırı Eylemler’’ başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 22.09.2023

Etik değerlendirme belge sayısı: 29.09.2023-150768 / Karar: 14-2023-234

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

COVID-19 SALGIN DÖNEMİNDE UZAKTAN EĞİTİMDE YAŞANAN SORUNLAR VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ*

PROBLEMS EXPERIENCED IN DISTANCE EDUCATION DURING THE COVID-19 EPIDEMIC PERIOD AND ITS EFFECT ON STUDENT SATISFACTION

Yasemin Özcan KARAMAN¹ 

Nil KONYALIAR² 

Öz

Araştırmanın temel amacı Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerine verilen uzaktan eğitime yönelik sorunları belirlemek ve öğrencilerin uzaktan eğitime olan tutumlarının memnuniyete etkisini ortaya çıkarmaktır. Bundan dolayı çalışmada uzaktan eğitim sistemi bağlamında yeterlilik, motivasyon, kullanılabilirlik, etkililik ve memnuniyet konularına odaklanılmıştır. Anket Covid-19 pandemisinden dolayı ve daha hızlı erişim sağlanması açısından online olarak hazırlanmış ve örnekleme ulaştırılmıştır. Çalışma nicel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacına ulaşmak için anket ile veriler elde edilmiştir. Araştırmada toplam 420 katılımcıdan anket ile veri toplanmış ve çalışmanın temel amacına ve hedeflerine ulaşılacak şekilde analizlere tabi tutulmuştur. Çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitim döneminde sisteme yönelik, bölüm ve akademisyene yönelik algıları ile memnuniyetleri arasındaki ilişki için korelasyon analizi yapılmıştır. Ardından yeterlilik ve motivasyon, kullanılabilirlik ve etkililik boyutlarının memnuniyete olan etkisi belirlenmiştir. Uzaktan eğitimde öğrencilerin derslere katılmamasının en önemli nedenleri internet bağlantı sorunu, internet paketinin olmaması ve çalışıyor olmaktır. Katılımcıların uzaktan eğitim tutum ölçek boyutlarına olan algıları incelenince en düşük algının olduğu boyut kullanılabilirlik iken, en yüksek algının olduğu boyut memnuniyet boyutudur. İkinci en düşük algının olduğu boyut ise yeterlilik ve motivasyon boyutudur.

Anahtar Kelimeler: Covid19, Uzaktan Eğitim, Yükseköğrenim, Öğrenci Tutumları, Memnuniyet.

Abstract

The main purpose of the research is to identify the problems related to remote education given to university students during the Covid-19 pandemic and to reveal the impact of students' attitudes towards remote education on satisfaction. Therefore, the research focuses on competence, motivation, usability, effectiveness, and satisfaction issues in the context of the remote education system. The survey was prepared online due to the Covid-19 pandemic and for faster access, and it was distributed to the sample. The study was conducted using a quantitative research method. Data were obtained through a survey to achieve the goal of the study. A total of 420 participants were surveyed in the research, and the collected data were subjected to analyses to reach the main objective and goals of the study. In the study, correlation analysis was conducted to examine the relationship between students' perceptions of the system, department, and faculty members during the remote education period and their satisfaction. Then, the impact of competence and motivation, usability, and effectiveness dimensions on satisfaction was determined. The most significant reasons for students not attending classes in remote education were found to be internet connection problems, the absence of an internet package, and being employed. When participants' perceptions of the dimensions of the remote education attitude scale were examined, the dimension with the lowest perception was usability, while the dimension with the highest perception was satisfaction. The second lowest perceived dimension was competence and motivation.

Keywords: Covid-19, Distance Education, Higher Education, Student Attitudes, Satisfaction.

¹ Bu çalışma yazarın "Covid19 Salgın Döneminde Uzaktan Eğitimde Yaşanan Sorunlar ve Öğrenci Motivasyonuna Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Yüksek Lisans, Milli Eğitim Bakanlığı Antalya Alanya Demirtaş İlkokulu, Yaseminozcankaraman07@gmail.com, 0000-0003-4400-0072

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, nilkonyalilar@topkapi.edu.tr, 0000-0002-7310-7779

Citation: Karaman, Y.Ö., Konyalilar, N. Covid-19 Salgın Döneminde Uzaktan Eğitimde Yaşanan Sorunlar ve Öğrenci Memnuniyetine Etkisi, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, (2024) 7 (1):19-36, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem.1382329>

1. GİRİŞ

Covid-19 pandemisi dünya çapında olduğu gibi Türkiye’de de eğitim sistemini olumsuz yönde etkilemiş Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) bünyesindeki okullar ve üniversiteler eğitim-öğretime ara vermek zorunda kalmıştır. 02 Nisan 2020 tarihinde pandemi dünya genelinde zirve yapmış ve eğitime ara vermiş olan ülke sayısı 172’ye ulaşmıştır. Dolayısıyla, dünyadaki toplam öğrenci sayısının %84,8’ini oluşturan 1.484.712.787 öğrenci pandemi nedeniyle etkilenmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2019). Pandeminin hızla yayılmasını azaltmak için virüsün görüldüğü ülkelerin genelinde üniversite, okul gibi eğitim kurum ve kuruluşları geçici süreliğine kapatılmıştır (Keskin ve Kaya, 2020: 60). Pandemiden dolayı getirilen kısıtlamalar sebebiyle eğitim süreçleri sekteye uğramış ve eğitim süreçlerinin devamlılığını sağlama için uzaktan eğitim yöntemine geçilmiştir (Gökbulut, 2021: 163).

Türkiye’de ilk koronavirüs vakası 10 Mart 2020 tarihinde görülmüştür. Türkiye’de ilk vakanın görülmesinden sonra ülkedeki tüm resmi, özel okullar kapanmış ve ülke genelinde spor müsabakaları, yarışma, sosyal etkinlikler, sempozyum, konferans, forum ve ödül törenleri iptal edilmiştir (MEB, 2020). Salgının görülmesiyle birlikte Millî Eğitim Bakanlığı öğrencilerin can güvenliğini tehlikeye atmamak için 16 Mart günü eğitim öğretime 1 hafta ara vermiştir. Daha sonra Nisan ayındaki ara tatil öne çekilip tatil 2 haftaya çıkarılmıştır. 30 Mart itibariyle uzaktan eğitime geçilerek 19 Haziran gününe kadar dersler çevrimiçi devam etmiştir. Ülke genelinde öğrencilerin internete girebilmesi için MEB tüm öğretmen ve öğrencilere 8 GB internet paketinin yanı sıra ihtiyaç sahibi öğrencilere tablet vermiştir. 2020-2021 eğitim öğretim yılı 31 Ağustos günü uzaktan eğitim şeklinde başlamıştır. Salgının ülke genelinde azalmasıyla yüz yüze eğitime kademeli olarak 21 Eylül 2020 tarihinde geçilerek 1. yarıyıl içinde yer alan 16 Kasım 2020 tarihine kadar devam etmiş ve pandeminin ülkede artış göstermesiyle 23 Kasım itibariyle tekrardan uzaktan eğitime geçilmiştir. 2020-2021 eğitim-öğretim yılına hibrit eğitim modelinin uygulanması planlanmış olsa da pandemi sürecinin bitmemesinden dolayı bu model istenilen şekilde uygulanamamıştır (Koç, 2021: 16).

Yükseköğretim Kurulu (YÖK), 16 Mart 2020 günü itibariyle yükseköğretim kurumlarının üç hafta boyunca tatil olduğunu duyurmuştur. Bu duyurudan sonra üniversitelere YÖK tarafından uzaktan eğitime geçilmesi hususunda bilgilendirme yapılmıştır. YÖK tarafından süreçle ilgili kararlar alınmış olup 23 Mart 2020 Pazartesi günü itibariyle üniversitelerin alt yapıları ve uzaktan eğitim yetkinlikleri ölçüsünde, uzaktan eğitim yöntemi kullanılarak eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmeleri gerektiği sonucuna varılmıştır (Durak, Çankaya ve İzmirli, 2020: 792). 24 Eylül 2020 tarihli YÖK Genel Kurul kararı ile “Yükseköğretim Kurumlarında Uzaktan Öğretime İlişkin Usul ve Esaslarda” uzaktan eğitim süreciyle ilgili değişikliklere gidilmiştir (Yükseköğretim Kurulu, 2021). Uzaktan eğitim sistemine uyum için dijital araçları kullanım yetkinliği ve altyapının sağlanması önem arz etmektedir. Bundan dolayı araştırmada uzaktan eğitim sistemi bağlamında yeterlilik, motivasyon, kullanılabilirlik, etkililik ve memnuniyet konularına odaklanılmıştır. Araştırmanın temel amacı Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerine verilen uzaktan eğitime yönelik sorunları belirlemek ve öğrencilerin tutumlarına etkisini ortaya çıkarmaktır. Böylelikle araştırmada Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitim sistemi ile yaşadıkları sorunlar ortaya konularak önerilerde bulunulması hedeflenmiştir. Araştırmada ayrıca uzaktan eğitim döneminde öğrencilerin bölümleri ve danışmalarına yönelik bakış açıları da incelenmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL/KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Uzaktan eğitim kavramından ilk kez Wisconsin Üniversitesi’nin kataloğunda 1892 yılı bahsedilmiştir. Literatürde ise William Lighty, 1906 yılında yazmış olduğu bir araştırmada uzaktan eğitim kavramını kullanmıştır (Uşun, 2006: 30). 1960-1970 yılları arasında Otto Peters tarafından Almanya’da uzaktan eğitim tanıtılmış ve aynı yıllarda Fransa’da uzaktan eğitim ile eğitim veren kurumlarda isim olarak kullanılmıştır (Verduin ve Clark, 1994: 23). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde uzaktan eğitim; “öğretmen ve öğrencinin yüz yüze olmadan farklı iletişim araçları kullanılarak belirli bir merkezden gerçekleştirilen eğitim türü” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2021). Uzaktan eğitim, geleneksel eğitim uygulamalarına bağlı kalmayan; özel olarak hazırlanan materyalleri, kitle iletişim programlarını ya da kısa süreli olarak yüz yüze eğitimi içeren, bir bütün halinde yürütülen etkinliklerdir (Hızal, 1983:18). Garrison ve Shale (1987: 6), uzaktan eğitimi öğretmen ve öğrencinin birbirinden ayrı oldukları iki yönlü iletişimi sağlayan teknolojik araçların kullanımıyla gerçekleşen eğitim sistemi olarak tanımlamıştır. Dağıtık eğitim gibi farklı şekillerde de ifade edilen uzaktan eğitim farklı ortamlarda bulunan öğrencileri ve öğretmenleri, farklı eğitim faaliyetleriyle birbirine bağlayan bilgi ve iletişim teknoloji uygulamalarıdır (Schlosser ve Simonson, 2006: 36).

Keegan’a (1996: 44) göre öğrenci ve öğreticinin fiziksel olarak ayrı mekanlarda teknolojik imkanlardan faydalanarak iletişim kurdukları bir sistemdir. Uzaktan eğitim, geleneksel eğitim mekân ve yöntemlerindeki kısıtlamalar nedeniyle okul gibi yerlerde eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilemediği durumlarda öğrenci ve öğretmenlerin merkezi bir yapı tarafından çeşitli yöntemlerle buluşmalarının sağlanabildiği (YEGİTEK, 2020), eğitim alanların sorumluluklarının farkında olmalarıyla, kendi seçtikleri mekan ve zamanda, öğretici ile yüz yüze olmadan ve fırsat eşitliği içerisinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanıp eğitim süreçlerinin yapılandırıldığı bir

tür eğitim modelidir. Dolayısıyla teknolojik araçlar ve teknoloji kullanımı uzaktan eğitim sisteminin işleyişi için önemli bir faktördür (Haddad, 2001: 11). Eğitim-öğretim faaliyetlerinin öğretici ve öğrencinin farklı mekanlarda oldukları anlar da posta imkanlarına ek olarak bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla yerine getirildiği sisteme uzaktan eğitim sistemi denilmektedir (İşman, 2011). Uzaktan eğitim sistemi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler temelinde internete erişim olan her mekânda bilgiyi paylaşmayı ve aynı zamanda da kaynaklara erişimi sağlayan, işbirliği ile öğretim hizmeti veren, eğitimde niteliği arttıran ve sürekli araştırma gerektiren bir modern eğitim-öğretim sistemidir (Begimbetova, 2015).

Uzaktan eğitimin dünyadaki uygulamaları çok eski tarihlere dayanmaktadır. Öğrenci ile öğretici arasında mevcut iletişimin resmi bir eğitim yerine geçmesinin gerektiği düşüncesi mevcuttur. Dolayısıyla uzaktan eğitimin 18. yüzyılda başladığı düşünülmektedir (Erfidan, 2019; Özbay, 2015: 376; Simonson, Zvacek ve Smaldino, 2019). Uzaktan eğitimin kökeninin yazışma aracılığıyla öğretme ve öğrenmeye dayalı olduğu ve genellikle yetişkin eğitimlerinde yaygın olarak kullanıldığı belirtilmektedir (Holmberg, 2005). Uzaktan eğitim ile ilgili bazı kaynaklar 1728 yılında Boston Gazetesi'nde yayınlanan posta yoluyla haftalık dersler veren bir stenografi (çabuk yazma sistemi) kursu reklamını ilk olarak gösterirken, bazı kaynaklar ise 1833 yılında İsveç'te bir gazetede mektup aracılığıyla 'yazılı anlatım' ilanının ilk olduğunu savunmaktadır (Arslan, 2019; Demiray ve İşman, 2003: 89; Kaplan ve Haenlein, 2016 :441; Simonson, vd., 2019). Ancak her iki gazetede de yayınlanmış olan ilanlarda posta aracılığıyla öğretme bilgisi açıkça belli edilse de öğreten-öğrenen arasındaki iletişimin hangi şekilde kurulacağı ya da verilen derslere yönelik değerlendirmelerin nasıl yapılacağına ilişkin net bir açıklama içermediğinden tam anlamıyla uzaktan eğitim uygulamasının gerçekleşip gerçekleşmediği bilinmemektedir (Kentnor, 2015: 21; Özbay, 2015: 376). Bu noktada, uzaktan eğitimin ilk uygulaması olarak 1840 yılında Büyük Britanya'da Issac Pitman'ın stenografi öğretileri kabul edilmektedir (Mshvidobadze ve Gogoladze, 2012: 134). Uzaktan eğitim mektup ile başlamıştır. Ardından 1950-1980 yılları arasında televizyon, video ve radyo aracılığıyla 1991 yılından itibaren de bilgisayar aracılığıyla yaygın bir şekilde internet erişimiyle web teknolojileriyle devam etmiştir (Yıldız, 2016: 303). Uzaktan eğitimin dünya çapında gösterdiği gelişim incelenince o dönemdeki yaygın olarak kullanılan teknoloji ve iletişim araçlarının etkili olduğu görülmektedir. Uzaktan eğitim sisteminde, öğrenim merkezli bir yaklaşımdan öğrenme merkezli bir yaklaşıma eğilim olduğu görülmektedir

Türkiye'de uzaktan eğitimin ortaya çıkışı, dünyadaki uzak eğitimin gelişimine kıyasla daha ileri zamanlarda olmuştur (Altun, 2020). Türkiye'de uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik çalışmalar 1924 yılında başlamıştır, ancak 1950'lere kadar gerçek anlamda uygulanamamıştır (Kör, 2013: 271). İlk olarak Ankara Üniversitesi bünyesindeki kurulmuş olan Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 1956 yılında mektupla öğrenim uygulamasını banka personelleri için başlatmıştır (Kaya, 2002). Bu uygulama Millî Eğitim Bakanlığı'nca Türkiye'de uzaktan eğitimin ilk adımı olarak kabul görmüştür. 1975 yılında ise üniversitelerdeki talebi azaltmak, yükseköğretim okuma fırsatı bulamamış bireylere imkân oluşturmak amacıyla Yaygın Yükseköğretim Kurumu (YAYKUR) kurulmuştur. Daha sonraki yıllarda YAYKUR kapatılmıştır. 1981 yılında çıkarılan yasa ile uzaktan eğitim görevi üniversitelere bırakılmış ve 1982 yılında da uzaktan eğitim görevi Anadolu Üniversite'sine verilmiştir. Uzaktan eğitimin Anadolu Üniversitesini temel sebebi bünyesinde Televizyon ve Eğitim Enstitüsü olmasıdır. Anadolu Üniversitesini'nin Türkiye'de yaptığı çalışmalar ile uzaktan eğitim anlayışında ciddi değişikliklere zemin hazırlamıştır. Türkiye'de uzaktan eğitimle ilgili gelişmeler Anadolu Üniversitesi ile sınırlı kalmamış günümüzde birçok üniversite uzaktan eğitim hizmeti vermektedir (Sarıtaş, 2009). Türkiye'de uzaktan eğitim her ne kadar örgün eğitim sistemlerini desteklemek için başlatılsa da zamanla toplumun talep edilmesi ve elde edilen başarı, uzaktan eğitimin farklı eğitim aşamalarında da yaygınlaşmasını sağlamıştır (Akdemir, 2011; Demirci, 2019: 70). Millî Eğitim Bakanlığı uzaktan eğitim sistemindeki değişen ve gelişen sisteme kendi programlarında yer vermeye başlamıştır. Ülkemizde ilköğretimden üniversiteye kadar normal eğitime destek amaçlı uzaktan eğitim uygulanmaktadır. Türkiye'de uzaktan eğitim, tüm eğitim kurumları, kamu kuruluşları ve Uzaktan Eğitim Merkezi (UZEM) kapsamında yaşam boyu öğrenmenin sürekliliğini sağlamıştır (Kaçan ve Gelen, 2020: 2).

Uzaktan eğitim modelleri zaman bakımından senkron (eş zamanlı) ve asenkron (eş zamansız) olarak; iletişim yönü bakımından ise tek yönlü öğretim ve çift yönlü öğretim olarak incelenmektedir (Aslantaş, 2014; Brown ve Brown, 1994: 4; Gülbahar, 2012). Öğrenen ve öğreticinin birlikte iletişim kurmadığı eğitim türü olarak ifade edilen eş zamansız uzaktan eğitim sisteminde en yenisinden en eskisine bilgisayar teknolojisi, televizyon, radyo ve mektup kullanılırken, öğrenen ve öğrencinin aynı mekânda birbirleriyle iletişim kurabildikleri uzaktan eğitim türü olarak eş zamanlı uzaktan eğitim sisteminde ise mektup kullanılmamakta ve bilgisayar teknolojisi, televizyon ve radyo kullanılmaktadır. Asenkron eğitim, öğrencilerin öğretmenlerden bağımsız bir şekilde istediği zaman dilimlerinde ders materyallerine erişebildiği ve eğitimi istediği zaman başlatma ve bitirme imkanına sahip olduğu bir uzaktan eğitim modelidir. Öğrenciler istediği zaman diliminde ve istedikleri ortamda, uzaktan eğitim sistemine önceden yüklenmiş olan eğitim ile ilgili materyallere uygulama üzerinden erişebilmektedir (Can, 2008). Asenkron uzak eğitim sisteminde güçlü bir alt yapının olmasına gerek yoktur, düşük hızda bir internet erişimi ile de eğitim yapılabilir. Asenkron eğitim öğrenciyi merkeze almakta ve derslerle ilgili olan materyal ve notlar öğrencilerin anlayacağı şekilde hazırlanmakta ve erişime sunulmaktadır (Can, 2008). Asenkron uzaktan eğitim sisteminde

öğreticinin görevi öğrenenlere bilgiyi sunmaktan ziyade öğrenenleri yönlendirmek amacı olduğundan dolayı öğrenme öğreticinin öğrenme hızına ve tercihlerine bağlı olarak öğrencinin kişisel çabası ile gerçekleşmektedir. Asenkron uzaktan eğitim sisteminde kullanılan en yeniden en eskisine eğitimle ilgili web siteleri, e-postalar, banttan yapılan televizyon ve radyo yayınları ve mektup örnek olarak gösterilebilir (Işık, Karacı, Özkaraca ve Biroğul, 2010). California Southern Üniversitesi ve George Mason Online Üniversitesi öğrencilerine asenkron eğitim seçeneği sunan üniversitelere örnek olarak verilebilir (eLearners, 2021). Asenkron eğitim, öğretime dahil olan öğrenci sayısı ne kadar olursa olsun her bir öğrencinin derse katılımının sağlanması bakımından kullanışlı bir uzaktan eğitim yöntemidir (Lim, 2017: 230). Öte yandan, kendilerine uygun bir zamanda derse katılabilme fırsatı, öğrencilerin eğitim başarısını, kendi kendine öğrenmede bağımsızlık ve beceri yeteneklerini arttırmaktadır. Asenkron eğitim; öğrencilere zaman ve mekân anlamda esneklik sağlamakta, uluslararası öğrenime katılımı kolaylaştırmakta, öğrencilerin dönem boyunca geriye dönük eğitim materyallerine ulaşmalarına imkân vermekte, öğrencilerin bilişsel katılımını artırmakta, çekingen öğrencilerin derslere katılımlarını artırmaktadır. Aynı zamanda öz disiplin ve yeterlilik gerektirdiğinden herkes için uygun olmayabilir, derse yönelik yanlış anlamalar ya da karışıklıklar olabilir, uygulamalı dersler için uygun değildir, sosyal etkileşim ortamı oluşmadığından öğrenciler daha az memnun olabilir, dağınık ve sanal halde bulunan öğrenim topluluğu arasında bulunan uyumu sağlamak zor olabilir ve anında geri dönüt yapılamamaktadır (Midkiff ve DaSilva, 2000).

Senkron uzaktan eğitim, öğretici ve öğrencinin aynı zamanda etkileşime girmesi ile gerçekleştirilen bir uzaktan eğitim türüdür (Jones ve Laffey, 2002). Önceden belirlenmiş bir program çerçevesinde internet aracılığıyla öğretmen ve öğrencinin iletişim kurup, sesli ve görüntülü canlı ders yaptıkları bir uzaktan eğitimdir. Öğretici ve öğrencinin fiziki olarak aynı mekânda olmamasına karşın iki taraflı etkileşimin sağlanabildiği ve bu etkileşimin ise aynı zamanda gerçekleştirildiği bir eğitim biçimidir (Yorgancı, 2014: 1402). Senkronize uzaktan eğitim; video konferans, sesli konferans ve internet üzerinden sohbet gibi teknolojik medyalar aracılığıyla önceden belirlenmiş bir program ve zaman diliminde, öğretmen ve öğrencilerin aynı anda sınıflarda çevrimiçi gerçekleştirdiği uzaktan eğitim olarak tanımlanmaktadır (eLearners, 2021). Senkron uzaktan eğitimde öğretmen ve öğrenciler arasında çift yönlü etkileşim ve iletişim vardır. Sanal sınıflar, internet üzerinden telefon, konferans bağlantıları, interaktif uydular yayınları ve canlı yayınlar senkron uzaktan eğitime örnek olarak verilebilir (Yeager, Hurley-Dasgupta ve Bliss, 2013: 134). Senkron uzaktan eğitim türünde esneklik asenkron eğitime göre sınırlıdır. Bu uzaktan eğitim sisteminde öğrenciler bireysel olarak öğrenmenin yanında grupla öğrenme imkanına da sahiptir (Özmen ve Ediz, 2002). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi senkron eğitim sisteminde çeşitliliğin önünü açmıştır. Günümüzde sanal sınıf ortamlarında öğrenciler sadece derslere katılmamakta, bunun yanı sıra arkadaş ve öğretmenleriyle de etkileşim içinde olabilmektedir. Ancak senkron uzaktan derslere internet üzerinden bağlanıldığı için öğrencilerin ve öğretmenlerin kamera, mikrofon ve kulaklık gibi teknolojik araçlara sahip olması gerekmektedir (Yıldız, 2016: 303). Senkron uzaktan eğitim sisteminde eğitim televizyon ve radyo aracılığıyla veriliyorsa uydular, mobil cihazlar ve bilgisayar aracılığıyla veriliyorsa internet kullanılmaktadır (Lim, 2017: 230). Senkron uzaktan eğitimde öğrenciler etkili ve kalıcı bir öğrenmeye sahip olabilmektedir, çünkü senkron uzaktan eğitimde kullanılan teknolojiler sayesinde karşılıklı görüntülü-sesli veya sadece sesli iletişim imkânı vardır (İşman, 2011). İnternet aracılığıyla gerçekleştirilen senkron eğitime Microsoft Teams, Google Meet, Zoom ve EBA canlı ders gibi uygulama ve programlarla katılım sağlanabilir. Senkron eğitimde öğretmen ve öğrencilerin gerçek zamanlı olarak soru sorma, cevap verme veya tartışma olanağına sahip olması, öğrencilerin geri dönüt alabilmeleri eğitim sürecinde oluşabilecek tatminsizliği önlenmekte ve daha sosyal bir eğitim ortamı sağlamaktadır (Hrastinski, 2008: 52). Senkron uzaktan eğitim, öğrencilerin kendilerini izole hissetmelerinden daha çok katılımcı gibi hissetmelerine yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla senkron uzaktan eğitim öğrencilerin kendilerini bir topluluğun parçası olarak hissetmelerine fırsat sunmaktadır (Haythornthwaite, Andrews ve Kazmer, 2007). Senkron uzaktan eğitim yönteminde öğrenciler sanal bir platformda bir araya getiriliyor olsa da öğrenci ve öğretmen etkileşimi sağlandığından yüz yüze eğitimdeki mekânlarda gerçekleştirilen tartışma ortamı sanal platformda da yapılabilmektedir (Erfidan, 2019). Örnek olarak, Florida'da bulunan Full Sail Üniversitesi öğrencilerine canlı yayınlı dersler ve tartışma olanakları gibi senkron eğitim etkinliklerine katılma olanağını seçme hakkı tanımaktadır (eLearners, 2021). Senkron uzaktan eğitimde öğrenciler ve öğretmenler için ortak ve uygun bir zaman ayarlamak zordur, öğrencilerin hepsi hızlı internet erişimine ya da güçlü internet ağına sahip değilse teknik sorunlarla karşılaşabilmekte, öğretmenler sınav anında gözetmenlik yapmakta zorlanabilmekte ve kalabalık gruplar şeklinde gerçekleştirilen eğitimlerde, öğrenciler istedikleri zaman tartışmaya katılamayabilir ve bu durum öğrencileri sadece dinleyici konumuna düşürebilmektedir.

Tek yönlü iletişimle uzaktan eğitim faaliyetinin gerçekleştiği ortamlarda bulunan öğretmen ve öğrenciler arasındaki iletişimin tek yönlü olduğu bir uzaktan eğitim türüdür. Öğrenciler ve öğretmenler arasında iki yönlü bir etkileşimin olmadığı, sadece öğretmenden öğrenciye ders bilgilerinin aktarılması ile gerçekleştirilen uzaktan eğitim biçimidir. Tek yönlü iletişimde yüz yüze bir iletişim bulunmamaktadır. Bu türde öğrencilerin ne öğretmenleri ile ne de arkadaşları ile herhangi bir etkileşimi bulunmamaktadır. Öğrencilerin sorularına öğretmenlerin anında cevap vermesi mümkün değildir (İşman, 2011). Dolayısıyla taraflardan herhangi biri sorularına anında cevap alamamaktadır. Öğrenci tamamen pasif öğrenme durumundayken öğretmen aktif bir rol

oyunmaktadır (İşman, 2005). Tek yönlü iletişim kullanılan bir uzaktan eğitim sisteminde öğrenme, ders materyalleri ve notlarının öğretmen tarafından önceden hazırlanıp öğrencilere kargo ve posta ile gönderilen materyallerle (kitap, dergi, DVD, CD, mektup gibi), eğitim verilen web siteleri ya da televizyon ve radyo yayınları ile sağlanmaktadır. Öğretmen tarafından öğrenciye ulaştırılan kaynaklara öğrenci kendisi çalışmakta ve bireysel olarak kendi kendine öğrenmektedir (Özer, 2011). Tek yönlü iletişimde uzaktan eğitime ilişkin bazı avantajlar ve dezavantajlar mevcuttur. Düşük maliyet ile kalabalık öğrenci topluluklarına hitap edebilme, farklı sebeplerle yerinde eğitime erişemeyen bireylerin fiziki olarak yer değiştirmeden eğitim almalarına fırsat sağlama, günümüzün imkanlarında kesintisiz bir eğitim verilebilme avantajlarına sahiptir. Sınavlarda güvenilirlik ve geçerliliği sağlamanın zor olduğu, anında etkileşim olmadığından öğrencilerin ders zamanlarında soru sormadığı, anında öğretmen kontrolü olmadığından eksik ya da doğru olmayan öğrenmenin olabileceği gibi dezavantajlı yönleri de vardır (Moore ve Kearsley, 2011).

Çift yönlü iletişim ile uzaktan öğrenme, öğrenci ve öğretmen etkileşiminin iki yönlü olduğu, öğrenci ile öğretmenin karşılıklı olarak etkileşimiyle işlenen eğitim türü çift yönlü iletişim ile uzaktan eğitim türüdür. Çift yönlü iletişim türünde öğrenciler fiziki olarak herhangi bir mekânda bulunmak zorunda değildir. Ancak zaman olarak öğrenciler önceden belirlenen zamanda dersin yapıldığı uzaktan eğitim programında olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle, öğrenciler önceden belirlenmiş zaman dilimlerinde derse katılmaktadır (İşman, 2011). Hem öğretmen hem de öğrenciler etkin rol oynamaktadır. Anında dönütler alınabilmektedir fakat tam olarak öğrenme kontrolleri sağlanamamaktadır. Çift yönlü iletişimle uzaktan eğitim türünde öğrenme ile öğrenci arasında soru cevap alışverişleri de olabilmektedir. Çift yönlü iletişim ile öğrenciler öğretmene soru sorabilmekte ve ders esnasında tartışmalara katılabilmektedir. Bireysel olarak çalışmaya imkân sağlayan çift yönlü iletişim aynı zamanda grup ile çalışma için de uygun bir uzaktan eğitim türüdür (İşman, 2008). Çift yönlü iletişim kullanılan uzaktan eğitim sistemlerinde öğrenme, internet kullanılarak mobil cihazlar ve bilgisayarlarla ya da televizyon ve radyo yayınlarıyla sağlanmaktadır. Çift yönlü iletişim uzaktan eğitime ilişkin bazı avantajlar ve dezavantajlar mevcuttur (Moore ve Kearsley, 2011; İşman, 2015); maliyet bakımında uygun olduğu için daha fazla öğrenci tarafından tercih edilebilir, fiziki olarak uzak mekânlarda bulunan öğrencilere eğitime ulaşım fırsatı sağlamaktadır ve öğretmen ve öğrencilerin kişisel tercihleri bakımından esneklik sağlamaktadır. Televizyon ve radyo yayınlarıyla internet altyapı sistemlerinin ilk etapta kurulması maliyetlidir, iklimsel koşulları ve teknik sorunlar derslerin yapılmasını engelleyebilir, sınavlar ile ilgili güvenilirlik ve geçerlilik zor olabilir, sayıca çok olan öğrenci grupları ile eğitimin yürütülmesinde öğretmen sınıf yönetirken zorlanabilir ve öğretmenin birebir öğrencilerle etkileşim kurması zordur.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve buna bağlı olarak gelişen kazanımlar sonucunda yeni bir öğrenme modeli olarak hibrit eğitim modeli hayatımıza girmiştir (Demir, 2014: 204). Hibrit eğitim geleneksel yüz yüze eğitim ve öğrenme deneyimlerinin çevrimiçi eğitim ve öğrenme deneyimleriyle bütünleştirilmesi olarak ifade edilmektedir (Garrison ve Kanuka, 2004: 95). Öğrencilerin mevcut ön bilgileri, nasıl öğrendikleri, kişisel ve demografik özellikleri eğitim ortamını ve uzaktan eğitim sistemlerini kullanırken ihtiyaçlarının farklılaşmasına neden olmaktadır. Hibrit eğitim modelinde eğitim ve öğrenim ortamında eğitim alan öğrenciler arasındaki çeşitli farklılıklar dikkate alınarak her bir öğrencinin öğrenme ihtiyacına göre esnek olan öğrenme ortamları oluşturulabilir (Brusilovsky ve Peylo, 2003: 160). Teknolojik tüm araçların kullanılarak, klasik eğitim ile web temelli uzaktan eğitim sistemlerinin harmanlanarak planlandığı eğitim modeli hibrit eğitimdir (Palas-Bozkurt, 2019). Hibrit eğitimin en önemli amacı çevrimiçi uzaktan eğitimin dezavantajlarını ortadan kaldırmaktır (Tayebnik ve Puteh, 2013). Hibrit eğitim, web temelli uzaktan eğitim sisteminde asenkronla senkron yöntemlerin faydalarının hepsini sağlamakla beraber bu yöntemlerin dezavantajlarının da ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır (Erfidan, 2019). Bundan dolayı, hibrit eğitim modeli eğitim sisteminde öğrenciyi merkeze almayı hedefleyen yapılandırıcı yaklaşımın uygulanmasına imkân sağlamaktadır (Demir, 2014: 204).

Uzaktan eğitimin avantajlarına yönelik gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarına göre doğru uygulanan metot ve yöntemlerle, teknolojinin ekseninde öğrenci ve öğretmen etkileşiminin sağlanmasıyla beraber uzaktan eğitim yüz yüze eğitim kadar başarılı olabilmektedir (Aldım, 2013). Uzaktan eğitim sistemleri ve uygulamalarının artmasının nedenlerine örnek olarak öğrenenlerin öğrenme hızı ve kapasitesine uygun olarak çeşitli eğitim ve öğretim materyalleri sunması ve eğitimde fırsat eşitliği sağlanması gösterilebilir (Çağiltay, 2001). Teknolojinin ilerlemesi ile beraber klasik uzaktan eğitim sistemlerinin yerine e-öğrenme (internet aracılığıyla mobil cihazlar ve bilgisayarlarla) geçmiştir, dolayısıyla uzaktan eğitim birçok avantaja sahip olmuştur (Yurdakul, 2005). E-öğrenme ile öğrenci ve öğretmenler bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte, bilgiye ulaşmayı amaçlayan herkesin istediği mekân ve zamanda eğitime erişmesine olanak sağlamaktadır. E-öğrenmede bilgisayar teknikleriyle çeşitli işitsel ve görsel materyaller kullanılarak öğrencilerin ilgisi çekilebilmekte, böylelikle öğrenciler araştırma yapmaya teşvik edilmekte ve öğrencilerin öğrendiği bilgilerin kalıcı olması sağlanmaktadır (Altıparmak, Dürdane ve Kapıdere, 2011). Uzaktan eğitim türleriyle öğrencilerin eğitim giderleri düşmekte, okula erişimi olmayan engelli öğrenciler eğitim imkânlarından yararlanabilmektedir. İş hayatlarından dolayı eğitime erişimde zaman sorunu olan çalışan bireylerin iş hayatlarından kopmayacak bir şekilde eğitim almaları için uzaktan eğitim sistemi büyük avantajlar sağlamaktadır (Yekta, 2004). Eğitim ve öğrenmede genel olarak zaman sorunu olmadan her zaman erişim olması

ve mekân sorunu olarak her ortamda erişilebilmesi bakımından uzaktan eğitim modelleri yaygın ve örgün eğitim-öğretimde her kesimden ve yaştan insana hitap ederek büyük kitlelerin eğitimine katkı yapmaktadır (Altıparmak vd., 2011). Uzaktan eğitim sisteminde öğrenme sorumluluğunun öğrencilere ait olmasından dolayı öğrencileri kişisel kontrol mekanizmaları da gelişmektedir. Benzer şekilde uzaktan eğitim sisteminde öğrencilerin birbiriyle bilgi paylaşımında bulunması ile grup ile çalışma alışkanlığı kazandırılmakta ve öğrencilerin sosyalleşmeleri sağlanmaktadır (Yekta, 2004). Yüksek öğretim kurumlarında bina kapasite azlığı, akademisyen ve öğrenci sayılarının az olması gibi nedenlerle lisansüstü eğitimler internet tabanlı olarak uzaktan eğitimle verilebilmektedir. Uzaktan eğitim yetişkinlerin uzaktan eğitim sertifika programları eğitimlerine katılarak yaşam boyu öğrenmelerine imkân sunmaktadır (Altıparmak vd., 2011).

Geleneksel eğitim sisteminde var olan öğrenen ve öğretmenin yakın ilişkisi ve birbiriyle etkileşimi uzaktan eğitim sisteminde sağlanamamaktadır. Dolayısıyla, okul ve sınıf ortamının getirmiş olduğu psikolojik ve sosyal ihtiyaçların uzaktan eğitim sisteminde karşılanamaması öğrencilerde izole olmuş hissi uyandırmanın yanı sıra öğrencilerin grup halinde çalışma yeteneklerinin gelişmesine de engel olmaktadır. Laboratuvar ve atölye gibi uygulamaya dönük derslerin uzaktan eğitim ile verilmesi bu derslerde verimliliği düşürmektedir. Bilgisayar ve iletişim teknolojileri aracılığıyla yapılan uzaktan eğitimde; eğitim görececek öğrencilerin teknolojik araçlara maddi sebeplerle ulaşamaması, sistemin ilk kurulum maliyetinin fazla olması, dijital okur yazarlığın yeterli seviyede olmaması, alt yapı eksikleri ya da internet hız ve bağlantı problemleri uzaktan eğitim sistemini yavaşlatabilmekte ve öğrencilerin de verimli ve etkin bir eğitim almasına engel olabilmektedir (Sığın, 2020). Kendi kendini güdülemede başarısız olan, tek başına öğrenme sorumluluğunu taşımakta güçlük çeken öğrenciler uzaktan eğitimde zorlanmaktadır (Aktaş, 2013). Öğrencilerde rahatlık oluşarak öğrencilerin zamanı kaliteli ve etkin kullanması sorunu olabilir, çünkü uzaktan eğitim sisteminde derslere tekrar erişim imkânı vardır. Ayrıca bazen öğrenciler bulunduğu ortamdan etkilenerek konsantrasyon problemi yaşayabilmektedir (Çetiner, Gencel ve Erten, 1999). Uzaktan eğitimde öğretmen ile öğrenci ilişkisinin kurulamaması ya da kitlesel öğrenci gruplarının olmasından dolayı öğrenciyle öğretmen arasındaki iletişim güçleşmektedir. Öğretmenlerin dersleri planlaması ve materyalleri hazırlaması oldukça zaman almaktadır, çünkü her bir öğrencinin bireysel farklılıkları vardır. Erişilemeyen öğrencilerin eksik öğrenmeleri engellenememektedir ve öğretmenin ders anında beden dilini kullanmadaki kısıtları nedeniyle öğrencilerin derse olan motivasyonları azalmaktadır (Sığın, 2020).

Tekin (2007), uzaktan eğitim modeliyle öğretmenlere sağlanan hizmet içi eğitimin öğretmenlerin öz-yeterliliğine etkisini belirlemek amacıyla deneysel yöntem kullanılarak araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışmada Muğla'da ilkokullarda görev yapan 47 öğretmenden veri toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda uzaktan eğitim modeliyle öğretmenlere verilen hizmet içi eğitim ile araştırmaya katılan öğretmenlerin bilgisayara yönelik tutumlarıyla öz-yeterlilik algıları arasında olumlu ilişki tespit edilmiştir. Erkek öğretmenlerin bilgisayara karşı tutumu ve öz-yeterlilik algılarının kadınlara kıyasla daha düşük olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin branşları ve kıdemleriyle bilgisayara karşı tutumları ve öz-yeterlilik algıları arasında ise anlamlı farklılık bulunmamıştır. Kılınc (2015), İslam Ahlak Felsefesi dersinin uzaktan eğitim ile verilmesindeki etkililiği belirlemek amacıyla araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada deneysel model yöntemi ile 163 öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda cinsiyet, medeni durum, meslek, mezun olunan lise, çalışılan yer, doğum yeri, kıdem, yaş bakımından anlamlı bir fark bulunmamışken, sadece çocuk sayısı bağlamında fark olduğu belirlenmiştir. Belirlenen bu fark ise çocuk sayısı sıfır olanlar lehinedir. Ağaoğlu (2020), uzaktan eğitim anında kullanılan oyunlaştırma tekniğinin öğrencilerin akademik başarısına ve motivasyonlarına etkisini ölçmek için çalışma yapmıştır. Çalışma sonuçlarına göre uzaktan eğitimde kullanılan oyunlaştırma tekniğinin öğrencilerin akademik başarısını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak oyunlaştırma tekniğinin öğrencilerin motivasyonuna anlamlı bir etki yapmadığı tespit edilmiştir. Oyunlaştırma tekniği kullanılan derslerde oluşan rekabet ortamı ve zaman kısıtlamasının öğrencilere olumsuz etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Akgül (2021), sanat eğitiminin uzaktan eğitim ile verilmesi ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Bulgulara göre akademisyenlerin uzaktan eğitim ile karşılaştığı sorunların bireysel farklılıklar, katılım yetersizliği, motivasyon eksikliği, etkin öğrenme eksikliği ve teknik problemler olduğu belirlenmiştir.

Glenn (2001), amacı uzaktan eğitim öğrencileri ile yüz yüze eğitim gören öğrencilerin başarı ve tutumları arasındaki farklılıkları karşılaştırma olan bir araştırma yapmıştır. Araştırmada deneysel model yöntemi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre ön test ve son test analizleri sonucunda herhangi bir farklılık bulunmamıştır. Araştırmada yüz yüze eğitim alanlar ile uzaktan eğitim alanlar arasında da herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Sadera, Robertson, Song ve Midon (2009), amacı uzaktan eğitimde toplum ve öğrenci başarısı arasındaki ilişkiyi incelemek olan bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın evrenini lisans eğitimi alan insanlar oluşturmaktadır. Araştırmada veriler 121 öğrenciden anket ile elde edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre; öğrencilerin uzaktan eğitim başarıları ve toplum algısı arasında olumlu bir etki olduğu belirlenmiştir. Ancak, bazı sınırlamalar bulunmaktadır. Bunlar: uzaktan eğitim alanları, kullanılan eğitim stratejileri ve toplumdaki farklılıklar ve katılımcıların geçmiş eğitim dönemlerinde uzaktan eğitime katılmış olmalarıdır. Mokoena (2017), Güney Afrika'da uzaktan eğitim veren okullarda öğretmen adaylarının deneyimlerini inceleme amacıyla araştırma yapmıştır. Araştırma bulgularına göre; öğretmenlerin denetim ve danışmanlık konularında problemlerle

karşılaştıkları belirlenmiştir. Ayrıca öğretmen adaylarının onaylandıkları okullara internet üzerinden yerleşmelerini sağlayacak bir internet uygulamasına ihtiyaç olduğu araştırmanın bir diğer sonucudur. Perez-Lopez, Atochero ve Rivero (2021), Covid-19 pandemi döneminde uygulanan uzaktan eğitim modellerine odaklanarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Anket yolu ile 548 üniversite öğrencisinden veriler elde edilmiştir. Ardından öğretim üyeleri ile mülakat yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre; düşük eğitim düzeyine sahip ailelerden gelen öğrencilerin dijital teknolojileri kullanmak için daha az fırsata sahip olduğu belirlenmiştir. Uzaktan eğitimde ders çalışmak için harcanan zaman ile akademik performans arasında ters bir ilişki tespit edilmiştir.

Literatürde farklı yazarlar (Akbaba, 2006; Örucü ve Kanbur, 2008; Hoy ve Miskel, 2010; Usher, 2012) tarafından çeşitli motivasyon tanımları yapılmıştır. En kısa tanımıyla motivasyon insanları harekete geçmeye iten unsurlardır (Usher, 2012). Motivasyonun öğrenme üzerindeki etkisi düşünüldüğünde teknolojinin öğrenciyi daha aktif yapabileceği ve böylece motivasyonunu artırabileceği düşünülmektedir. Kullanılan teknolojinin öğrenme üzerindeki etkisi 1980'lerden günümüze devam etmekte olan bir tartışmanın konusudur. Özdemir (2015) teknolojinin motivasyona etkisini araştırdığı çalışmada teknolojinin kullanılması öğrenme sürecini olumlu etkilemektedir sonucuna varmıştır. Öğrenci motivasyonu öğrencinin eğitim-öğretim sürecine dahil olma isteğidir. Öğrencilerin eğitim-öğretim sürecinde memnuniyet ve doyum hissetmesi gereklidir. Bundan dolayı motivasyon öğrencilerin yeni tecrübeler edinme ve amaçlarına anlam yükleme isteği uyandırmaktadır. Öğrenci ancak o zaman öğrenime etkin bir şekilde katılabilir (Ceylan, 2003). Öğrencide yetenek eksikliği var ise motivasyonu düşmektedir (Peng vd., 2013). Dolayısıyla öğrenci motivasyonuna etki eden yetenek, öğretmen, çevre, bilgi gibi unsurları yeterli düzeyde arttırmak gerekmektedir (Bayraktar, 2015). İnsanların motivasyonunu etkileyen unsurlar oldukça çok olduğu için uzaktan eğitim sınıflarında öğrencilerin motivasyonunu sağlamak güçtür. Çünkü uzaktan eğitim sınıflarında daha fazla uyarıcı bulunmaktadır ve öğrenciler bunlardan oldukça etkilenmektedir. Uzaktan eğitim sınıflarında öğretmenler öğrencilerin motivasyonunu azaltan unsurları belirleyerek bunları azaltmalıdır. Öğrencilerin motivasyonu artırılınca öğrenciler derslere katılmakta, dersleri dikkatlice dinlemekte ve sorular sorarak katılım sağlamaktadır (Topçuoğlu-Ünal ve Bursalı, 2013).

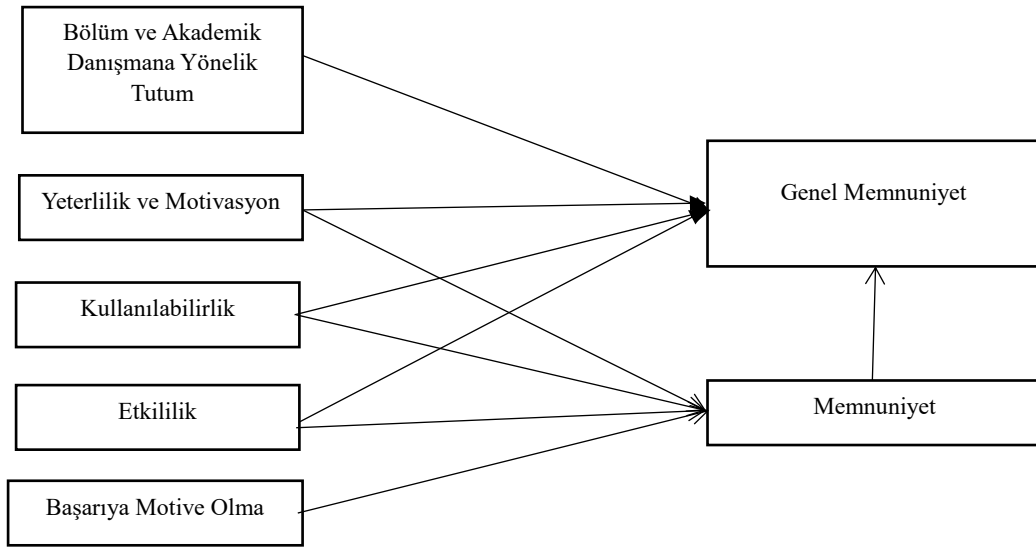
3. YÖNTEM

Araştırmanın ana amacı Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerine verilen uzaktan eğitime yönelik sorunları belirlemek ve öğrencilerin tutumlarına etkisini ortaya çıkarmaktır. Covid-19 pandemisi ve karantinalardan dolayı birçok ülkedeki gibi Türkiye'de de üniversitelerde eğitim uzaktan eğitime geçmiştir. Bundan dolayı eğitimin paydaşları olan öğrenciler ve öğretim üyeleri uzaktan eğitim sistemine uyum sağlamak zorunda kalmıştır. Uzaktan eğitim sistemine uyum için dijital araçları kullanım yetkinliği ve altyapının sağlanması önem arz etmektedir. Bundan dolayı araştırmada uzaktan eğitim sistemi bağlamında yeterlilik, motivasyon, kullanılabilirlik, etkililik ve memnuniyet konularına odaklanılmıştır. Böylelikle araştırmada Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitim sisteminde karşılaştıkları sorunlar ortaya konularak önerilerde bulunulması hedeflenmiştir. Araştırmada ayrıca uzaktan eğitim döneminde öğrencilerin bölümleri ve danışmanlarına yönelik bakış açıları da incelenmiştir.

Çalışma kapsamında test edilen araştırma modeli Şekil 1'de verilmiştir. Araştırma modeli ve araştırmanın amaçları göz önünde bulundurularak araştırmada geliştirilen hipotezler şunlardır;

- H₁: Bölüm ve akademik danışmana yönelik tutum ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂: Uzaktan eğitime yönelik tutumun yeterlilik ve motivasyon boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₃: Uzaktan eğitime yönelik tutumun kullanılabilirlik boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₄: Uzaktan eğitime yönelik tutumun etkililik boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₅: Uzaktan eğitime yönelik tutumun memnuniyet boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₆: Uzaktan eğitime yönelik tutumun yeterlilik ve motivasyon boyutunun memnuniyete etkisi vardır.
- H₇: Uzaktan eğitime yönelik tutumun kullanılabilirlik boyutunun memnuniyete etkisi vardır.
- H₈: Uzaktan eğitime yönelik tutumun etkililik boyutunun memnuniyete etkisi vardır.
- H₉: Uzaktan eğitimde başarıya motive olmanın genel memnuniyete etkisi vardır.

Şekil 1
Araştırma Modeli



Yükseköğretim Kurumu (YÖK) 2020-2021 verilerine göre Türkiye’de 106.148 doktora, 343.569 yüksek lisans, 4.676.657 lisans ve 3.114.623 ön lisans öğrencisi bulunmaktadır (YÖK, 2022). Çalışmanın evrenini üniversitelerde eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Vakıf üniversitelerinde veri toplama zorluğundan dolayı sadece devlet üniversiteleri örneklem olarak seçilmiştir. Lisansüstü eğitimin lisans ve ön lisans eğitiminden farklı olmasından dolayı çalışmada sadece pandemi sürecinde uzaktan eğitim ile eğitim alan ön lisans ve lisans öğrencileri seçilmiştir. Anket Covid-19 pandemisinden dolayı ve daha hızlı erişim sağlanması açısından online olarak hazırlanmış ve örnekleme ulaştırılmıştır. Veriler Mart 2021’de toplanmıştır. Çalışmada %5 örnekleme hatasıyla en az 384 kişiden veri toplanması gerektiği hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Araştırmada toplam 420 katılımcıdan veri toplanmış ve çalışmanın temel amacına ve hedeflerine ulaşılacak şekilde analizlere tabi tutulmuştur.

Çalışma nicel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacına ulaşmak için anket ile veriler elde edilmiştir. Anket uygulaması için Rumeli Üniversitesi’nden 28.01.2022 tarihli ve Madde No 10 ile etik kurul onay kararı alınmıştır. Hazırlanan anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Birinci bölümde cinsiyet, yaş, eğitim aldığı düzey, sınıf düzeyi, uzaktan eğitimde çoğunlukla bulunduğu yer (il merkezi, ilçe merkezi, belde ve köy), bilgisayar kullanma düzeyi ve günlük bilgisayar kullanma süresi soruları yer almaktadır. İkinci bölümde uzaktan eğitimin hangi cihazlardan takip edildiği, derslerin ne sıklıkla takip edildiği, takip edilmediyse nedenler nelerdir, hangi yöntemlerle ders verildiği ve uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyet oranı sorularına yer verilmiştir. Hazırlanan anketin üçüncü bölümünde uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin bölümü ve akademik danışmanlarına yönelik 5’li Likert olarak 7 ifadeli ölçek bulunmaktadır. Anketin dördüncü kısmında modeldeki dört boyut kapsamında pandemi döneminde uzaktan eğitim sistemlerinin kullanılmasına yönelik tutum ölçeği bulunmaktadır. Yeterlilik ve motivasyon boyutunda 6 ifade, kullanılabilirlik boyutunda 8 ifade, etkililik boyutunda 5 ifade ve memnuniyet boyutunda 6 ifade olmak üzere toplam 25 ifade katılımcılara yöneltilmiştir. Başarıya motive olma ölçeğinde toplam 5 ifade bulunmaktadır. Boyutlar ve ifadeler Yıldız, Çengel ve Alkan’ın (2021) çalışmasından uyarlanmıştır. İfadeler ankette 5’li Likert (1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: kararsızım, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) şeklinde hazırlanmıştır.

Araştırmada öncelikle ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği için analizleri yapılmıştır. Ölçekte yer alan boyutlarla ilgili faktör analizi, Croanbach Alpha (α) hesaplaması ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ve anketin ikinci bölümündeki sorular frekans analizine tabi tutularak tablolaştırılmıştır. Ölçeğin üçüncü bölümündeki bölüm ve akademik danışman ile ilgili ifadeler için ortalama ve standart sapma analizi gerçekleştirilmiş ve yorumlanmıştır. Katılımcıların uzaktan eğitime olan algılarını belirlemek için tutum ölçeğindeki 4 boyuttaki ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Demografik değişkenlere göre algı farklarını ortaya çıkarmak için t-test ve ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitim döneminde sisteme yönelik bölüm ve akademisyene yönelik algıları ile memnuniyetleri arasındaki ilişki için korelasyon analizi yapılmıştır. En son yeterlilik ve motivasyon, kullanılabilirlik ve etkililik boyutlarının memnuniyete olan etkisi belirlenmiştir.

Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğinin test edilmesi için öncelikle açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ardından doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizinde öncelikle faktör analizi yapılmıştır. Ardından (α) değerleri hesaplanmıştır. Bölüm ve akademik danışmana yönelik algı ölçeği tek faktörlü olarak belirlenmiş ve faktör yükleri, varyans açıklama oranı, KMO değeri ve (α) değeri hesaplanmıştır. KMO değeri 0,50'nin altına düşünce ise kabul edilmez ve 1'e yaklaştıkça mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Tavşancıl, 2010). Bölüm ve akademik danışmana yönelik algı ölçeğinin KMO değeri 0,916 olup mükemmel olarak değerlendirilmektedir. KMO değerlerinin 1'e yakın olarak hesaplanması araştırmadaki örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olduğunu göstermektedir (Otrar ve Arğın, 2015). Ölçeğin toplam varyans açıklama oranı %71 olarak hesaplanmıştır. Ölçekteki ifadelerin faktör yükleri 0,646 ile 0,891 arasında değişmektedir. Bundan dolayı ifadelerin ölçeği temsil ettiği söylenebilir (Zeller ve Karmines, 1978). Ölçeğin (α) değerleri 0,60'tan yüksektir, dolayısıyla ölçeğin iç tutarlığa sahip ve güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2014).

Uzaktan eğitim sistemine yönelik tutum ölçeğinin 4 boyut kapsamında faktör yükleri ve varyans açıklama oranı (TVA), KMO değeri, Barlett değeri ve (α) değeri belirlenmiştir.

- Yeterlilik ve motivasyon boyutu ifadelerinin faktör yükleri 0,880 ile 0,921 arasında değişmektedir. (α) değeri %95, toplam varyans açıklama oranı %81, KMO değeri 0,911 ve p değeri 0,000 olup bu değerler boyutun geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlamaktadır.
- Kullanılabilirlik boyutu ifadelerinin faktör yükleri 0,650 ile 0,870 arasında değişmektedir. (α) değeri %87, toplam varyans açıklama oranı %55, KMO değeri 0,853 ve p değeri 0,000 olup bu değerler boyutun geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlamaktadır.
- Etkililik boyutu ifadelerinin faktör yükleri 0,810 ile 0,917 arasında değişmektedir. (α) değeri %93, toplam varyans açıklama oranı %80, KMO değeri 0,867 ve p değeri 0,000 olup bu değerler boyutun geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlamaktadır.
- Memnuniyet boyutu ifadelerinin faktör yükleri 0,895 ile 0,943 arasında değişmektedir. (α) değeri %95, toplam varyans açıklama oranı %86, KMO değeri 0,904 ve p değeri 0,000 olup bu değerler boyutun geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlamaktadır.

KMO değeri 0,50'nin altına düşünce ise kabul edilmez ve 1'e yaklaştıkça mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Tavşancıl, 2010). KMO değerleri hesaplandığında mükemmel olduğu görülmektedir. KMO değerlerinin 1'e yakın olarak hesaplanması araştırmadaki örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olduğunu göstermektedir (Otrar ve Arğın, 2015). Ölçeklerin toplam varyans açıklama oranları %55'in üzerinde olarak hesaplanmıştır. Ölçekteki ifadelerin faktör yükleri 0,650 üzerindedir. Bundan dolayı ifadelerin ölçeği temsil ettiği söylenebilir (Zeller ve Karmines, 1978). Ölçeğin (α) değerleri 0,60'tan yüksektir, dolayısıyla ölçeğin iç tutarlığa sahip ve güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2014).

Doğrulayıcı faktör analizinde ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği için Lisrel ile yol analizleri gerçekleştirilmiş ve uyum indekslerine bakılmıştır. Bölüm ve akademik danışmana yönelik olan tek boyutlu tutum ölçeği için gerçekleştirilen yol analizinin model uyum indeks sonuçları hesaplanmıştır. Uyum indekslerine bakılınca AGFI değeri 0,87; GFI değeri 0,89 ve PNFI değeri 0,64 olarak hesaplanmış olup kabul edilebilir düzeydedirler. CFI değeri 0,96; NFI değeri 0,96; NNFI değeri 0,94; RFI değeri 0,94; IFI değeri 0,96; RMSEA değeri 0,00 ve SRMR değeri 0,04 olarak hesaplanmıştır ve bu değerler mükemmel uyum göstermektedir. Uyum indeksleri incelenince modelin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir (Baumgartner ve Homburg, 1996; Browne ve Cudeck, 1993; Byne, 2010; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2011; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

Öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik tutumu ile ilgili 4 boyutlu ölçek için gerçekleştirilen yol analizi şekli belirlenmiştir. Uzaktan eğitime yönelik olan 4 boyutlu tutum ölçeği için gerçekleştirilen yol analizinin model uyum indeks sonuçları hesaplanmıştır. Uyum indekslerine bakılınca AGFI değeri 0,80; GFI değeri 0,87; CFI değeri 0,93; NFI değeri 0,92; NNFI değeri 0,93; RFI değeri 0,92 ve IFI değeri 0,93 olarak hesaplanmış olup kabul edilebilir düzeydedirler. RMSEA değeri 0,00; SRMR değeri 0,04 ve PNFI değeri 0,86 olarak hesaplanmıştır ve bu değerler mükemmel uyum göstermektedir. Uyum indeksleri incelenince modelin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir (Baumgartner ve Homburg, 1996; Browne ve Cudeck, 1993; Byne, 2010; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2011; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim aldığı düzey, sınıf düzeyi, uzaktan eğitim sürecinde çoğunlukla bulunduğu yer, uzaktan eğitim derslerini hangi cihazlarla takip ettiği, bilgisayar kullanma düzeyleri ve günlük bilgisayar kullanma süresi özellikleriyle ilgili gerçekleştirilen frekans analizinin bulguları raporlanmıştır. Katılımcıların 273'ü kadın

iken 147'si erkektir. Yaş olarak katılımcıların 77'si "19 ve altı", 142'si "20 yaş", 115'i "21 yaş" ve 86'sı "22 ve üzeri" yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların 242'si ön lisans ve 178'i lisans düzeyinde uzaktan eğitim almaktadır. Sınıf düzeyi olarak katılımcıların 21'i 1. sınıf, 333'ü 2. sınıf, 43'ü 3. sınıf ve 23'ü ise 4. sınıf öğrencisidir. Uzaktan eğitim sürecinde katılımcıların 154'ü il merkezinde, 200'ü ilçe merkezinde, 22'si belde ve 44'ü köyde bulunmuştur. Katılımcıların 222'si akıllı cep telefonundan, 193'ü bilgisayardan ve 5'i tableten uzaktan eğitim derslerine katılmıştır. Bilgisayar kullanma düzeyine bakılınca ise katılımcıların 103'ünün temel, 250'sinin orta ve 67'sinin ileri düzeyde bilgisayar kullandığı görülmektedir. Son olarak katılımcıların 257'si "2 ve altı saat", 96'sı "3-4 saat" ve 67'si "5 ve üzeri saat" günlük bilgisayar kullanmaktadır.

4.2. Uzaktan Eğitim Derslerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların uzaktan eğitimde hangi yöntemle ders gördüğü ile ilgili frekans analizi sonuçları belirlenmiştir. Aynı anda birden çok yöntem kullanılabilirdiği için birden çok işaretleme yapılmış olup her bir yöntem için ayrı frekans analizleri yapılmıştır. En çok kullanılan uzaktan eğitim yöntemi canlı derstir. 409 katılımcı canlı ders, 130 katılımcı bant yayını, 127 katılımcı ödev teslimi, 96 katılımcı materyal paylaşımı ve 77 katılımcı internette mevcut olan videoların linklerinin paylaşılması ile uzaktan eğitim derslerini aldıklarını belirtmiştir. Uzaktan eğitim derslerini takip etme sıklıkları da hesaplanmıştır. Katılımcıların 88'i derslerini düzenli olarak takip etmiş, 173'ü derslerini sıklıkla takip etmiş ancak kaçırdığı dersleri olmuştur. 134 katılımcı derslerini nadiren takip etmiştir. Derslerini takip etmeyen/edemeyen katılımcı sayısı 25'tir. Derslerini kaçıran, takip etmeyen ve takip edemeyenlerin gerekçeleri belirlenmiştir.

Katılımcıların uzaktan eğitimde derslere katılmamasının en önemli üç nedeninin internet bağlantı sorunu, internet paketinin olmaması ve çalışıyor olmak olduğu belirlenmiştir. Diğer nedenler ise sırasıyla bilgisayar, akıllı telefon ve tablet olmaması; motivasyon eksikliği; gereksiz yani isteyerek derslere katılmama; verimsiz derslerin olması; dikkat toplayamamak; uzaktan eğitim sistem sorunu; ailevi sebepler ve elektrik sorunudur. Katılımcıların uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyet oranları ölçümlenmiştir. Katılımcıların uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyetleri 1: hiç memnun değilim ve 5: çok memnun olacak şekilde sorulmuştur. Katılımcıların 81'i uzaktan eğitimden hiç memnun değilken, 87'si ise çok memnundur. Memnuniyet düzeyini 2 olarak belirten katılımcı sayısı 59, 3 olarak belirten katılımcı sayısı 122 ve 4 olarak derecelendiren katılımcı sayısı ise 71'dir.

4.3. Bölüm ve Akademik Danışmana Yönelik Bulgular

Katılımcıların uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik ifadelerine olan algılarını belirlemek için ortalama (mean) analizi yapılmıştır. Katılımcıların algısının yüksek olduğu ilk üç ifade, "uzaktan eğitim döneminde, asistanlar ve bölüm hocalarıyla rahat bir şekilde iletişim kurabildim", "uzaktan eğitim döneminde, ihtiyaç duyduğumda akademik danışmanım ile rahat bir şekilde iletişim kurabildim", "bölümümüzün uzaktan eğitim döneminde gerçekleştirdiği duyuru ve bilgilendirmeleri yeterli buluyorum" ifadeleridir. Dolayısıyla öğrencilerin Covid-19 döneminde verilen uzaktan eğitim sürecinde bölümleri ve akademik danışmanlarıyla iletişim konusunda sorun yaşamadığı ve bilgilendirildikleri söylenebilir. Katılımcıların algısının 3,00'ın altında olan iki ifade vardır. Bu ifadeler "uzaktan eğitim döneminde sorunlarımın dikkate alınıp hızlıca çözüm üretildiğini düşünüyorum" ve "uzaktan eğitime bölümümüz kolay bir şekilde uyum sağladı" ifadeleridir. Dolayısıyla her ne kadar öğrenciler uzaktan eğitim döneminde bölüm ve akademik danışmanla iletişim kurmada sorun yaşamasa da yaşadıkları sorunların dikkate alınarak hızlıca çözüme kavuşturulması konusunda problemler yaşamıştır. Ayrıca öğrenciler bölümlerinin uzaktan eğitime kolay uyum sağlamadıklarını düşünmektedir.

Covid-19 uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin bölüm ve akademik danışmana yönelik tutumları ile uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyetleri arasında ilişki olup olmadığının (H_1) tespit edilmesi için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon aralığı 0,200 ile 0,400 arasındaki ilişki zayıf ve 0,400 ile 0,600 arasındaki ilişki orta düzeyde ilişki olarak yorumlanmaktadır (Ersöz ve Ersöz, 2019). Uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik tutum ile uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyet arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişki (0,493) mevcuttur. Benzer şekilde ifadeler bağlamında ise bölüm hocaları ve asistanlarla rahatlıkla iletişim kurma (0,410), bölümün uzaktan eğitim sürecinde yaptığı bilgilendirme ve duyurular (0,415), bölümün uzaktan eğitime kolay uyum sağlaması (0,477) ve sorunların dikkate alınıp hızlıca çözüme kavuşturulması (0,439) ile memnuniyet arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişki mevcuttur. Uzaktan eğitim sürecinde akademik danışmanla ve bölüm başkanıyla iletişim kurma ile memnuniyet arasında anlamlı ilişki (0,394) belirlenmiştir. İlişki zayıf düzeyde ve pozitif yönde bir ilişkidir. Dolayısıyla "bölüm ve akademik danışmana yönelik tutum ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Cinsiyete göre uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarda fark olup olmadığını tespit etme amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre bir ifadeye fark olduğu belirlenmiştir. "Uzaktan eğitim sürecine bölümümüz kolay uyum sağladı" ifadesine kadınların algısı (3,16) erkeklerin algısından (2,86) daha yüksektir ($p=0,33$). Yaşa göre uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarda fark olup olmadığını tespit etme amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre fark bulunmamıştır. Katılımcıların

eğitim aldığı düzey ile bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarında fark tespit edilmemiştir. Sınıf düzeyine göre uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarda fark olup olmadığını belirlemek için gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçlarına göre 2 ifadede algı farkı belirlenmiştir. “Uzaktan eğitim döneminde, ihtiyaç duyduğumda akademik danışmanım ile rahat bir şekilde iletişim kurabildim” ifadesine 1. ve 2. sınıf öğrencilerin algısı 4. sınıf öğrencilerinin algısından daha düşüktür. “Uzaktan eğitim döneminde, asistanlar ve bölüm hocalarıyla rahat bir şekilde iletişim kurabildim” ifadesine 1. sınıf öğrencilerin algısı 4. sınıf öğrencilerinin algısından daha düşüktür. Bu algı farkının nedeni olarak 4. sınıf öğrencilerin daha önceden fiziki olarak dersler aldığından dolayı akademik danışman ve asistanları tanıyıyor olmaları gösterilebilir.

Bilgisayar kullanma düzeyine göre uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarda fark olup olmadığını belirlemek için gerçekleştirilen ANOVA sonuçlarına göre 1 ifadede fark olduğu tespit edilmiştir. “Uzaktan eğitim döneminde, asistanlar ve bölüm hocalarıyla rahat bir şekilde iletişim kurabildim” ifadesine temel düzeyde bilgisayar kullananların algıları (2,79) orta düzeyde bilgisayar kullananların algısından (3,18) daha düşüktür.

Günlük bilgisayar kullanma süresine göre uzaktan eğitim sürecinde bölüm ve akademik danışmana yönelik algılarda fark olup olmadığını belirlemek için gerçekleştirilen ANOVA sonuçlarına göre 1 ifadede fark olduğu tespit edilmiştir. “Yüz yüze eğitime geri dönüldüğünde bazı derslerin uzaktan eğitim ile yapılmasının faydalı olacağını düşünüyorum” ifadesine günlük “2 saat ve altı” bilgisayar kullananların algıları (2,84) “3-4 saat” bilgisayar kullananların algısından (3,41) daha düşüktür. Günlük bilgisayar kullanma süresi fazla olanların uzaktan eğitimin daha faydalı olduğunu düşündüğü söylenebilir.

4.4. Araştırma Problemine Yönelik Bulgular

Katılımcıların Covid-19 döneminde uzaktan eğitim sürecinde uzaktan eğitime yönelik tutumları ölçeğindeki ifadelerle katılımcıların algılarını belirlemek için gerçekleştirilen ortalama (mean) analizi sonuçları boyutlar kapsamında incelenmiştir. Katılımcıların uzaktan eğitim tutum ölçek ifadelerine olan genel algısı bir bütün olarak hesaplanınca algının 3.00 olduğu tespit edilmiştir. En düşük algının olduğu boyut kullanılabilirlik iken, en yüksek algının olduğu boyut memnuniyet boyutudur. İkinci en düşük algının olduğu boyut ise yeterlilik ve motivasyon boyutudur. Katılımcıların algısının yüksek olduğu ilk üç ifade, “uzaktan eğitim sistemini kullanmak kolaydır”, “uzaktan eğitim sisteminde gerek duyduğum hizmetlere (dosya paylaşımı, kayıt, dosya hizmetleri, ekran paylaşımı gibi) rahatlıkla erişebilirim”, “uzaktan eğitim sisteminde ders materyallerinin akademisyenlerce video ile anlatılmasından memnunum” ifadeleridir. Katılımcıların algısının düşük olduğu ilk üç ifade ise “uzaktan eğitim sistemini gereksiz bir şekilde karmaşık buluyorum”, “uzaktan eğitim sistemini kullanmak için teknik birinin desteğine ihtiyacım olacaktır” ve “pandemi döneminden sonra uzaktan eğitim sistemini sıklıkla kullanacağım” ifadeleridir. Motivasyon bağlamında “uzaktan eğitim sisteminde gerçekleştirilen öğrenme faaliyetleriyle başarıya motive oldum” ifadesine olan katılımcı algısı 2,91’dir. Dolayısıyla katılımcıların uzaktan eğitimi karmaşık bulduğu, teknik desteğe ihtiyaç duydukları, gelecekte uzaktan eğitim sistemini kullanmayı düşünmedikleri ve bu bağlamda uzaktan eğitim başarı için motive edici olmadığı kanaatindedirler denilebilir. Boyutlar kapsamında ifadelerle olan algılar şu şekilde özetlenebilir;

- Yeterlilik ve motivasyon boyutunda en düşük algı “Uzaktan eğitim sistemini kullanma kendime güvenimi arttırmıştır” ifadesine yönelikken, en yüksek algı “uzaktan eğitim sistemi ile eğitimi mekândan ve zamandan bağımsız olarak almak öğrenme hızımda çalışabilmeyi teşvik eder” ifadesine yöneliktir.
- Kullanılabilirlik boyutunda en düşük algı “uzaktan eğitim sistemini gereksiz bir şekilde karmaşık buluyorum” ifadesine yönelikken, en yüksek algı “uzaktan eğitim sistemini kullanmak kolaydır” ifadesine yöneliktir.
- Etkililik boyutunda en düşük algı “uzaktan eğitim sisteminin sunduğu öğretimin, yüz yüze olan geleneksel eğitime kıyasla öğrenme sürecinde daha etkilidir” ifadesine yönelikken, en yüksek algı “uzaktan eğitim sistemiyle sanal sınıf ortamlarındaki ders materyallerine etkin olarak erişebilirim” ifadesine yöneliktir.
- Memnuniyet boyutunda en düşük algı “uzaktan eğitim ile ilgili çözemediğim bir problem olunca yardım ve teknik destek alabilmekten memnunum” ifadesine yönelikken, en yüksek algı “uzaktan eğitim sisteminde ders materyallerinin akademisyenlerce video ile anlatılmasından memnunum” ifadesine yöneliktir.

Covid-19 uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik tutumları ile uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyetleri arasında bir ilişki olup olmadığını (H_2 , H_3 , H_4 ve H_5) tespit etmek için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon aralığı 0,400 ile 0,600 arasındaki ilişki orta düzeyde ilişki olarak yorumlanmaktadır (Ersöz ve Ersöz, 2019). Covid19 döneminde uzaktan eğitime yönelik tutum kapsamında memnuniyet, etkililik, kullanılabilirlik ve yeterlilik ve motivasyon boyutları ile uzaktan eğitime yönelik genel memnuniyet arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişki mevcuttur. En yüksek ilişki yeterlilik ve motivasyon boyutlarıdır. Dolayısıyla öğrencilerin uzaktan eğitim sistemini yeterli görüp motive olduklarında uzaktan eğitimden genel olarak memnun oldukları söylenebilir. Araştırmanın “uzaktan eğitime yönelik tutumun

yeterlilik ve motivasyon boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır”, “uzaktan eğitime yönelik tutumun kullanılabilirlik boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır”, uzaktan eğitime yönelik tutumun etkililik boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır” ve “uzaktan eğitime yönelik tutumun memnuniyet boyutu ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Yeterlilik ve motivasyon, kullanılabilirlik ve etkililiğin memnuniyete etkisini ortaya çıkarmak (H₆, H₇ ve H₈) amacıyla regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon denklemi şu şekildedir;

$$\text{Memnuniyet} = (\text{Yeterlilik ve Motivasyon} \times 0,117) + (\text{Kullanılabilirlik} \times 0,158) + (\text{Etkililik} \times 0,686)$$

Regresyon denklemine göre memnuniyeti en çok etkileyen boyut etkililiktir. Etkililik boyutundan sonra sırasıyla kullanılabilirlik ve yeterlilik ve motivasyon boyutu gelmektedir. Dolayısıyla “uzaktan eğitime yönelik tutumun yeterlilik ve motivasyon boyutunun memnuniyete etkisi vardır”, “uzaktan eğitime yönelik tutumun kullanılabilirlik boyutunun memnuniyete etkisi vardır” ve “uzaktan eğitime yönelik tutumun etkililik boyutunun memnuniyete etkisi vardır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Uzaktan eğitimde başarıya motive olmanın genel memnuniyete etkisini belirlemek (H₉) için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon denklemi şu şekildedir;

$$\text{Genel Memnuniyet} = 0,136 + (\text{Motive Olma} \times 0,516)$$

Uzaktan eğitimde başarıya motive olmanın genel memnuniyete etkisinin 0,516 olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla başarıya motive olmanın uzaktan eğitimde memnuniyeti etkileyen önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Dolayısıyla “uzaktan eğitimde başarıya motive olmanın genel memnuniyete etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

Araştırmanın temel amacı Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerine verilen uzaktan eğitime yönelik sorunları belirlemek ve öğrencilerin tutumlarına etkisini ortaya çıkarmaktır. Uzaktan eğitim sistemine uyum için dijital araçları kullanım yetkinliği, motivasyon ve altyapının sağlanması önem arz etmektedir. Bundan dolayı araştırmada uzaktan eğitim sistemi bağlamında yeterlilik, motivasyon, kullanılabilirlik, etkililik ve memnuniyet konularına odaklanılmıştır. Araştırmada toplam 420 katılımcıdan anket ile veri toplanmış ve çalışmanın temel amacına ve hedeflerine ulaşılacak şekilde analizlere tabi tutulmuştur.

Katılımcıların 88’i derslerini düzenli olarak takip etmiş, 173’ü derslerini sıklıkla takip etmiş ancak kaçırdığı dersleri olmuştur. 134 katılımcı derslerini nadiren takip etmiştir. Derslerini takip etmeyen/edemeyen katılımcı sayısı 25’tir. Dolayısıyla derslere katılımların düşük olduğu söylenebilir. Uzaktan eğitimde derslere katılmamanın en önemli nedenleri internet bağlantı sorunu, internet paketinin olmaması, çalışıyor olmak, bilgisayar, akıllı telefon ve tablet olmaması, motivasyon eksikliği, gerekçesiz yani isteyerek derslere katılmama, verimsiz derslerin olmasıdır. İnternet bağlantı sorununun olmasına getirilecek bir çözüm önerisi pek mümkün değilken, internet paketinin olmamasına çözüm olarak üniversitelerin öğrencilere derslerine katılmaları için internet paketleri sağlaması önerilebilir. Ayrıca YÖK tarafından internet sağlayıcılar ile sözleşmeler yapılarak üniversitelerin kullandığı uzaktan eğitim sistemlerine erişimde öğrencilerin ücretsiz yararlanması sağlanarak eğitime erişimde fırsat eşitliği sağlanmalıdır. Öğrenciler uzaktan eğitim dönemlerini boş zaman gibi algılayıp maddi gelir sağlamak için çalışmaya yönelmektedir. Ayrıca bazı öğrencilerin uzaktan eğitim sistemine erişmek için bilgisayar, akıllı telefon ve tabletleri bulunmamaktadır. Bu konuda maddi durumu iyi olmayan öğrencilere yönelik gerekli destekler sağlanmalıdır. Motivasyon konusunda ise uzaktan eğitim derslerinde derslerin işlenişi, müfredat içerikleri, zamanları öğrencileri motive edecek şekilde hazırlanmalıdır.

Öğrencilerin Covid-19 döneminde verilen uzaktan eğitim sürecinde bölümleri ve akademik danışmanlarıyla iletişim konusunda sorun yaşamamış ve bilgilendirilmişlerdir. Her ne kadar öğrenciler uzaktan eğitim döneminde bölüm ve akademik danışmanla iletişim kurmada sorun yaşamasa da yaşadıkları sorunların dikkate alınarak hızlıca çözüme kavuşturulması konusunda problemler yaşamıştır. Ayrıca öğrenciler bölümlerinin uzaktan eğitime kolay uyum sağlamadıklarını düşünmektedir. Bölümler uzaktan eğitim sistemiyle eğitimin sağlanması için gerekli planları yapmalı ve hangi sorun durumunda nasıl bir prosedürün izleneceğini önceden belirlemelidir. Böylelikle sorunlar hızlıca çözüme kavuşturulabilir. Ayrıca özellikle 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin bölüme, akademik danışmana ve asistanlara kolaylıkla nasıl ulaşabilecekleri konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Katılımcıların uzaktan eğitim tutum ölçek boyutlarına olan algıları incelenince en düşük algının olduğu boyut kullanılabilirlik iken, en yüksek algının olduğu boyut memnuniyet boyutudur. İkinci en düşük algının olduğu boyut ise yeterlilik ve motivasyon boyutudur. Sonuçlara göre katılımcıların uzaktan eğitimi karmaşık bulduğu, teknik desteğe ihtiyaç duydukları, gelecekte uzaktan eğitim sistemini kullanmayı düşünmedikleri ve bu bağlamda uzaktan eğitim başarı için motive edici bulmadıkları söylenebilir. Bu bağlamda uzaktan eğitim sisteminin basit bir şekilde tasarlanması ve sistemin nasıl kullanılacağı ile ilgili ilk haftalar eğitimler verilmesi ile öğrencilerin memnuniyeti

arttırılabilir ve motive edilebilir. Uzaktan eğitimde başarıya motive olmanın genel memnuniyete etkisinin olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla başarıya motive olmanın uzaktan eğitimde memnuniyeti etkileyen önemli bir faktör olduğu sonucuna varılabilir.

Araştırmanın verileri devlet üniversitelerinde Covid-19 pandemi döneminde uzaktan eğitim ile eğitim alan ön lisans ve lisans öğrencilerinden elde edilmiş olması araştırmanın bir kısıdıdır. Gelecek çalışmalarda diğer düzeylerde uzaktan eğitim ile eğitim alanlar ve vakıf üniversiteleri de dâhil edilerek daha kapsamlı bir çalışma yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, A. (2020). *Uzaktan eğitimde oyunlaştırma uygulamalarının üniversite öğrencilerinin İngilizce derslerindeki akademik başarı ve motivasyonlarına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Akbaba, S. (2006). Eğitimde motivasyon. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, 343-361.
- Akdemir, Ö. (2011). Yükseköğretimimizde uzaktan eğitim. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1(2), 69-71.
- Akgül, A. (2021). Sanat eğitimi veren yüksek öğretim kurumlarında çalışan akademisyenlerin uzaktan eğitim ile ilgili görüşlerinin belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(3), 415-432.
- Aktaş, M. (2013). *Fen ve teknoloji dersinde web tabanlı uzaktan eğitimin öğrencilerin akademik başarı ve tutumları üzerindeki etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak.
- Aktaş, Ö., Büyükağaç, B., Güllü, M. ve Yıldız, M. (2020). Covid-19 virüsünden kaynaklanan izolasyon günlerinde spor bilimleri öğrencilerinin uzaktan eğitime karşı tutumları. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Aldım, Ü. F. (2013). *Uzaktan eğitim ve tarihsel gelişimi*. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sınıf Öğretmenliği Bölümü, Doktora Semineri, Malatya.
- Altıparmak, M., Dürdane K. İ., ve Kapıdere, M. (2011, Şubat). E-öğrenme ve uzaktan eğitimde açık kaynak kodlu öğrenme yönetim sistemleri. *II. Akademik Bilişim Konferansı*, Malatya.
- Altun, E. (2020). *Eğitmenlerin uzaktan eğitime yönelik pedagojik yeterliliklerinin uzaktan eğitim ders videoları aracılığıyla incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Arslan, V. (2019). *Web tabanlı uzaktan eğitim deneyimi ve verimliliği analizi: İstanbul Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Aslantaş, T. (2014, 20 Aralık). *Uzaktan eğitim, uzaktan eğitim teknolojileri ve Türkiye’de bir uygulama*. Erişim adresi: <https://www.tankutaslantas.com/wp-content/uploads/2014/04/Uzaktan-Egitim-Uzaktan-Egitim-Teknolojileri-ve-Turkiyede-bir-Uygulama.pdf>. adresinden erişildi.
- Baumgartner, H. ve Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.
- Bayraktar, V.H. (2015). Sınıf yönetiminde öğrenci motivasyonu ve motivasyonu etkileyen etmenler. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(3), 1079-1100.
- Begimbetova, K. (2015). *Uzaktan eğitimde öğretim elemanı ve öğrencilerin memnuniyet düzeyi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Brown, B. ve Brown, Y. (1994). Distance education around the world. İçinde B. Wills (Ed.) *Distance education strategies and tools* (pp. 3-39). Englewood Cliffs: Educational Technology Publications
- Browne, M.W. ve Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. İçinde K.A. Bollen ve J.S. Long (Ed.). *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Beverly Hills, CA: Sage.
- Brusilovsky, P., ve Peylo, C. (2003). Adaptive and intelligent web-based educational systems. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 13(2), 156-169.
- Byrne, B.M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55-86.
- Can, Ş. (2008). *Fen eğitiminde web tabanlı öğretim*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.

- Ceylan, M. (2003). Sınıfta motivasyon (iki öğretmenin sınıf içinde motivasyon değişkenlerini dikkate alma davranışlarının betimlenmesi). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Çağıltay, K. (2001, 20 Aralık). *Uzaktan eğitim: Başarıya giden yol teknolojiye mi yoksa pedagojiye mi?*. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/303405141_Uzaktan_Egitim_Basariya_Giden_Yol_Teknolojiye_mi_Yoksa_Pedagojiye_mi adresinden erişildi.
- Çetiner, M. H., Gencel, Ç. ve Erten, Y. M. (1999). İnternete dayalı uzaktan eğitim ve çoklu ortam uygulamaları. *Beşinci İnternet Konferansı*, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Demir, E. (2014). Uzaktan eğitime genel bir bakış. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 203-212.
- Demir, Z. (2008). *Uzaktan eğitim öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri (SAÜ örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Demiray, U. ve İşman, A. (2003). History of distance education. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 88-108.
- Demirci, M. (2019). *Uzaktan eğitimde öğrenme stillerine dayalı akademik destek hizmetlerinin pedagojik formasyon öğrencilerinin başarısına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Durak, G., Çankaya, S. ve İzmirli, S. (2020). COVID-19 pandemi döneminde Türkiye'deki üniversitelerin uzaktan eğitim sistemlerinin incelenmesi. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 14(1), 787-809.
- Dünya Sağlık Örgütü (2019, 22 Aralık). *Coronavirus disease (COVID-19)*. Erişim adresi: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> adresinden erişildi.
- eLearners (2021, 23 Aralık) *Synchronous vs Asynchronous Learning*. Erişim adresi: <https://www.elearners.com/education-resources/degrees-and-programs/synchronous-vs-asynchronous-classes/> adresinden erişildi.
- Erfidan, A. (2019). *Derslerin uzaktan eğitim yoluyla verilmesiyle ilgili öğretim elemanı ve öğrenci görüşleri Balıkesir Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Ersöz, F. ve Ersöz, T. (2019). *İstatistik*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Garrison, D. R. ve Kanuka, H. (2004). Blended learning: uncovering its transformative potential in higher education. *Internet and Higher Education*, 7, 95-105.
- Garrison, D. R. ve Shale, D. (1987). Mapping the boundaries of distance education: Problems in defining the field. *The American Journal of Distance Education*, 1(1), 5-11.
- Glenn, A. S. (2001, 22 Aralık). *A comparison of distance learning and traditional learning environments*. Erişim adresi: <https://eric.ed.gov/?id=ED457778> adresinden erişildi.
- Gökbulut, B. (2021). Uzaktan eğitim öğrencilerinin bakış açısıyla uzaktan eğitim ve mobil öğrenme. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama Dergisi*, 11(1), 160-177.
- Gülbahar, Y. (2012). *E-Öğrenme*. Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.
- Haddad, W. D. (2001). The challenge of access to and quality of distance learning. U. Beck ve W. Sommer (Ed.). *9th European Congress and Trade Fair for Educational and Information Technology Proceedings* (pp. 11-19). Karlsruhe: Karlsruher Kongress und Ausstellungs-GmbH.
- Haythornthwaite, C., Andrews, R. ve Kazmer, M. M. (2007, 22 Aralık). *Theories And Models Of And For Online Learning*. *First Monday* 12(8), Erişim adresi: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1976> adresinden erişildi.
- Hızal, A. (1983). *Uzaktan eğitim süreçleri ve yazılı gereçler*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Holmberg, B. (2005). *Theory and practice of distance education*. London, England: Routledge Publishing.
- Hoy, W.K. ve Miskel, C.G. (2010). *Eğitim yönetimi, teori, araştırma ve uygulama*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hrastinski, S. (2008). Asynchronous and synchronous e-learning. *Educause Quarterly*, 31(4), 51-55.

- Hu, L., ve Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Işık, A. H., Karacı, A., Özkaraca, O. ve Biroğul, S. (2010). Web tabanlı eş zamanlı (senkron) uzaktan eğitim sistemlerinin karşılaştırmalı, analizi. *12. Akademik Bilişim Kongresi*, Muğla: Muğla Üniversitesi.
- İşman, A. (2005). *Uzaktan eğitim: genel tanımı, Türkiye'deki ve dünyadaki proje değerlendirmeleri*. Ankara: Öğreti.
- İşman, A. (2008). *Uzaktan eğitim*. Ankara: Pegem Akademi.
- İşman, A. (2011). *Uzaktan eğitim* (Dördüncü Baskı). Ankara: Pegem Akademi
- Jones, N. ve Laffey, J. (2002). The astd e-learning handbook: best prtices, strategies and case studies for an emerging field. İçinde A. Rossett (Ed.). *How to facilitate e-collaboration and e-lerning in organization*. Newyork: McGrawHill Companies.
- Kaçan, A. ve Gelen, İ. (2020). Türkiye'deki uzaktan eğitim programlarına bir bakış. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(1), 1-21.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistiksel teknikler*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2016). Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the Cookie Monster. *Business Horizons*, 59(4), 441-450.
- Kaya F. (2020). *Yükseköğretimde Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi dersinin uzaktan eğitim yoluyla verilmesine ilişkin öğrenci görüşleri (Kastamonu Üniversitesi örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Kaya, Z. (2002). *Uzaktan eğitim*. Ankara: Pegem Akademi.
- Keegan, D. (1996). *Foundations of distance education*. New York: Routledge Publications.
- Kentnor, H. E. (2015). Distance education and the evolution of online learning in the United States. *Curriculum and Teaching Dialogue*, 17(1), 21-34.
- Keskin, M. ve Kaya, D. Ö. (2020). Covid-19 sürecinde öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerinin değerlendirilmesi. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67.
- Kılınç, M. (2015). *Eğitim programları ve öğretim bilim dalı uzaktan eğitim uygulamalarının etkililiği üzerine bir araştırma (İnönü üniversitesi uzaktan eğitim merkezi ilahiyat lisans tamamlama programı örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Kline, R.B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.
- Koç, S. E. (2021). Nasıl bir uzaktan eğitim? 1 yılın sonunda yapılan çalışmaların değerlendirilmesi. *International Anatolia Academic Online Journal Socia Sciences Journal*, 7(2), 13-26.
- Kör, H. (2013). Uzaktan ve örgün eğitimin öğrenci başarısı üzerine etkisinin araştırılması. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(2), 267-279.
- Lim, F. P. (2017). An analysis of synchronous and asynchronous communication tools in e-learning. *Advanced Science and Technology Letters*, 143(46), 230-234.
- MEB (2020, 4 Eylül). *Milli Eğitim İstatistikleri (Örgün Eğitim 2019/2020)*. Erişim adresi https://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2020_09/04144846_2019-2020_Ozet_Tablolar.xlsx adresinden erişildi.
- Midkiff, S. F. ve DaSilva, L. A. (2000, 23 Aralık). *Leveraging the web for synchronous versus asynchronous distance learning*. Erişim adresi <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.2099&rep=rep1&type=pdf> adresinden erişildi.
- Mokoena, S. (2017). Student teachers' experiences of teaching practice at open and distance learning institution in South Africa. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 18(2), 122-133
- Moore, M. G. ve Kearsley, G. (2011). *Distance education: a systems view of online education*. Belmont: Cengage Publishing.

- Mshvidobadze, T. ve Gogoladze, T. (2012). About web-based distance learning. *International Journal of Distributed and Parallel Systems*, 3(3), 133-143.
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Journal of Research in Education and Teaching*, 4(1), 391-403.
- Örücü, E. ve Kanbur, A. (2008). Örgütsel-yönetimsel motivasyon faktörlerinin çalışanların performans ve verimliliğine etkilerini incelemeye yönelik ampirik bir çalışma: Hizmet endüstrisi örneği. Manisa-sosyal güvenlik kurumu. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 221-230.
- Özbay, Ö. (2015). Dünyada ve Türkiye’de uzaktan eğitimin güncel durumu. *The Journal of International Educational Sciences*, 2(5), 376-394.
- Özdemir, A. M. (2015). Eğitim teknolojilerinin fen ve teknoloji derslerinde kullanılması: Bir durum çalışması. *Journal of Educational Sciences*, 3(4), 137-148.
- Özer, B. (2011). *Uzaktan eğitim programlarının öğrenci ve öğretim üyesi görüşleri açısından değerlendirilmesi: Sakarya Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Özmen, A. ve Ediz İ. G. (2002). Uzaktan eğitim ve Dumlupınar Üniversitesi modeli. *Açık ve Uzaktan Eğitim Sempozyumu*, Eskişehir.
- Palas-Bozkurt, E. (2019). *Uzaktan eğitimde kullanılan videolu yöntemlerin ön lisans öğrencilerinin matematik başarılarına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Peng, S.L., Cherng, B.L., Chen, H.C. ve Lin, Y.Y. (2013). A model of contextual and personal motivations in creativity: How do the classroom goal structures influence creativity via self-determination motivations?. *Thinking Skills and Creativity*, 10, 50-67.
- Perez-Lopez, E., Atochero, A. V. ve Rivero, S. C. (2021). Distance education in COVID-19’s period: An Analysis from the perspective of university students. *Ried-Revista Iberoamericana De Educacion a Distancia*, 24(1), 331-350.
- Sadera, W. A., Robertson, J., Song, L. ve Midon, M. N. (2009). The role of community in online learning success. *Journal of Online Learning and Teaching*, 5(2), 277-284.
- Sarıtaş, M. (2009). Uzaktan eğitim. İçinde M. Sarıtaş (Ed.). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Schermelleh-Engel, K. ve Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schlosser, L. A. ve Simonson, M. (2006). *Distance education: definition and glossary of terms*. ABD: IAP-Information Age Publishing.
- Sığın, S. (2020). *Atatürk ilkeleri ve inkılap tarihi dersinin uzaktan eğitim yoluyla verilmesi konusunda öğrenciler ve öğretim elemanları ne düşünüyor? Tek durumlu bir örnek olay çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Simonson, M., Zvacek, S. M. ve Smaldino, S. (2019). *Teaching and learning at a distance: foundations of distance education*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tayebinik, M. ve Puteh, M. (2013, 20 Aralık). *Blended learning or e-learning?*. Erişim adresi: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1306/1306.4085.pdf> adresinden erişildi.
- TDK (2021, 15 Aralık). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Tekin, O. (2007). *Uzaktan eğitim yöntemi ile verilen hizmet-içi eğitim programının öğretmenlerin öz-yeterlik alguları ve tutumlarına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Topçuoğlu-Ünal, F. ve Bursalı, H. (2013). Türkçe öğretmenlerinin motivasyon faktörlerine ilişkin görüşleri. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 5, 7-22.
- Usher, A. (2012). *What is motivation and why does it matter*. Center on Education Policy, 1-7.
- Uşun, S. (2006). *Uzaktan eğitim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Verduin, J. R. ve Clark, T. A. (1994). *Uzaktan eğitim: etkin uygulama esasları*. (İ. Maviş, Çev.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeager, C., Hurley-Dasgupta, B. ve Bliss, C. A. (2013). Cmoocs and global learning: an authentic alternative. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 17(2), 133-147.
- Yeğitek (2021, 21 Aralık). Erişim tarihi: <https://yegitek.meb.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Yekta, M. (2004). *Çoklu ortam araçları kullanılmış web tabanlı uzaktan mesleki teknik eğitimin geleneksel mesleki teknik eğitime göre öğrenci başarısına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yıldız, E. P., Çengel, M. ve Alkan, A. (2021). Pandemi sürecinde uzaktan eğitim ortamlarının kullanımına ilişkin tutum ölçeği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(33), 132-153.
- Yıldız, S. (2016). Pedagojik formasyon eğitimi alan öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik tutumları. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 301-329.
- Yorgancı, S. (2014). Web tabanlı uzaktan eğitim yönteminin öğrencilerin matematik başarılarına etkileri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1401-1420
- YÖK (2022, 15 Şubat). *Öğrenci istatistikleri*. Erişim tarihi: <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Yurdakul, B. (2005). Uzaktan öğretim. İçinde Ö. Demirel (Ed.). *Eğitimde yeni yönelimler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Zeller, R. A. ve Karmines, E. G. (1978). *Statistical analysis of social data*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ (Etik Kurul gerekmiyorsa bu kısım çıkarılabilir.)

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: İstanbul Rumeli Üniversitesi Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 28.01.2022

Etik değerlendirme belge sayısı: 28.01.2022 / Karar: 2022/01

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS*
Fikir veya Kavram / Idea or Notion	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / Form theresearchhypothesisor idea	Yasemin Özcan KARAMAN Nil KONYALIAR
Tasarım / Design	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / Designingmethod, scaleandpattern	Yasemin Özcan KARAMAN Nil KONYALIAR
Veri Toplama ve İşleme / Data CollectingandProcessing	Verileri toplamak, düzenlenmek ve raporlamak / Collecting, organizingandreporting data	Yasemin Özcan KARAMAN Nil KONYALIAR
Tartışma ve Yorum / DiscussionandInterpretation	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / Takingresponsibility in evaluatingandfinalizingthefindings	Yasemin Özcan KARAMAN Nil KONYALIAR
Literatür Taraması / LiteratureReview	Çalışma için gerekli literatürü taramak / Reviewtheliteraturerequiredforthestudy	Yasemin Özcan KARAMAN Nil KONYALIAR

*Katkı oranlarının tümü eşit olması durumunda oranlar belirtilmeyecektir/If the contribution rates are all equal, the rates will not be specified

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN SOSYAL ZEKÂ KAPSAMINDA
İNCELENMESİ: AĞRI İLİNDE BİR ARAŞTIRMA*EXAMINING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP WITHIN THE SCOPE OF
SOCIAL INTELLIGENCE: A RESEARCH IN AĞRI CITYErcan KESER¹ Hikmet SARI² 

Öz

Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER danışmanlığında Hikmet SARI tarafından Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde kabul edilen yüksek lisans tezinden türetilmiş ve II. Uluslararası Uygulamalı İşletme, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Sempozyumu'nda özet bildiri şeklinde sözlü olarak sunulmuştur. Bildirinin tam metni, kongre tam metin bildiri kitabı da dahil olmak üzere hiçbir yerde yayımlanmamıştır. Çalışma, söz konusu özet bildirinin geliştirilmiş halidir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, ekeser@agri.edu.tr Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ağrı/Türkiye <https://orcid.org/0000-0002-6452-2102>

² Yüksek Lisans hsari@agri.edu.tr Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi; Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ağrı/Türkiye <https://orcid.org/0000-0001-8071-3948>

Citation: Keser, E., Sarı, H. Sosyal Girişimciliğin Sosyal Zekâ Kapsamında İncelenmesi: Ağrı İlinde Bir Araştırma, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi (2024) 7 (1):37-54, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem.1400343>

Bu çalışmanın başlıca amacı, sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Araştırmanın kapsamını Ağrı ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Çalışmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplam 455 katılımcıdan toplanmıştır. Çalışmada kullanılan anket formunda 3 grupta toplam 62 soru yer almaktadır. Bunlardan birinci grup sorular katılımcıların sosyal girişimcilik düzeylerinin belirlenmesine yönelik 35 sorudan, ikinci grup sorular sosyal zekâ düzeylerinin belirlenmesine yönelik 21 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan üçüncü grup sorular da ise katılımcıların demografik bilgilerinin belirlenmesine yönelik 6 soru yer almaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, açılımlayıcı faktör analizi ve regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS 22.0 paket istatistik programlarından yararlanılmıştır. Çalışmada uygulanan keşfedici faktör analizleri sonucunda sosyal girişimcilik ölçeğinin dört boyutlu, sosyal zekâ ölçeğinin ise iki boyutlu bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmada gerçekleştirilen güvenilirlik analizleri sonucunda araştırma değişkenlerinin yeterli derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada bireylerin sosyal girişimcilik düzeyleri 4,07, sosyal zekâ düzeyleri ise 3,90 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizleri sonucunda sosyal zekâ ölçeğine ilişkin boyutların sosyal girişimcilik ölçeği boyutları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Zekâ, Sosyal Girişimcilik, Girişimcilik

Jel Kodları: M10, M31

Abstract

The main purpose of this study is to determine the effect of social intelligence on social entrepreneurship. The scope of the research consists of individuals aged 18 and over living in the province of Ağrı. Easy sampling method, which is one of the non-random sampling methods, was used in the study. Data were collected from a total of 455 participants by face-to-face survey method. In the questionnaire used in the study, there are 62 questions in 3 groups. The first group of questions consists of 35 questions to determine the social entrepreneurship levels of the participants, and the second group of questions consists of 21 questions to determine the social intelligence levels. The third group of questions in the questionnaire includes 6 questions to determine the demographic information of the participants. In the analysis of the data obtained within the scope of the research, arithmetic mean, standard deviation, frequency distribution, reliability analysis, exploratory factor analysis and regression analysis were used. SPSS 22.0 package statistics programs were used in the analysis. As a result of the exploratory factor analyzes applied in the study, it was determined that the social entrepreneurship scale had a four-dimensional structure and the social intelligence scale had a two-dimensional structure. As a result of the reliability analyzes carried out in the research, it was determined that the research variables had sufficient reliability. In the research, the social entrepreneurship levels of the individuals were determined as 4,07 and the social intelligence levels

as 3,90. As a result of the regression analyzes carried out in the research, it was determined that the dimensions of the social intelligence scale had a statistically significant and positive effect on the dimensions of the social entrepreneurship scale.

Keywords: Social Intelligence, Social Entrepreneurship, Entrepreneurship

JEL Codes: M10, M31

1. GİRİŞ

Girişimcilik geçmişten günümüze kadar araştırmacılar tarafından oldukça fazla ilgi duyulan bir konudur (Gümül vd., 2017: 93). Fırsatların tanımlanmasını, değerlendirilmesini ve kullanılmasını içeren girişimcilik faaliyeti bireyin sadece üretim faktörlerini bir araya getirerek fırsatlardan yararlanmak amacıyla kâr amacı güden bir işletme meydana getirmesi değildir. Toplumun farklı alanlarında farklı girişimcilik türleriyle karşılaşılması mümkündür. Okulda, sanatta, kamuda, akademik alanda, bilimde girişimcilik örneklerine rastlanılabilir (Certo ve Miller, 2008: 267; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 81).

Sosyal girişimcilik, girişimcilerin faaliyetlerini sosyal değer oluşturma nihai hedefiyle doğrudan bağlantılı olacak şekilde uyarladıkları bir alandır (Abu-Saifan, 2012: 222). Bununla birlikte sosyal girişimcilik kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, şirketler ve kamu kurumları tarafından toplumsal problemlere çözüm üretilmesinin açık bir şekilde amaçlandığı yenilikçi ve sosyal değer ortaya koyan bir faaliyet şeklinde de açıklanabilir. (Lepoutre vd., 2013: 693; Austin vd., 2006: 2). Sosyal girişimcilik, karmaşık (kompleks) sosyal ihtiyaçların üstesinden gelebilmek için yenilikçi bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Sorun çözme ve sosyal inovasyona vurguda bulunan sosyal girişimcilik faaliyetleri, kamu, özel sektör ve kâr amacı gütmeyen kurumlar arasındaki geleneksel sınırları belirsizleştirmekte ve kâr amacı güden ve kar amacı gütmeyen faaliyetlerin hibrit modelini vurgulamaktadır (Cukier vd., 2011: 102). Sosyal girişimciliğin tüm tanımlarında ortak olan nokta, sosyal girişimciliğin altında yatan dürtünün kişisel ve hissedar zenginliğinden ziyade sosyal değer yaratmak olduğu gerçeğidir (Austin vd., 2006: 2).

Sosyal girişimcilik kavramı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır. Bazı araştırmacılar tarafından sosyal girişimcilik, kâr amacı gütmeyen sosyal bir değer ortaya koymak için alternatif fonlama stratejileri veya yönetim planları arama girişimi olarak kabul edilirken bazı araştırmacılar tarafından ise sektörler arası gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri ile ticari işletmelerin yerine getirdikleri sosyal sorumluluk faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Üçüncü bir grup araştırmacı tarafından ise sosyal girişimcilik, sosyal sorunları azaltan ve sosyal dönüşümleri kolaylaştıran bir araç olarak görülmektedir (Kayalar ve Arslan, 2009: 58). Bununla birlikte Lepoutre vd. (2013) tarafından sosyal girişimcilik sosyal bir amaç doğrultusunda girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kişi veya kuruluşlar kapsamında üç noktada açıklanmaktadır. İlk olarak sosyal girişimcilik kaynakların yeni yöntemlerle birleştirilmesi suretiyle bir değer oluşturma süreci olarak görülmektedir. İkinci olarak bu kaynakların birleştirilmesiyle öncelikle sosyal değişimin teşvik edilmesi veya sosyal ihtiyaçların karşılanması yoluyla sosyal değer oluşturmak için fırsatlarının keşfedilmesi ve bunlardan yararlanılması amaçlanmaktadır. Üçüncü olarak bir süreç olarak ele alındığında, sosyal girişimcilik mal ve hizmet sunumunu içermektedir fakat aynı zamanda yeni organizasyonların oluşmasını da işaret edebilir. Bu noktada sosyal girişimci ise, mali açıdan bağımsız, kendi kendine yeten veya sürdürülebilirliği sağlayabilen tamamen girişimci odaklı bir kuruluş aracılığıyla, zor durumda olan bireylere sosyal bir değer sunmak için bir takım girişimci davranışlarda bulunan misyon odaklı birey olarak tanımlanmaktadır (Abu-Saifan, 2012: 25). Ayrıca Denizalp (2009) tarafından “Sosyal girişimci, yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar akla gelmeyen ya da cesaret edilmeyen bir yaklaşımla sorunların üzerine giden; yaratıcı, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi tavırları ile fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişidir.” şeklinde tanımlanmaktadır (Çermik ve Şahin, 2015: 76). Mort vd. (2003) sosyal girişimcilerin fırsatları arayarak, yenilikler yaparak ve risk üstlenerek sosyal değer oluşturmak için yeni işletmeler kurmayı ve mevcut şirketlerde yenilik yapmayı amaçladıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte bazı araştırmacılar daha da ileri giderek sosyal girişimcilerin toplumda büyük ölçekte derin dönüşüm ve değişimleri hedeflediklerini vurgulamaktadırlar (Sastre-Castillo vd., 2015: 352).

Günümüz yoğun rekabet ortamında avantajlı bir konumda olunabilmesi için sosyal ilişkilerin güçlü olması gerekmektedir. İnsanların yalnızca iş yaşamlarında değil, sosyal yaşantılarında da diğer insanlar veya gruplarla etkileşim içerisinde bulunma zorunlulukları yaşantılarını devam ettirebilmesi açısından kaçınılmaz ve son derece önemli bir durumdur. İnsanların etkileşimde bulunmaları, sosyal ilişkilerle açıklanabilmektedir. İnsanların birbirinden farklı kişilik özelliklerine sahip olması nedeniyle söz konusu bu sosyal ilişkilerin teşkil edilmesi ve sağlıklı olarak sürdürülmesi kolay değildir. Bu noktada sosyal zekâ kavramı büyük bir öneme sahip olmaktadır (Uzun vd., 2017: 2).

1900'lerin ilk yarısında Thorndike (1936) tarafından öne sürülen sosyal zekâ, başkalarıyla etkili bir şekilde etkileşim kurma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Crowne, 2009: 149). Thornike tarafından sosyal zekâ, insanları anlayabilme ve yönetebilme yeteneğiyle insan ilişkilerinde ustaca davranma şeklinde tanımlanmıştır. Sosyal zekânın bu tanımında davranışsal (insan ilişkilerinde akıllıca hareket etme) ve bilişsel (insanları anlama) olmak üzere iki boyut yer almaktadır. Sosyal zekâ hakkında ilerleyen yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarda genel olarak bu tanım temel alınmıştır (Çavuş vd., 2009: 260; Doğan vd., 2009: 236; Gönül ve Çalık, 2002: 42).

Sosyal zekâ, diğer insanları anlama ve başkalarıyla etkileşimde bulunma, toplumdaki kuralları, değerleri, alışkanlıkları ve kültürü anlama yeteneğidir. Sosyal zekâ terimi, sosyal etkileşimlerin yönetilmesinde etkili olunmasını sağlayan olası beceri dizisini açıklar (Sutiyatno, 2023: 1483). Sosyal zekâ, kişilerarası görevleri başarma ve insan ilişkilerinde akıllıca hareket etme yeteneği olarak ifade edilebilir. Sosyal zekâ, bireyin arzuladığı bir hedefe ulaşabilmesi amacıyla gerekli davranışları ortaya koymasına olanak tanıyan bir yetenektir (Crowne, 2009: 149). Ayrıca sosyal zekâ, insanların dünyayı anlamasını ve sorunları nasıl çözebileceğini öğrenmesini sağlayan bir dizi bilişsel (insanları anlama) yetenek olarak da açıklanabilir (Safari vd., 2013: 59). Sosyal zekâ, insanın diğer insanlarla anlaşabilmesini ve iş birliği yapabilmesini sağlamaktadır. Bu anlamda insanların hayatlarının her noktasında elde edecekleri başarıları sosyal zekâ düzeyleri ile çok yakında ilgilidir. Bu noktada girişimcilik de insanların sosyal ilişkilerinin güçlü olmasını gerektiren bir faaliyet olarak açıklanabilir (Uzun vd., 2017: 2).

Sosyal zekâ, insanların kendilerini ve çevrelerini nasıl tanıdıklarını doğrudan etkilemekte ve dolayısıyla kendi hedeflerine yönelik eylemler gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Girişimcilik sürecinde girişimcilerin sosyal zekâ performanslarındaki farklılık, girişimcilik performanslarını belirli ölçüde etkilemektedir. Başarılı girişimciler en kötü koşullar altında dahi kendi kendini yenileme yoluyla en iyi kararları verirler ve olumsuz çevresel faktörlerin, pazar fırsatlarının ve tehditlerin farkındadırlar. Ayrıca başarılı girişimciler inovasyon sürecinde kendilerini ve karşı tarafın duygularını en başından itibaren doğru bir şekilde tanıyabilmektedir. Bu nedenle, bu insanlar nispeten sakin durumlarını koruyabilirler ve bu da onların kendilerinin ve başkalarının duygularını kontrol edebilmesini sağlamaktadır. Aslında sosyal zekâ, girişimcilerin geçmiş psikolojik alışkanlıklarını düzelterip içsel zorluklarını azaltırken duygusal yaşamlarına da hâkim olmalarına yardımcı olur. Girişimcilerin içgörü ve zekâ düzeylerinin artması, dolayısıyla örgütsel strateji geliştirme ve uygulama düzeyinde yükselme sosyal zekâ sayesinde gerçekleşir. Dolayısıyla sosyal zekâ ile girişimcilik arasında yakın bir ilişki vardır (Wu ve Wu, 2019: 15). Nitekim Aykol ve Yener (2009), Uzun vd. (2017), Çakanel (2018), Shaemi Barzaki vd. (2018), Wu ve Wu, (2019), Bakan ve Amırlı (2021), Kömeçoğlu (2022) ve Sutiyatno (2023) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda sosyal zekânın sosyal girişimcilik, girişimcilik yetenekleri ve girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

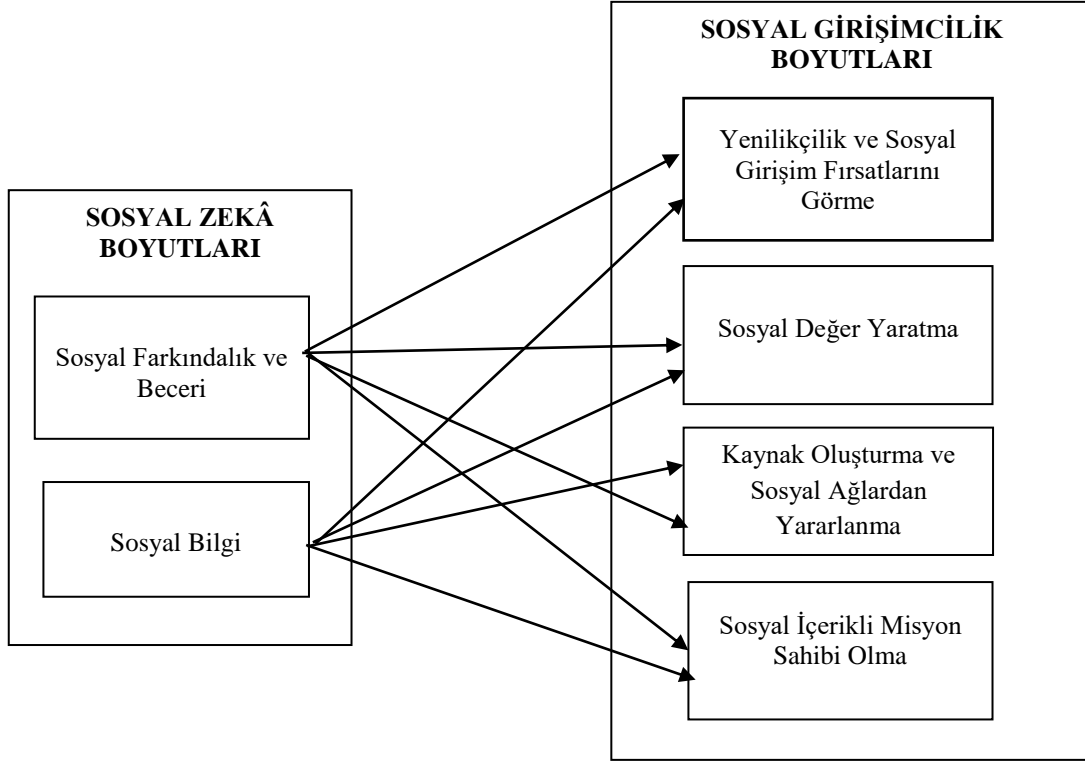
Bu bilgiler ışığında bu çalışmanın temel amacı, bireylerin sosyal zekâlarının sosyal girişimcilik düzeylerindeki etkisinin incelenmesidir. Araştırmaya yönelik bir diğer amaç ise literatüre katkıda bulunulması ve bununla birlikte ilerleyen dönemlerde gerçekleştirilecek olan bilimsel çalışmalara ışık tutulmasıdır. Çalışmanın kapsamını Ağrı ilinde yaşamakta olan 18 yaş ve üzeri insanlar oluşturmaktadır. Maddi kaynakların yetersizliği araştırmadaki en önemli kısıt oluşturmaktadır. Söz konusu kısıt sebebi ile çalışma Ağrı iliyle sınırlandırılmıştır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli, Değişkenleri ve Hipotezleri

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama modelinden yararlanılmaktadır. “Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarındandır” (Karasar, 2013: 77). Sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisinin incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, araştırma modeli oluşturulurken Shaemi Barzaki vd. (2018), Çakanel (2018) ve Kömeçoğlu (2022) tarafından kullanılan modellerden istifade edilmiştir. Araştırma Modeli Şekil 1'deki gibidir.

Şekil 1.
Araştırma Modeli



Şekil 1’de görüleceği üzere araştırma modeli sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik olmak üzere 2 temel değişkenden oluşmaktadır. Değişkenlerden sosyal zekâ; ‘sosyal farkındalık ve beceri’ (SFB) ve ‘sosyal bilgi’ (SB) şeklinde iki boyuttan oluşurken sosyal girişimcilik ise ‘yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme’ (YSGF), ‘sosyal değer yaratma’ (SDY), ‘kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma’ (KOSAY) ve ‘sosyal içerikli misyon sahibi olma’ (SİM) şeklinde dört boyut bulunmaktadır.

Bu çalışmada araştırma modeli kapsamında 9 temel hipotez sunulmuştur. Bu hipotezlerden ilk dört tanesi sosyal zekâ değişkeni boyutlarından ‘sosyal farkındalık ve becerinin’ sosyal girişimcilik değişkeni boyutları üzerindeki etkisine yönelikken diğer dört tanesi ise yine sosyal zekâ değişkeni boyutlarından ‘sosyal bilginin’ sosyal girişimcilik değişkeni boyutları üzerindeki etkisine yöneliktir. Araştırmadaki son hipotez ise sosyal zekânın genel olarak sosyal girişimcilik üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amacıyla oluşturulmuştur. Hipotezler aşağıda verildiği gibidir.

H₁: ‘Sosyal farkındalık ve beceri’ ‘yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görmeyi’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₂: ‘Sosyal farkındalık ve beceri’ ‘sosyal değer yaratmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₃: ‘Sosyal farkındalık ve beceri’ ‘kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₄: ‘Sosyal farkındalık ve beceri’ ‘sosyal içerikli misyon sahibi olmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₅: ‘Sosyal bilgi’ ‘yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görmeyi’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₆: ‘Sosyal bilgi’ ‘sosyal değer yaratmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₇: ‘Sosyal bilgi’ ‘kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₈: ‘Sosyal bilgi’ ‘sosyal içerikli misyon sahibi olmayı’ anlamlı olarak etkilemektedir.

H₉: ‘Sosyal zekâ’ ‘sosyal girişimciliği’ anlamlı olarak etkilemektedir.

2.2. Örneklem Süreci

Bu çalışmanın ana kütleliğini Ağrı ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri insanlar meydana getirmektedir. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada toplam 470 cevaplayıcı ile birebir anket çalışması yapılmıştır. Fakat hatalı ve eksik şekilde cevaplanan anketler çalışmanın dışında tutularak 455 anket işleme alınmıştır. Ağrı ili nüfusu 2022 yılı itibarıyla 510.626 olarak belirlenmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023). Dolayısıyla %95 güven aralığında çalışmadaki örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ifade edilebilir (Can, 2016: 28).

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu çalışma, AİÇÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 22.12.2021 tarihli, 374 sayılı kararı gereğince Etik Kurul Onayı alınarak yürütülmüştür. Çalışmada veriler elde edilirken anket yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada veriler katılımcılarla yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Araştırmada yararlanılan anket formuna nihai hali verilmeden önce araştırma amacına uygun şekilde ön test yapılarak elde edilen görüşler kapsamında anket formuna nihai şekli verilmiştir. Kullanılacak anket formu için AİÇÜ Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulundan izin alınmıştır.

Çalışmada kullanılan anket formunda 3 grupta toplam 62 soru bulunmaktadır. Anket formunda yer alan birinci grup sorular katılımcıların sosyal girişimcilik seviyelerinin tespiti amacıyla belirlenmiş 35 sorudan ve ikinci grup sorular sosyal zekâ seviyelerinin tespiti amacıyla belirlenmiş 21 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda bulunan üçüncü grup sorular ise katılımcıların demografik özelliklerinin tespitine yönelik 6 sorudan oluşmaktadır. Kullanıcıların araştırma modelinde yer alan değişkenlere (sosyal girişimcilik ve sosyal zekâ) yönelik düşüncelerinin tespitinde 5'li likert derecelemesinden yararlanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular da ise kendilerine birtakım seçenekler sunulmuştur.

Araştırmada sosyal zekâ değişkeninin ölçümünde Tromso Sosyal Zekâ Ölçeğinden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek 'sosyal bilgi süreci', 'sosyal yetenekler' ve 'sosyal farkındalık' şeklinde olmak üzere üç alt boyuttan oluşmakta ve her bir boyutta 7 ifade yer almaktadır (Silvera vd., 2001: 319). Sosyal girişimcilik değişkeninin ölçümünde ise Kırılmaz'ın (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yer alan ölçekten yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek 6 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlardan 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' 5, 'sosyal değer yaratma' 8, 'yenilikçi olma' 8, 'sosyal girişim fırsatlarını görme' 5, 'kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama' 5 ve 'sosyal ağlardan yararlanma' 4 ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada yararlanılan ölçekler Ek 1'de sunulmuştur.

2.4. Çalışma Bulguları

2.4.1. Demografik Özellikler

Çalışma katılımcılarının demografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1.
Demografik Bulgular

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Erkek	246	54,1
	Kadın	209	45,9
Medeni Durum	Evli	187	41,1
	Bekâr	268	58,9
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	31	6,8
	Ortaöğretim	94	20,7
	Ön lisans	109	24,0
	Lisans	170	37,4
	Lisansüstü	51	11,2
Yaş	18-26	214	47,0
	27-35	110	24,2
	36-44	69	15,2
	45-53	39	8,6
	54-62	14	3,1
	63 ve Üzeri	9	2,0
Gelir Durumu	4500 ve altı	248	54,5
	4501-6500	79	17,4
	6501-8500	49	10,8

	8501–10500	40	8,8
	10501 -12500	11	2,4
	12501 ve üstü	28	6,2
Meslek	Emekli	12	2,6
	Memur	108	23,7
	Özel Sektör	68	14,9
	Ev Hanımı	47	10,3
	Öğrenci	137	30,1
	İşçi	27	5,9
	Serbest Meslek	30	6,6
	Esnaf/Tüccar	26	5,7
	Toplam	455	100

Tablo 1 değerlendirildiğinde çalışmada yer alan kişilerin genel itibarıyla bekâr, ortaöğretim, ön lisans ve lisans mezunu, 18-35 yaş aralığında düşük gelire sahip, öğrenci ve memurlardan oluştuğu söylenebilir.

2.4.2. Araştırma Modeli Değişkenleri Açımlayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada açımlayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilerek sosyal girişimcilik ve sosyal zekâ ölçeklerinin faktör yapısı belirlenmiştir. Analizde ölçeklerin faktör deseninin belirlenebilmesi için temel bileşenler analizi, faktörleştirme yöntemi olarak da bir dik döndürme yöntemi olan varimax döndürme yöntemi olarak seçilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirliklerinin değerlendirilmesi amacıyla Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır. Araştırmada AFA'nde faktör yükü 0,32'den daha alt değerde olan ifadelerin ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir (Çokluk vd., 2012: 194). Buna ilaveten aynı anda birden daha fazla faktörde yer alan alt değişkenlerin faktör yükleri arasındaki farkın 0,10'dan daha az olması halinde ilgili alt değişkenler de binişik olarak kabul edilerek ölçekten çıkarılmıştır (Akbulut, 2010: 93). Uygulanan AFA'lerine ve güvenilirlik analizlerine yönelik elde edilen alt başlıklar halinde aşağıda sunulmaktadır.

2.4.2.1. Sosyal Girişimcilik Ölçeği Açımlayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Bu çalışmada AFA uygulanması suretiyle sosyal girişimcilik ölçeğine ilişkin faktörler tespit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin faktörlerin ortaya konulmasının akabinde her bir faktörün güvenilirlik seviyesi Cronbach's Alpha değeri ile değerlendirilmiştir. Sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.

Sosyal Girişimcilik Ölçeği Açımlayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar ve Alt Değişkenler		Faktör Yükü	α
Sosyal Girişimcilik Ölçeği (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 64,231) KMO Değeri: 0,949 ve Barlett Testi: 8901,993 (p<0,000)			0,958
1. Boyut: Yenilikçilik ve Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 22,711)			
1	YSGF1	0,720	0,939
2	YSGF2	0,704	
3	YSGF3	0,680	
4	YSGF4	0,632	
5	YSGF5	0,668	
6	YSGF6	0,767	
7	YSGF7	0,679	
8	YSGF8	0,651	
9	YSGF9	0,699	
10	YSGF10	0,600	
11	YSGF11	0,638	
2. Boyutu: Sosyal Değer Yaratma (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 15,452)			
1	SDY1	0,711	0,872
2	SDY2	0,696	

3	SDY3	0,622	
4	SDY4	0,695	
5	SDY5	0,708	
6	SDY6	0,679	
3. Boyut: Kaynak Oluşturma ve Sosyal Ağlardan Yararlanma			
(Açıklanan Varyans Yüzdesi: 13,677)			
1	KOSAY1	0,535	
2	KOSAY2	0,694	
3	KOSAY3	0,694	0,847
4	KOSAY4	0,745	
5	KOSAY5	0,585	
6	KOSAY6	0,634	
4. Boyut: Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma			
(Açıklanan Varyans Yüzdesi: 12,392)			
1	SİM1	0,676	
2	SİM2	0,682	
3	SİM3	0,720	0,883
4	SİM4	0,684	
5	SİM5	0,659	

Tablo 2 değerlendirildiğinde KMO değerinin 0,949 ve gözlenen anlamlılığın ise 0,001 olmasıyla birlikte araştırmada toplanan verilerle faktör analizinin yapılabileceği söylenebilir. Bununla birlikte tablodan sosyal girişimcilik ölçeğinin toplam varyansın %64,231'ini açıklayan özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük 4 boyuttan oluştuğu görülmektedir. Birinci boyut bu ölçekle ölçülmeye çalışılan özelliğin %22,711'ini açıklarken sırasıyla ikinci boyut %15,452'sini, üçüncü boyut %13,677'sini ve dördüncü boyut %12,392'sini açıklamaktadır. Analiz sonucunda birinci boyut için maddelerin faktör yükleri 0,600-0,767 arasında, ikinci boyut için 0,622-0,711 arasında, üçüncü boyut için 0,535-0,745 arasında ve dördüncü boyut için 0,659-0,720 arasında değişmektedir. Gerçekleştirilen AFA sonucunda sosyal girişimcilik ölçeğinin orijinal halinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Orijinal ölçek 6 boyutta 35 ifadeden oluşurken analiz sonucunda 28 ifadeden oluşan 4 boyut elde edilmiştir. Orijinal ölçekte yer alan 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' boyutu açısından araştırmada birebir aynı sonuçlar elde edilirken 'sosyal değer yaratma' boyutu açısından ise sadece ilk iki ifade boyuttan silinmiştir. Orijinal ölçekte yer alan 'yenilikçi olma' ve 'sosyal girişim fırsatlarını görme' boyutlarının beşinci ifadeleri ölçekten çıkarılmış ve iki boyut araştırmada tek boyut olarak ele alınmıştır. Son olarak orijinal ölçekte yer alan 'kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama' boyutunun ilk ifadesi ve 'sosyal ağlardan yararlanma' boyutunun ilk iki ifadesi ölçekten silinmiş ve söz konusu ölçeklerde tek bir boyut olarak araştırmada yer almıştır. Bununla birlikte Tablo 2 incelendiğinde sosyal girişimcilik ölçeğinin güvenilirlik değerinin 0,958 olduğu görülmektedir. Ölçekte ilk boyut 0,939, ikinci boyut 0,872, üçüncü boyut 0,847 ve dördüncü boyut 0,883 güvenilirlik değerine sahiptir. Cronbach Alpha değeri; $0 \leq \alpha \leq 0,5$ ise güvenilir değil, $0,5 \leq \alpha \leq 0,6$ ise düşük derecede güvenilir, $0,6 \leq \alpha \leq 0,7$ ise kabul edilebilir derece güvenilir, $0,7 \leq \alpha \leq 0,9$ ise iyi derecede güvenilir ve $\alpha > 0,9$ ise çok iyi derecede güvenilir olarak yorumlanmaktadır (Astar ve Güriş, 2015: 282-283). Bu kapsamda sosyal girişimcilik ölçeğinin ve ölçeğin ilk boyutunun çok iyi derecede, diğer boyutların ise iyi derecede güvenilir oldukları ifade edilebilir. Analiz sonucunda ölçeklerde yer alan ifadeler Ek-2'de sunulmuştur.

2.4.2.2. Sosyal Zekâ Ölçeği Açımlayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Bu çalışmada AFA uygulanması suretiyle sosyal zekâ ölçeğine ilişkin faktörler tespit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin faktörlerin ortaya konulmasının akabinde her bir faktörün güvenilirlik seviyesi Cronbach's Alpha değeri ile değerlendirilmiştir. Sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.

Sosyal Zekâ Ölçeği Açımlayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar ve Alt Değişkenler		Faktör Yüğü	α
Sosyal Zekâ Ölçeği (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 57,942) KMO Değeri: 0,914 ve Barlett Testi: 6024,042 ($p < 0.000$)			0,911
Sosyal Farkındalık ve Beceri Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 29,990)			
1	SFB1	0,712	0,925
2	SFB2	0,746	
3	SFB3	0,738	
4	SFB4	0,751	
5	SFB5	0,783	
6	SFB6	0,750	
7	SFB7	0,756	
8	SFB8	0,733	
9	SFB9	0,768	
10	SFB10	0,737	
11	SFB11	0,772	
Sosyal Bilgi Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 27,952)			
1	SB1	0,711	0,919
2	SB2	0,696	
3	SB3	0,622	
4	SB4	0,695	
5	SB5	0,708	
6	SB6	0,679	
7	SB7	0,720	
8	SB8	0,704	
9	SB9	0,680	
10	SB10	0,632	

Tablo 3 değerlendirildiğinde KMO değerinin 0,914 ve gözlenen anlamlılığın ise 0,001 olmasıyla birlikte araştırmada toplanan verilerle faktör analizinin yapılabileceği söylenebilir. Bununla birlikte tablodan sosyal zekâ ölçeğinin toplam varyansın %57,942'sini açıklayan özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük 2 boyuttan oluştuğu görülmektedir. Birinci boyut bu ölçekle ölçülmeye çalışılan özelliğın %29,990'ını açıklarken ikinci boyut ise %27,952'sini açıklamaktadır. Analiz sonucunda birinci boyut için maddelerin faktör yükleri 0,712-0,783 arasında ve ikinci boyut için 0,622-0,720 arasında değişmektedir. Gerçekleştirilen AFA sonucunda sosyal zekâ ölçeğinin orijinal halinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Orijinal ölçek 3 boyuttan oluşurken araştırmada 2 boyut elde edilmiştir. Orijinal ölçekte yer alan 'sosyal bilgi' boyutunda yer alan ifadeler araştırmada da birebir aynı boyut altında yer almakla birlikte diğer boyutlardan üç ifade sosyal bilgi boyutuna eklenmiştir. Bununla birlikte 'sosyal farkındalık' ve 'sosyal beceri' boyutları ise çalışmada birleşerek tek boyut olarak yer almışlardır. Buna ilaveten Tablo 2 incelendiğinde sosyal zekâ ölçeğinin güvenilirlik değerinin 0,911 olduğu görülmektedir. Ölçekte ilk boyut 0,925 ve ikinci boyut 0,919 güvenilirlik değerine sahip olmaktadır. Bu kapsamda sosyal zekâ ölçeğinin ve boyutlarının çok iyi derecede güvenilir oldukları ifade edilebilir. Analiz sonucunda ölçeklerde yer alan ifadeler Ek-2'de sunulmuştur.

2.4.3. Sosyal Girişimcilik Düzeylerinin Tespiti ve İncelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal girişimcilik düzeylerinin tespit edilebilmesi için AFA sonuçları kapsamında sosyal girişimcilik ölçeğinde bulunan her bir ifadenin SPSS programında ortalama ve standart sapma değeri hesaplanmıştır. Sonuçlar Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4.
Bireylerin Sosyal Girişimcilik Düzeyleri

Değişkenler ve Boyutlar		Ort.*	Std. Sapma
1. Boyut: Yenilikçilik ve Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme			
1	YSGF1	3,78	1,18
2	YSGF2	3,81	1,17
3	YSGF3	3,92	1,14
4	YSGF4	4,10	1,02
5	YSGF5	4,08	1,03
6	YSGF6	4,04	1,04
7	YSGF7	4,16	0,97
8	YSGF8	4,00	1,05
9	YSGF9	3,94	1,11
10	YSGF10	3,89	1,09
11	YSGF11	4,17	1,00
Faktör Ortalaması		3,99	0,85
2. Boyut: Sosyal Değer Yaratma			
1	SDY1	4,32	1,02
2	SDY2	4,26	1,02
3	SDY3	3,85	1,23
4	SDY4	4,11	1,09
5	SDY5	4,14	1,14
6	SDY6	4,48	0,96
Faktör Ortalaması		4,19	0,84
3. Boyut: Kaynak Oluşturma ve Sosyal Ağlardan Yararlanma			
1	KOSAY1	4,22	0,96
2	KOSAY2	4,16	1,09
3	KOSAY3	3,83	1,24
4	KOSAY4	4,21	1,01
5	KOSAY5	3,62	1,35
6	KOSAY6	4,17	1,07
Faktör Ortalaması		4,04	0,85
4. Boyut: Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma			
1	SİM1	3,99	1,14
2	SİM2	4,11	1,03
3	SİM3	4,26	1,01
4	SİM4	4,24	0,93
5	SİM5	4,14	1,15
Faktör Ortalaması		4,15	0,87
Sosyal Girişimcilik Genel Ortalaması		4,07	0,74

*1= Kesinlikle Katılmıyorum...5= Tamamen Katılıyorum

Tablo 4 incelendiğinde çalışmaya katılan bireylerin 4,07 ortalama ile oldukça yüksek sayılabilecek bir sosyal girişimcilik düzeyine sahip oldukları ifade edilebilir. Sosyal girişimcilik ölçeği boyutları açısından en yüksek ortalamaya 4,19 ile ‘sosyal değer yaratma’ boyutu sahip iken en düşük ortalamaya ise 3,99 ile ‘yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme’ boyutu sahip olmaktadır. Buna ilaveten sosyal girişim ölçeği alt değişkenler açısından en yüksek ortalamaya ‘sosyal değer yaratma’ boyutunun SDY6 kod numaralı “Fakir ve ihtiyacı olan diğer kimselere yardım etmeyi önemli buluyorum.” ifadesi sahip iken en düşük ortalamaya ise ‘kaynak

oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma' boyutunun KOSAY5 kod numaralı "Sosyal sorunlara çözümler üretmek için kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, diğer STK'lar vb. ile iş birliği yaparım." ifadesi sahip olmaktadır.

2.4.4. Sosyal Zekâ Düzeylerinin Tespiti ve İncelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal zekâ düzeylerinin tespit edilebilmesi için AFA sonuçları kapsamında sosyal zekâ ölçeğinde bulunan her bir ifadenin SPSS programında ortalama ve standart sapma değeri hesaplanmıştır. Sonuçlar Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5.

Bireylerin Sosyal Zekâ Düzeyleri

Değişkenler ve Boyutlar		Ort.*	Std. Sapma
1. Boyut: Sosyal Farkındalık ve Beceri			
1	SFB1	3,25	1,36
2	SFB2	3,42	1,44
3	SFB3	3,27	1,39
4	SFB4	3,95	1,33
5	SFB5	3,88	1,32
6	SFB6	4,08	1,28
7	SFB7	3,73	1,26
8	SFB8	3,54	1,38
9	SFB9	3,88	1,29
10	SFB10	3,86	1,34
11	SFB11	3,44	1,34
Faktör Ortalaması		3,66	1,01
2. Boyut: Sosyal Bilgi			
1	SB1	4,07	1,05
2	SB2	4,10	0,98
3	SB3	4,16	0,92
4	SB4	4,25	1,00
5	SB5	4,14	0,98
6	SB6	4,19	1,09
7	SB7	3,98	1,06
8	SB8	4,03	0,99
9	SB9	4,35	0,94
10	SB10	4,25	0,98
Faktör Ortalaması		4,15	0,76
Sosyal Zekâ Genel Ortalaması		3,90	0,71

*1= Kesinlikle Katılmıyorum...5= Tamamen Katılıyorum

Tablo 5 incelendiğinde çalışmaya katılan bireylerin 3,90 ortalama ile yüksek sayılabilecek bir sosyal zekâ düzeyine sahip oldukları ifade edilebilir. Sosyal zekâ ölçeği boyutları açısından 'sosyal farkındalık ve beceri' boyutu 3,66 ortalama sahip iken 'sosyal bilgi' boyutu ise 4,15 ortalama sahip olmaktadır. Bu kapsamda araştırmaya katılan bireylerin sosyal bilgi düzeylerinin sosyal farkındalık ve beceri düzeylerinden daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Buna ilaveten sosyal farkındalık ve beceri boyutu alt değişkenleri açısından en yüksek ortalama SBF6 kod numaralı "Başka insanlarla geçinebilmekte (anlaşmakta) zorlanırım." ifadesi sahip iken en düşük ortalama ise SBF1 kod numaralı "Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamının zor olduğunu hissederim." ifadesi sahip olmaktadır. Sosyal bilgi boyutu açısından ise en yüksek ortalama SB9 kod numaralı "Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım." ifadesi sahip iken en düşük ortalama SB7 kod numaralı "Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım." ifadesi sahip olmaktadır.

2.4.5. Sosyal Farkındalık ve Becerinin Sosyal Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

Sosyal zekâ değişkeni boyutlarından sosyal farkındalık ve beceri boyutunun sosyal girişimcilik değişkeni boyutları üzerindeki etkisinin incelenmesi için basit regresyon analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6.

Sosyal Farkındalık ve Becerinin Sosyal Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anova		R	R ²	Düz. R ²	Katsayılar			
		F	p				B	Beta (β)	t	p
YSGF	SFB	22,616	,000	,218	,048	,045	,182	,218	4,756	,000
SDY	SFB	10,955	,001	,154	,024	,021	,128	,154	3,310	,001
KOSAY	SFB	17,844	,000	,195	,038	,036	,163	,195	4,224	,000
SİM	SFB	21,140	,000	,211	,045	,042	,182	,211	4,598	,000

YSGF: Yenilikçilik ve Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme, SDY= Sosyal Değer Yaratma, KOSAY= Kaynak Oluşturma ve Sosyal Ağlardan Yararlanma SİM= Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma, SFB= Sosyal Farkındalık ve Beceri

Tablo 7 incelendiğinde Anova bölümünden bağımsız değişken sosyal farkındalık ve becerinin sosyal girişimcilik boyutları üzerinde etkili olduğunu öngören modellerin hepsinin anlamlı olduğu ($p= 0,000$) görülmektedir. Bununla birlikte Tablo 6'da R² bölümü incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görmelerindeki %4'lük ($R^2= 0,048$), sosyal değer yaratmalarındaki %2'lik ($R^2= 0,024$), kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanmalarındaki %3'lük ($R^2= 0,038$) ve sosyal içerikli misyon sahibi olmalarındaki %4'lük ($R^2= 0,045$) bir değişim sosyal farkındalık ve beceri değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca tabloda katsayılar bölümü incelendiğinde sosyal farkındalık ve becerinin YSGF ($B= 0,182$; $p= 0,000$), SDY ($B= 0,128$; $p= 0,000$), KOSAY ($B= 0,163$; $p= 0,000$) ve SİM ($B= 0,182$; $p= 0,000$) üzerinde anlamlı ve pozitif olarak etkili olduğu görülmektedir. Buna göre bireylerin sosyal farkındalık ve beceri düzeyleri arttıkça 'yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme', 'sosyal değer yaratma', 'kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma' ve 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' düzeylerinin de artacağı ifade edilebilir. Dolayısıyla araştırmada H₁, H₂, H₃, H₄ ve H₅ hipotezleri kabul edilmiştir.

2.4.6. Sosyal Bilginin Sosyal Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

Sosyal zekâ değişkeni boyutlarından sosyal bilgi boyutunun sosyal girişimcilik değişkeni boyutları üzerindeki etkisinin incelenmesi için basit regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7.

Sosyal Bilginin Sosyal Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anova		R	R ²	Düz. R ²	Katsayılar			
		F	p				B	Beta (β)	t	p
YSGF	SB	567,804	,000	,746	,556	,555	,828	,746	23,829	,000
SDY	SB	304,917	,000	,634	,402	,401	,702	,634	17,462	,000
KOSAY	SB	412,246	,000	,690	,476	,475	,771	,690	20,304	,000
SİM	SB	374,479	,000	,673	,453	,451	,770	,673	19,351	,000

YSGF: Yenilikçilik ve Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme, SDY= Sosyal Değer Yaratma, KOSAY= Kaynak

Oluşturma ve Sosyal Ağlardan Yararlanma, SİM= Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma, SB= Sosyal Bilgi

Tablo 7 incelendiğinde Anova bölümünden bağımsız değişken sosyal bilginin sosyal girişimcilik boyutları üzerinde etkili olduğunu öngören modellerin hepsinin anlamlı olduğu ($p= 0,000$) görülmektedir. Bununla birlikte Tablo 6'da R^2 bölümü incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görmelerindeki %55'lik ($R^2= 0,556$), sosyal değer yaratmalarındaki %40'lık ($R^2= 0,402$), kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanmalarındaki %47'lik ($R^2= 0,476$) ve sosyal içerikli misyon sahibi olmalarındaki %45'lik ($R^2= 0,453$) bir değişim sosyal bilgi değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca tabloda katsayılar bölümü incelendiğinde sosyal bilginin YSGF ($B= 0,828$; $p= 0,000$), SDY ($B= 0,702$; $p= 0,000$), KOSAY ($B= 0,771$; $p= 0,000$) ve SİM ($B= 0,770$; $p= 0,000$) üzerinde anlamlı ve pozitif olarak etkili olduğu görülmektedir. Buna göre bireylerin sosyal bilgi düzeyleri arttıkça 'yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme', 'sosyal değer yaratma', 'kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma' ve 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' düzeylerinin de artacağı ifade edilebilir. Dolayısıyla araştırmada H_5 , H_6 , H_7 , H_8 ve H_8 hipotezleri kabul edilmiştir.

2.4.7. Sosyal Zekânın Sosyal Girişimcilik Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal zekâlarının sosyal girişimcilik düzeylerini anlamlı bir şekilde etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi için basit regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 8'deki gibidir.

Tablo 8.

Sosyal Zekânın Sosyal Girişimcilik Üzerindeki Etkisi

Model Özeti						
Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Tahminin Std. Hatası		
1	.575 ^a	.331	.330	.60760		
a: Tahminleyiciler: (Sabit), Sosyal Zekâ						
ANOVA ^a						
Model	Karelerin Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p	
1 Regresyon	82.747	1	82.747	224.141	.000 ^b	
Artıklar	167.237	453	.369			
Toplam	249.985	454				
a: Bağımlı Değişken: Sosyal Girişimcilik						
b: Tahminleyiciler: (Sabit), Sosyal Zekâ						
Katsayılar ^a						
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		t	p
	B	Std. Hata	Beta (β)			
1 (Sabit)	1.743	.158			11.021	.000
Sosyal Zekâ	.598	.040	.575		14.971	.000
a: Bağımlı Değişken: Sosyal Girişimcilik						

Tablo 8'de Anova bölümü incelendiğinde sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerinde etkili olduğunu öngören modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu ($p= 0,000$) ortaya çıkmaktadır. Buna ilaveten Tablo 8'de R^2 bölümü incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin sosyal girişimcilik %33'lük ($R^2= 0,331$) bir değişim sosyal bilgi değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca tabloda katsayılar bölümü incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin sosyal girişimcilik düzeyleri üzerinde sosyal zekâlarının anlamlı ve olumlu ($B=0,598$, $p=0,000$) yönde bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuç bireylerin sosyal zekâlarındaki bir birimlik artışın sosyal girişimcilik düzeylerini 0,598 birim artırdığı anlamına gelmektedir. Buna göre bireylerin sosyal zekâları arttıkça sosyal girişimcilik düzeyleri de artmaktadır. Dolayısıyla sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu öngören H_9 hipotezi kabul edilmiştir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada bireylerin sosyal zekâlarının sosyal girişimcilik düzeyleri üzerindeki etkisi basit regresyon analizleri ile incelenmiştir. Çalışmanın kapsamını Ağrı ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri insanlar oluşturmaktadır. Maddi kaynakların yetersizliği araştırmadaki en önemli kısıtı oluşturmaktadır. Söz konusu kısıt sebebi ile çalışma Ağrı iliyle sınırlandırılmıştır. Araştırmada sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik şeklinde iki temel değişken bulunmaktadır. Değişkenlerden sosyal zekâ; 'sosyal farkındalık ve beceri' ve 'sosyal bilgi' şeklinde iki boyuttan oluşurken sosyal girişimcilik ise 'yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme', 'sosyal değer yaratma', 'kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma' ve 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' şeklinde dört boyuta

sahip olmaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme yönteminden yararlanılarak toplam 455 birey ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada araştırma katılımcılarının ağırlıklı olarak bekar, ortaöğretim, ön lisans ve lisans mezunu, 18-35 yaş aralığında düşük gelire sahip, öğrenci ve memurlardan oluştuğu saptanmıştır. Araştırmada gerçekleştirilen AFA'leri sonucunda sosyal girişimcilik ölçeğinin dört boyutlu, sosyal zekâ ölçeğinin ise iki boyutlu bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte uygulanan güvenilirlik analizleri sonucunda araştırma değişkenlerinin ve alt boyutlarının yeterli derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada 5'li likert derecelemesi noktasında bireylerin sosyal girişimcilik düzeylerinin 4,07 ve sosyal zekâ düzeylerinin ise 3,90 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların sosyal zekâ alt boyutları açısından 'sosyal farkındalık ve beceri' boyutunun 3,66 ve 'sosyal beceri' boyutunun 4,15 ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır. Sosyal girişimcilik alt boyutları açısından ise 'yenilikçilik ve sosyal girişim fırsatlarını görme' boyutunun 3,99, 'sosyal değer yaratma' boyutunun 4,19, 'kaynak oluşturma ve sosyal ağlardan yararlanma' boyutunun 4,04 ve 'sosyal içerikli misyon sahibi olma' boyutunun 4,07 ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Bu ortalama değerler incelendiğinde araştırma katılımcılarının yüksek sayılabilecek bir sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik düzeyine sahip olduğu ifade edilebilir. Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizleri sonucunda sosyal zekâ değişkeninin ve alt boyutlarının sosyal girişimcilik değişkeni ve alt boyutları üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bireylerin sosyal zekâları arttıkça sosyal girişimcilik düzeyleri de artmaktadır. İlgili literatür incelendiğinde Çakanel (2018), Shaemi Barzaki vd. (2018) ve Kömeçoğlu (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda elde edilen sonuçların bu araştırma sonuçlarıyla aynı yönde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışma sonuçlarının literatürle uyumlu olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda günümüz dünyasında giderek artan sosyal problemlere yenilikçi çözümler ortaya konulmasında son derece önemli bir kavram olan sosyal girişimciliğin bireyler tarafından daha yoğun ve etkili bir şekilde gerçekleştirilmesinde bireylerin yüksek seviyede sosyal zekâyâ sahip olmalarının önemli olduğu söylenebilir. Bu kapsamda eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve çeşitli kamu kurumları tarafından bireylerin sosyal zekâlarını artıracak eğitim faaliyetleri ve çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Bu eğitim faaliyetleri ve çalışmaların bireylerin doğru bir şekilde iletişim kurma ve empati yeteneklerinin geliştirilmesi ve duygusal zekâlarının desteklenmesi yönünde olmasının faydalı olacağı ifade edilebilir. Bununla birlikte sosyal zekâlarını geliştirmek isteyen bireylerin aktif bir şekilde sosyal hayata katılmalarının, farklı kültürel çevrelerle iletişime geçmelerinin, takım çalışmalarına aktif olarak katılmalarının, çok iyi bir gözlemci ve dinleyici olmalarının ve çözüm odaklı bir düşünce yapısına sahip olmalarının önemli olduğu söylenebilir. Bu konu hakkında araştırma yapmak isteyen araştırmacılar ise sosyal girişimciliği etkileyen farklı değişkenlerle ve farklı coğrafi bölgelerde özellikle de farklı ülkelerde karşılaştırmalı çalışmalar gerçekleştirebilirler.

KAYNAKÇA

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology innovation management review*, 2(2). 22-27.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları*. İdeal Kültür Yayıncılık.
- Astar, M., & Güriş, S. (2015). *SPSS ile İstatistik*. Der Yayınları.
- Aykol, S., & Yener, M. (2009). The impact of social intelligence and sense of humor on entrepreneurial intention: evidence from Turkey. In *The Proceedings of the 4th European Conference on Entrepreneurship and Innovation* 20-27.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
- Bakan, İ., & Amırlı, H. (2021). Girişimcilik niyeti ve yaşam doyumunun, sosyal zekâ algısı bağlamında incelenmesine yönelik bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 497-527.
- Can, A. (2016). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (4. Baskı), Pegem Akademi
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.
- Crowne, K. A. (2009). The relationships among social intelligence, emotional intelligence and cultural intelligence. *Organization Management Journal*, 6(3), 148-163.
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: A content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.

- Çakanel, Z. (2018). *Duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkinin incelenmesi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale Üniversitesi
- Çavuş, M. F., Pekkan, N. Ü., & Develi, A. (2019). Örgütsel sosyalleşmeye yeni bir öncül: Sosyal zeka. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 259-272.
- Çermik, F., & Şahin, İ. (2015). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal girişimcilik özelliklerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 1(2), 76-88.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. (2. Baskı). Pegem Akademi.
- Doğan, T., Totan, T., & Sapmaz, F. (2009). Üniversite öğrencilerinde benlik saygısı ve sosyal zeka. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (17), 235-247.
- Gönül, F., & Çalık, A. (2022). Duygusal zekâ, iş doyumunu ve tükenmişlik ilişkisi: hastane çalışanları üzerinde bir araştırma. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 41-50.
- Gümül, F., Çalık, A., & Kurt, H. (2017). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini incelemeye yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 91-107.
- Karasar, N. (2013). Bilimsel araştırma yöntemi. (25. Baskı), Nobel Yayıncılık.
- Kayalar, M., ve Arslan, E. T. (2009). Ashokaya üye sosyal girişimcilerin Türkiye ve dünyadaki faaliyet alanlarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 1(1), 56-76.
- Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal girişimciliğin başarı faktörlerinin girişimci kişilik ve dönüştürücü liderlik bağlamında araştırılması*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Kömeçoğlu, F. (2022). *Sosyal zeka ve sosyal girişimcilik ilişkisi: Kastamonu ili örneği*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu Üniversitesi
- Küçükşille, E. (2010), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Kalaycı Şeref (Ed.), *Çoklu doğrusal regresyon modeli* (s.257-269), (5. Baskı). Asil Yayın Dağıtım.
- Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S., & Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. *Small business economics*, 40, 693-714.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95.
- Uzun, H., Buran, A. Ç., ve Beydilli, E. T. (2017). Sosyal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: meslek yüksekokulu öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 1-13.
- Safari, Y., Tahmasby, F., & Karamafrooz, M. J. (2013). Assessment of entrepreneurial skills and its association with social intelligence in students of Kermanshah University of medical sciences. *Educational Research in Medical Sciences*, 2(2), 59-63
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur?. *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349-369.
- Shaemi Barzaki, A., Teimouri, H., & Abdi, M. (2018). Analysis of the Impact of Social Intelligence on Social Entrepreneurship. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 1396(special issue), 9-18.
- Silvera, D., Martinussen, M., & Dahl, T. I. (2001). The Tromsø Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 42(4), 313-319.
- Sutiyatno, S. (2023). The Role of emotional, spiritual, and social intelligence on entrepreneurship intention of informatics and computer students: self-leadership as a mediating variable. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(4), 1482-1491.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2022, Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1314663>
- Wu, J., & Wu, L. (2019). Evaluation of medical college students' entrepreneurial skills and its relationship with social intelligence. *Open Journal of Social Sciences*, 7(04), 13.

EK-1: Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Sosyal Girişimcilik Ölçeği

Boyutlar ve Alt Değişkenler

Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma

- 1 Sosyal değişim sağlama misyonuna sahibim.
- 2 Toplumsal sorunlara çözüm üretme misyonuna sahibim.
- 3 Topluma yararlı olma misyonuna sahibim.
- 4 Toplumun mutluluk ve huzur düzeyini artırma misyonuna sahibim.
- 5 Toplumdaki dezavantajlı gruplara (özürlüler, yaşlılar, kadınlar vb.) yönelik hizmetler sunma misyonuna sahibim.

Sosyal Değer Yaratma

- 1 Kendi iyiliğimden çok başkalarının iyiliği için çalışmayı tercih ederim.
- 2 Toplumun refah düzeyini arttırmak için çaba sarf ederim.
- 3 Başkalarına çok fazla yardım etme isteği hissediyorum.
- 4 Sahip olduklarımı başkalarıyla paylaşmayı önemli buluyorum.
- 5 Zamanımı başkaları için bir şeyler yaparak harcamayı sevmiyorum.
- 6 Başkalarının yararı için çaba göstermeyi önemli buluyorum.
- 7 Hayır ve yardım kurumlarına katkıda bulunmaktan çok hoşlanırım.
- 8 Fakir ve ihtiyacı olan diğer kimselere yardım etmeyi önemli buluyorum.

Yenilikçi Olma

- 1 İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.
- 2 İnsanlar sık sık yaratıcı (kreatif) faaliyetler için benden yardım isterler.
- 3 Bir beceri üzerinde uzmanlaşmaktansa yeni bir fikir ortaya atmak beni daha fazla tatmin eder.
- 4 Yaratıcı (kreatif) fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.
- 5 Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim.
- 6 Beceri ve uygulamadan ziyade yaratıcılığa yönelik bir işi tercih ederim.
- 7 Oldukça yaratıcı (kreatif) bir insanım.
- 8 Aynı işi farklı yollardan deneyerek yapmaktan hoşlanırım.

Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme

- 1 Sosyal girişim fırsatlarını tanıma başarısı gösteririm.
- 2 Problemleri fırsatlara dönüştürmede çok iyiyimdir.
- 3 İyi bir fırsatı başkalarından çok daha önce görebilirim.
- 4 Geliştirilmesi gereken bir fırsat benim için önemlidir.
- 5 Kendimi geliştirmek için karşılaştığım fırsatlar benim için önemlidir.

Kaynak Yaratma ve Sürdürülebilirliği Sağlama

- 1 Sosyal sorunların çözümü için yeni kaynaklar ararım.
- 2 Sosyal projelerin devamını sağlamak için gelir getirici faaliyetlerde bulunulması gerektiğini düşünüyorum.
- 3 STK'ların devlet tarafından desteklenmesi (sübvans edilmesi) gerektiğini düşünüyorum.
- 4 STK'ların finansman ihtiyaçlarını bağışlar, üye aidatları, aynı yardımlar vb. ile karşılaması gerektiğini düşünüyorum.
- 5 STK'ların varlıklarını sürdürebilmeleri için kaynak çeşitliliği sağlamaları gerektiğini düşünüyorum.

Sosyal Ağlardan Yararlanma

- 1 İhtiyacım olduğunda ailemden ve arkadaşarımdan yardım alırım.
- 2 Sosyal ilişkilerim sosyal sorunlara çözüm üretmeme olumlu katkı sağlamaktadır.
- 3 Sosyal sorunlara çözümler üretmek için kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, diğer STK'lar vb. ile işbirliği yaparım.
- 4 Sosyal ilişkilerin yeni sosyal girişim fırsatları yarattığını düşünüyorum.

Sosyal Zekâ Ölçeği

Boyutlar ve Alt Değişkenler

Sosyal Bilgi Süreci

- 1 Diğer insanların davranışlarını tahmin edebilirim.
- 2 Davranışlarımın insanlara neler hissettireceğini bilirim.
- 3 Diğer insanların duygularını (hislerini) anlayabilirim
- 4 Başkalarının isteklerini anlarım.
- 5 Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.
- 6 Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.
- 7 Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.

Sosyal Beceri

- 1 Tanımadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissederim
- 2 Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.
- 3 İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.
- 4 Başka insanlarla geçinebilmekte (anlaşmakta) zorlanırım.
- 5 Başkalarını iyi bir şekilde tanımam uzun zaman alır.
- 6 Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.
- 7 Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim

Sosyal Farkındalık

- 1 Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamamın zor olduğunu hissederim.
- 2 İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.
- 3 İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.
- 4 Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.
- 5 İnsanları tahmin edilemez bulurum.
- 6 Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.
- 7 Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.

EK-2: Açımlayıcı Faktör Analiz Sonucu Ölçeklerde Yer Alan İfadeler

Sosyal Girişimcilik Ölçeği AFA Sonucu Boyutlar ve İfadeler

Boyutlar ve Alt Değişkenler

Yenilikçilik ve Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme

- YSGF1 İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.
- YSGF2 İnsanlar sık sık yaratıcı (kreatif) faaliyetler için benden yardım isterler.
- YSGF3 Bir beceri üzerinde uzmanlaşmaktansa yeni bir fikir ortaya atmak beni daha fazla tatmin eder.
- YSGF4 Yaratıcı (kreatif) fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.
- YSGF5 Beceri ve uygulamadan ziyade yaratıcılığa yönelik bir işi tercih ederim.
- YSGF6 Oldukça yaratıcı (kreatif) bir insanım.
- YSGF7 Aynı işi farklı yollardan deneyerek yapmaktan hoşlanırım.
- YSGF8 Sosyal girişim fırsatlarını tanıma başarısı gösteririm.
- YSGF9 Problemleri fırsatlara dönüştürmede çok iyiyimdir.
- YSGF10 İyi bir fırsatı başkalarından çok daha önce görebilirim.
- YSGF11 Geliştirilmesi gereken bir fırsat benim için önemlidir.

Sosyal Değer Yaratma

- SDY1 Başkalarına çok fazla yardım etme isteği hissediyorum.
- SDY2 Sahip olduklarımı başkalarıyla paylaşmayı önemli buluyorum.
- SDY3 Zamanımı başkaları için bir şeyler yaparak harcamayı seviyorum.
- SDY4 Başkalarının yararı için çaba göstermeyi önemli buluyorum.
- SDY5 Hayır ve yardım kurumlarına katkıda bulunmaktan çok hoşlanırım.
- SDY6 Fakir ve ihtiyacı olan diğer kimselere yardım etmeyi önemli buluyorum.

Kaynak Oluşturma ve Sosyal Ağlardan Yararlanma

- KOSAY1 Sosyal projelerin devamını sağlamak için gelir getirici faaliyetlerde bulunulması gerektiğini

- düşünüyorum.
- KOSAY2 STK'ların devlet tarafından desteklenmesi (sübvansane edilmesi) gerektiğini düşünüyorum.
- KOSAY3 STK'ların finansman ihtiyaçlarını bağışlar, üye aidatları, aynı yardımlar vb. ile karşılaması gerektiğini düşünüyorum.
- KOSAY4 STK'ların varlıklarını sürdürülebilmeleri için kaynak çeşitliliği sağlamaları gerektiğini düşünüyorum.
- KOSAY5 Sosyal sorunlara çözümler üretmek için kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, diğer STK'lar vb. ile işbirliği yaparım.
- KOSAY6 Sosyal ilişkilerin yeni sosyal girişim fırsatları meydana getirdiğini düşünüyorum.
- Sosyal İçerikli Misyon Sahibi Olma
- SİM1 Sosyal değişim sağlama misyonuna sahibim.
- SİM2 Toplumsal sorunlara çözüm üretme misyonuna sahibim.
- SİM3 Toplum yararlı olma misyonuna sahibim.
- SİM4 Toplumun mutluluk ve huzur düzeyini arttırma misyonuna sahibim.
- SİM5 Toplumdaki dezavantajlı gruplara (özürlüler, yaşlılar, kadınlar vb.) yönelik hizmetler sunma misyonuna sahibim.

Sosyal Zekâ Ölçeği AFA Sonucu Boyutlar ve İfadeler

Boyutlar ve Alt Değişkenler

Sosyal Farkındalık ve Beceri

- SFB1 Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamanın zor olduğunu hissederim.
- SFB2 Tanımadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissederim.
- SFB3 İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.
- SFB4 İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.
- SFB5 Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.
- SFB6 Başka insanlarla geçinebilmekte (anlaşmakta) zorlanırım.
- SFB7 İnsanları tahmin edilemez bulurum.
- SFB8 Başkalarını iyi bir şekilde tanımam uzun zaman alır.
- SFB9 Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.
- SFB10 Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.
- SFB11 Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.

Sosyal Bilgi

- SB1 Diğer insanların davranışlarını tahmin edebilirim.
- SB2 Davranışlarının insanlara neler hissettireceğini bilirim.
- SB3 Diğer insanların duygularını (hislerini) anlayabilirim.
- SB4 Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.
- SB5 Başkalarının isteklerini anlarım.
- SB6 İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.
- SB7 Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.
- SB8 Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.
- SB9 Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.
- SB10 Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ (Etik Kurul gerekmiyorsa bu kısım çıkarılabilir.)

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 22.12.2021

Etik değerlendirme belge sayısı: 23.12.2021- E.28132 / Karar: 374

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS*
Fikir veya Kavram / Idea or Notion	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / Form there search hypothesis or idea	Ercan KESER Hikmet SARI
Tasarım / Design	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / Designing method, scale and pattern	Ercan KESER Hikmet SARI
Veri Toplama ve İşleme / Data Collecting and Processing	Verileri toplamak, düzenlenmek ve raporlamak / Collecting, organizing and reporting data	Ercan KESER Hikmet SARI
Tartışma ve Yorum / Discussion and Interpretation	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings	Ercan KESER Hikmet SARI
Literatür Taraması / Literature Review	Çalışma için gerekli literatürü taramak / Review the literature required for the study	Ercan KESER Hikmet SARI

*Katkı oranlarının tümü eşit olması durumunda oranlar belirtilmeyecektir/If the contribution rates are all equal, the rates will not be specified

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ OKURYAZARLIĞI ve MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZ İLE İNCELENMESİ

ANALYSIS OF TECHNOLOGY READINESS AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE AVIATION INDUSTRY THROUGH BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Güler YALVAÇ¹ 

Öz

Teknoloji okuryazarlığı, havayolu işletmelerinin, havalimanı işletmecilerinin ve diğer havacılık paydaşlarının (yer hizmetleri, bakım-onarım hizmetleri, havacılık profesyonelleri vb.) teknolojik araçları kullanabilme, anlayabilme ve mevcut teknolojilere adapte olabilme yeteneğini ifade etmektedir. Havacılık sektörünün dinamik, teknolojiye hızlı bir şekilde ayak uydurmayı ve teknolojik yenilikleri etkin bir şekilde kullanmayı gerektiren yapısı dikkate alındığında havacılık sektörü paydaşlarının teknolojik araçları etkin bir şekilde kullanma yeteneklerinin müşteri memnuniyetini doğrudan etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda havacılık işletmeleri, teknoloji okuryazarlığı konusunda yatırımlar yaparak müşteri memnuniyetini artırma ve sürdürülebilir bir başarı elde etmeye çalışmaktadırlar. Bu doğrultuda söz konusu kavramların geçmiş, günümüz ve gelecekteki eğilimlerini tespit etmek çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada, havacılık işletmeleri için büyük bir önem arz eden teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti kavramlarına yönelik literatür çeşitli sınıflandırma kriterleri baz alınarak analiz edilmiştir. Havacılık sektöründe teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti alanında 1995-2023 yılları arasında yapılan bilimsel çalışmalar bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu amaçla WoS veri tabanında ulaşılan 583 çalışma ele alınmıştır. Çalışmaların entelektüel yapısı ve bibliyografik analizi RStudio programı kullanılarak yapılmıştır. Bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen ampirik bulgular ile birlikte çok atıf alan çalışmalar, yazarlar ve söz konusu çalışmaların en çok yayımlandığı dergiler ülkelerin entelektüel ve kavramsal yapısı ile ilgili elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Genel olarak teknoloji okuryazarlığı kavramının yapısal eşitlik modellemeleri ile birlikte kullanıldığı, Covid-19 ile ilişkili çalışmaların niş konumunda olduğu ve yenilik, teknoloji, yenilikçilik gibi konularda çok fazla çalışmalar yapıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji Okuryazarlığı, Bibliyometrik Analiz, Havacılık, Müşteri Memnuniyeti

Abstract

Technology literacy refers to the ability of airline operators, airport operators and other aviation stakeholders (ground handling services, maintenance-repair services, aviation professionals, etc.) to use, understand and adapt to technological tools. Considering the dynamic structure of the aviation industry, which requires rapid adaptation to technology and effective use of technological innovations, it is seen that the ability of aviation industry stakeholders to use technological tools effectively directly affects customer satisfaction. In this context, aviation businesses are trying to increase customer satisfaction and achieve sustainable success by investing in technology literacy. Accordingly, the aim of this study is to determine the past, present and future trends of these concepts. In the study, the literature on the concepts of technological literacy and customer satisfaction, which are of great importance for aviation businesses, has been analysed based on various classification criteria. Scientific studies on technology literacy and customer satisfaction in the aviation sector between 1995 and 2023 were analysed by bibliometric analysis method. For this purpose, 583 studies accessed in the WoS database were analysed. The intellectual structure and bibliographic analysis of the studies were carried out using the RStudio programme. The empirical findings obtained as a result

¹ Öğr.Gör.,
guleryalvac@gumushane.edu.tr
Gümüşhane Üniversitesi, Kelkit Aydın
Doğan MYO, Ulaştırma Hizmetleri
Bölümü, Sivil Hava Ulaştırma
İşletmeciliği, 0000-0003-3284-6396

Citation: Yalvaç, G. Havacılık Sektöründe
Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri
Memnuniyetinin Bibliyometrik Analiz ile
İncelenmesi, İşletme Ekonomi ve Yönetim
Araştırmaları Dergisi (2024) 7 (1):55-72,
DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem.1401047>

of the bibliometric analysis, as well as the highly cited studies, authors and the journals in which the studies in question were published the most, were evaluated with the data obtained regarding the intellectual and conceptual structure of the countries. In general, it has been determined that the concept of technological literacy is used together with structural equation modelling, studies related to Covid-19 are in a niche position and a lot of studies have been conducted on topics such as innovation, technology and innovation.

Keywords: Technology readiness, Bibliometric Analysis, Aviation, Customer Satisfaction

1. GİRİŞ

Teknoloji okuryazarlığı, bireylerin yeni teknolojileri benimsemesi ve yeni teknolojileri kullanmalarına yönelik yatkınlıklarını içermektedir (Parasuraman, 2000). Mick ve Fournier tarafından 1998 yılında bireylerin teknolojiye verdikleri tepkiler üzerine yaptıkları kapsamlı nitel araştırmaya göre, tüketicilerin başa çıkmak zorunda oldukları sekiz teknoloji paradoksu olduğunu ifade etmektedirler. Söz konusu paradokslar; kontrol/kaos, özgürlük/köleleştirme, yeni/eskimiş, yetkinlik/yetkinsizlik, verimlilik/verimsizlik, ihtiyaçları karşılama/yaratma, asimilasyon/izolasyon ve ilgi çekme/çekmemedir (Mick & Fournier, 1998). Paradokslardan yola çıkarak teknolojinin olumlu ve olumsuz olarak bireylerin duygularını etkiledikleri sonucu çıkarılabilmektedir. Dolayısıyla teknoloji her bireyde aynı duyguları ortaya çıkarmamaktadır. Teknoloji tabanlı ürün ve hizmetler hakkında bireyler zıt görüşlere sahip olabilmektedir (Parasuraman, 2000). Teknoloji okuryazarlığının akademik ve uygulamadaki geçmişi bakıldığında 1995 yılına kadar uzandığı görülmektedir. Benbasat vd., "Electronic data interchange and small organizations: Adoption and impact of technology" adlı çalışması teknoloji okuryazarlığı konusunda akademik alanda yapılan çalışmaların temeli sayılabilecek bir konumdadır (Iacovou, vd., 1995). Elektronik veri alışverişi kapsamında (EDI), 7 işletme üzerinde vaka çalışmasının ampirik olarak gerçekleştirildiği makalede, EDI'nin faydalarına yönelik algıları iyileştirmenin, teknolojiye karşı gösterilen direncin azaltılmasının ve küçük işletmelerin finansal ve teknolojik yardım sağlamalarının öneminden bahsedilmiştir. Bu kapsamda etkili stratejilerin dikkatle seçilmesi ve yürürlüğe konulmasının gerekliliğine değinilmiştir (Iacovou, vd., 1995). Teknoloji okuryazarlığı, bireylerin zihinsel olarak teknolojiye yatkınlıklarını ifade eden bir kavram olmasından dolayı genel olarak bir zihin durumu olarak da ifade edilebilmektedir (Lin, vd., 2007). Moore tarafından 2010 yılında yapılan çalışmaya göre bireylerin teknoloji okuryazarı olarak nitelendirilebilmeleri için teknoloji ile ilişkili konulara birçok yönden başka perspektiften bakabilmeleri, konuları değişik bakış açılarıyla ilişkilendirebilmeleri ve problem çözme becerilerine sahip olmaları gerektiğini ifade etmektedir (Moore, 2010).

Havacılık işletmelerinin devamlılıklarını ve sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için müşterilerinin (yolcuların) eğilimlerini, teknolojiye hazır olma durumlarını ve havacılık işletmelerinin sunduğu hizmetlere ilişkin algılarını anlamaları gerekmektedir. Böylelikle mevcut rekabet koşullarında öncü bir konum elde edebilmektedirler (Demirci & Ersoy, 2008). Bu kapsamda müşteri memnuniyetini sağlayabilmek önemli bir rol oynamaktadır. Teknoloji okuryazarlığına sahip bireylerin, havacılık işletmelerinin sunduğu teknolojik hizmetleri daha kolay anlayabilmeleri ve kullanabilmelerinden dolayı müşteri memnuniyetinin arttığını öngörmekteyiz.

Hizmet kalitesinin temel belirleyicisi olan müşteri memnuniyeti aynı zamanda kalite yönetiminin temel ilkesini oluşturmaktadır (Sözen, 2005). Müşteri memnuniyeti, müşterilerin satın aldıkları hizmet ya da ürünlerin kendi beklentilerini, isteklerini ve ihtiyaçlarının karşılanma derecesi olarak da ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle müşterilerin tatmin olma derecesi ya da tatmin olma tepkisi müşteri memnuniyeti olarak tanımlanmaktadır (Oliver, 1997). Müşteri memnuniyeti ilk kez Cardozo tarafından 1965 yılında literatüre kazandırılmıştır (Özbay, 2015). Günümüzde ise özellikle hizmet ağırlıklı sektörlerde müşteri sadakatinin sağlanabilmesi açısından oldukça önemli bir kavram olarak gelişimini devam ettirmektedir (Koç & Darıcan, 2023). Havacılık işletmeleri müşterilerini tatmin edebilmek, ihtiyaçları karşılayabilmek ve yoğun rekabet ortamında sürdürülebilirliklerini sağlayabilmek amacıyla teknolojiye dayanarak ilerlemektedirler. Bu kapsamda bir yapısal dönüşüm gerçekleştirerek iş modellerinde değişikliğe gitmektedirler (Fitzgerald, vd., 2014). Müşteri memnuniyeti sağlayabilmek için, havacılık işletmelerinin gerçekleştirdiği söz konusu dönüşümü müşterilerin anlayabilmesi, kullanabilmesi ve yorumlayabilmesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle müşterilerin teknoloji okuryazarı olması gerekmektedir. Aksi halde havayolu müşterileri işletmelerin sundukları teknolojileri kullanamayacak ve aldıkları hizmetten tatmin olamayacaklardır. Havacılık sektörü teknoloji yoğun bir sektör olmasından dolayı yolcuların teknoloji okuryazarı olma eğilimleri işletmeler için büyük bir önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışma, havacılık sektöründe teknoloji okuryazarlık ve müşteri memnuniyeti kavramlarını ele almaktadır. Söz konusu kavramlar literatürde bibliyometrik analizi yapılarak taranmıştır. Bibliyometrik analiz ile taranan alanların eğilimleri, geçmiş ve günümüzdeki evrimleri, niş alanlar ve söz konusu başlıklar ile en çok çalışılan başlıkların analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle müşteri memnuniyeti ve teknoloji okuryazarlığı ile ilişkili en çok çalışılan ve en az çalışılan konular belirlenebilecektir. Dolayısıyla bir sonraki çalışmalar için araştırmacılara yol göstermesi

açısından büyük bir önem arz etmektedir. Elde edilen veriler ve sonuçlar ilgili bölümlerde detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

2. YÖNTEM ve METODOLOJİ

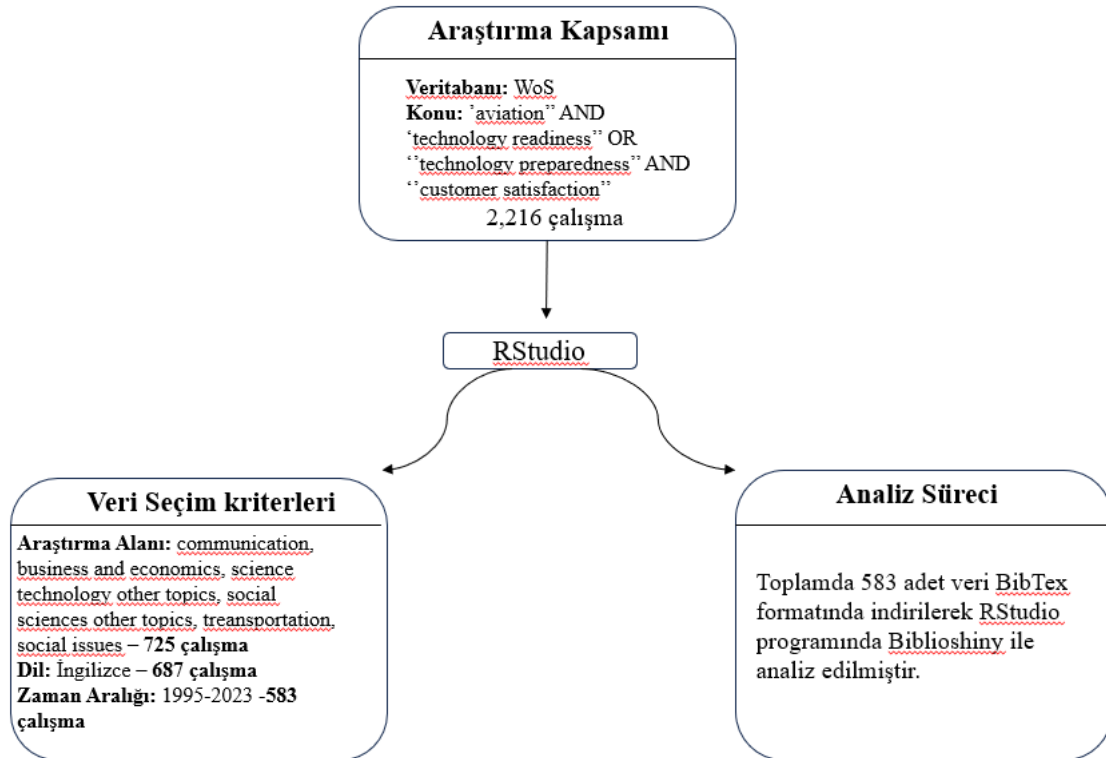
Çalışmada, herhangi bir alanda yayımlanan çalışmaların matematiksel ve istatistiksel yöntemler kullanılarak incelenmesini sağlayan analiz yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz kullanılmıştır (Nebioğlu, 2019; Özel & Kozak, 2012; Pritchard, 1969). Bu yöntem birçok bilimsel alanda yaygın olarak kullanılan bir analiz tekniğidir. Bibliyometrik analiz araştırılan disiplinin kavramsal, entelektüel ve sosyal yapısının ortaya konduğu bir analiz yöntemidir (Bozkurt & Çetin, 2016). Bir başka deyişle bibliyometrik analiz, araştırılan alanla ilgili yazarların, atıfların, dergilerin ve diğer ilgili faktörlerin niceliksel olarak analiz edilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırılan alandaki bilginin üretiminin, yayılmasının ve etkisinin değerlendirilmesini araştırmaktadır. Dolayısıyla bibliyometrik analiz, ilgili disiplinlerdeki gelişmeleri, eğilimleri ve ilgili disipline katkıda bulunanları değerlendirmek amacıyla araştırmacılara katkı sağlamaktadır.

2.1. Veri Seti

Bu çalışmada öncelikle literatür özet ve veritabanı olan WoS veri tabanı örneklemini toplamak için seçilmiştir. WoS veritabanında "aviation" ve "technology readiness" veya "technology preparedness" ve "customer satisfaction" kelime grupları yazılarak araştırmalar aratılmış ve 2,216 adet çalışma bulunmuştur. Bulunan çalışmalar belirli alanlarda filtrelenerek (communication, business and economics, science technology other topics, social sciences other topics, transportation, social issues) 2,216 adet çalışma sayısı 725'e düşürülmüştür. Dil seçeneği İngilizce olarak seçildiğinde mevcut bulunan çalışma sayısı 687 olarak güncellenmiştir. 1995-2023 arası yapılan çalışmalar ele alındığında ise son olarak kullanılacak çalışma sayısı 583 (makale, kitap bölümü, kitap, konferans bildirisi) olarak belirlenmiştir. Söz konusu 583 çalışma verisi "topics" başlığı altında filtrelenerek 27.11.2023 tarihinde elde edilmiştir. Şekil 1. veri toplama için kullanılan anahtar kelimelerin ve veritabanının detaylarını ve bibliyometrik analiz sürecini göstermektedir.

Şekil 1

Bibliyometrik Analiz Süreci



2.2. Verilerin Analizi

Verilerin analizi kısmında Şekil 1.de gösterilen şekilde yapılan filtrelemeler sonrasında elde edilen toplam 583 çalışma, bibliyometrik analiz yapılması amacıyla RStudio programında bulunan "biblioshiny-bibliometrix" paket

programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonrası elde edilen bulgular biblioshiny-bibliometri paket programı vasıtasıyla görselleştirilmiştir.

WoS literatürüne ve bibliyometrik analize dayanarak, bu çalışma havacılık sektöründeki teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti araştırmalarındaki eğilimleri analiz etmektedir. Anahtar kelime eğilimlerinin yorumlanması yolu ile söz konusu konudaki en popüler çalışmaları, araştırmaların yıllara göre dağılımı, bu alanda yapılan toplam çalışma sayısı ve türleri, en çok atıf alan yazarlar ve bu yazarların zamana bağlı verimlilikleri, akademik açıdan üretkenliği en yüksek olan ülkeleri, bu alanda en çok makale yayımlayan dergileri ve en çok tekrar eden kelime gruplarını ya da kelimeleri, çalışmaya ait tematik evrimi ve son olarak araştırmaların kavramsal, sosyal ve entelektüel yapıları keşfedilmiştir.

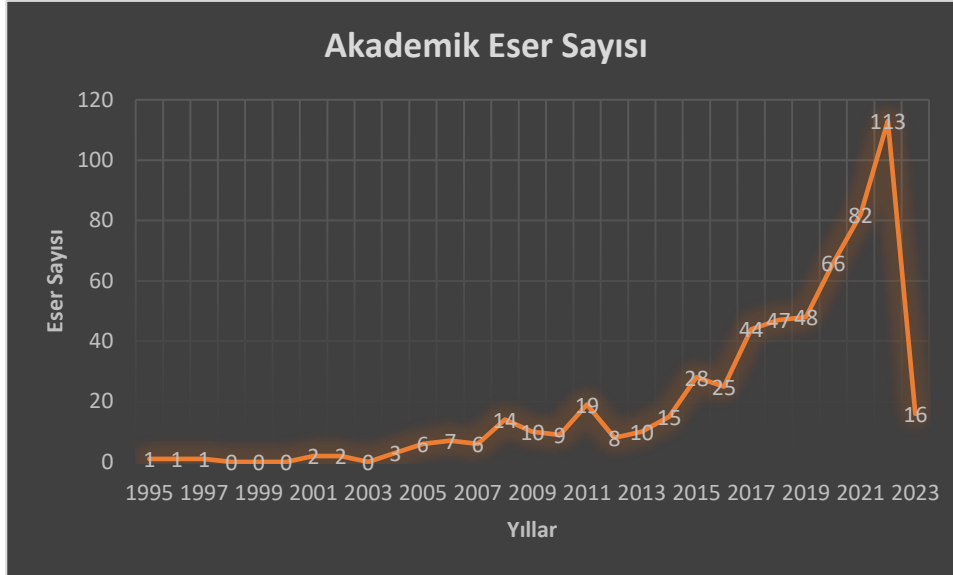
3. BULGULAR

3.1. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Grafik-1. "Havacılık sektöründe teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti" çalışmalarına ait eserlerin yıllara göre dağılımını göstermektedir.

Grafik 1

"Havacılık Sektöründe Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyeti" Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı



Grafik-1'de "Havacılık sektöründe teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti"ne ait araştırma trendi gösterilmektedir. Araştırma trendine bakıldığında 1995-2003 yılları arasında "havacılık sektöründe teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti" konuları yaygın bir ilgi görmemiştir. 1995-2003 yılları arasında teknolojinin yeni yeni gelişmeye başlaması ve üretim odaklı yaklaşımdan müşteri odaklı yaklaşıma geçişin olduğu dönemler olmasından dolayı bu yıllarda yayın sayısı neredeyse yok denecek kadar azdır. Özellikle genel olarak 1990'lı yıllar tüketicilerin ön plana yavaş yavaş çıktığı yıllar olarak kabul edilmektedir (Bozkurt İ., 2000). Dolayısıyla hem teknolojinin hem de müşteri yaklaşımlarının etkilerinden dolayı bu dönemlerde teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti alanında yapılan çalışma sayısı oldukça azdır. Müşteri yaklaşımlarındaki değişim ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte yıl bazında yayımlanan çalışma sayısında artışlar görülmektedir. 1995-96-97 yıllarında sadece "1" yayın, 1998-99-2000 yıllarında "0" yayın olduğu görülmektedir. 2001-2002 yıllarında "2" yayın yapılarak küçük oranda bir artış eğilimi görülse de, 2003 yılında yapılan yayın sayısı tekrar "0" a düşmüştür. Yıllar bazında bakıldığında 2016 yılına kadar genel olarak küçük oranda artış ve azalışlar olduğu görülmektedir. 2016-2022 yılları arasında her yıl düzenli olarak bu alanda yapılan çalışmalarda pozitif yönde bir artış olduğu görülmektedir. Fakat 2022-2023 yılları arasında ciddi oranda bir düşüş gerçekleşmiştir. 2022 yılında 113 yayın sayısı ile zirveye ulaşmıştır. 2022 yılında yayın sayısının en üst seviyeye çıkmasında pandeminin etkisi, işletmelerin dijital dönüşüm stratejilerini yoğun bir şekilde uygulaması, yolcu geri bildirimlerinin ve rekabet baskısının artması ve yeni teknolojilere erişilebilirliğin artması sebep olarak gösterilebilir (Heiets, vd, 2022; Iacovou, vd.,1995). 2000'li yıllarda mobil teknoloji, dijital iletişim ve akıllı cihazlar gibi alanlarda büyük atılımların yapılmasıyla birlikte akademik alanda da yapılan çalışmalar artmaya başlamıştır. Özellikle 2004 yılı ve sonrasında bazı yıllarda yayınlarda azalma eğilimi görülse de genel olarak artan bir eğilim görülmektedir. Artan eğilimin sebebi genel olarak teknolojinin gelişmesi, Z kuşağının teknoloji okuryazarı olma eğilimlerinin daha yüksek olmasıyla ilişkilendirilebilmektedir (Erten, 2019). Son olarak 2022 yılından sonra ciddi bir düşüş

gerçekleşmiştir. 2022 yılında ‘‘113’’ çalışma yayımlanmışken, 2023 yılında yayımlanan çalışma sayısı ‘‘16’’dır. Söz konusu düşüşün sebebi daha güncel ve yeni konulara yönelme olmasından kaynaklanabilmektedir. 2023 yılında havacılık alanında yapılan çalışmalara genel olarak bakıldığında; (Paladini & Saha, 2023; Kuok, vd., 2023; Shakir, 2023) gibi turizm ve uzay turizmi alanlarında; (Wu & Blake, 2023; Ruskin vd., 2023; Hiney, vd., 2023) gibi Covid-19 içerikli çalışmalar; (Wu, Zhang, vd., 2023) gibi havacılık güvenliği alanındaki çalışmalara odaklanılmıştır. Araştırmacılar her yıl farklı konulara eğilim gösterebilmektedirler. Daha güncel konular daha ilgi çekici olduğundan dolayı bu tür çalışmalara olan ilgi azabilmekte ve başka konulara yönelim gösterebilmektedirler.

3.2. Çalışma Sayısı ve Türleri

Tablo-1, ‘‘Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti’’ alanında yayımlanan çalışmaların türlerini ve sayılarını göstermektedir. 1995-2023 yılları arasında toplam 583 akademik çalışma yapılmıştır. Söz konusu çalışmaların %64’ü (374/583) makale türünde, %2’si kitap bölümü türünde, %22’si konferans bildirisi türünde ve yaklaşık %11’i ise diğer türde yer alan çalışmalardan oluşmaktadır.

Tablo 1

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Yayımlanan Çalışma Türleri ve Sayıları

Yayın Türü	Yayın Sayısı
Makale	374
Kitap	0
Kitap Bölümü	12
Konferans Bildirisi	130
Diğer (kısa anket, editör yazısı, kitap kritiği vb.)	67
TOPLAM	583

3.3. En Çok Atıf Alan Yazarlar

Tablo-2’de ‘‘Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti’’ne ilişkin yapılan çalışmalar ile ilgili en çok atıf alan 10 yazar gösterilmektedir. Yazarlara ilişkin çalışma sayısı, çalışmaların yayımlanma yılı ve çalışmaların toplam atıf sayıları verilmiştir. Toplam atıf sayılarına bakıldığında ‘‘Benbasat, I’’ 1750 atıf ile ilk sırada ve ‘‘Dexter, A.S’’ yine 1750 atıf ile ikinci sırada yer almaktadır. Benbasat, I. ve Dexter, A.S. ortak makale yaptıklarından dolayı atıf sayıları aynıdır. Bu nedenle iki yazarda ilk sırada yer alıyor şeklinde yorum yapılabilir. Dexter, A.S. ve Benbasat, I’ı, 1154 atıf sayısı ile ‘‘Iacovou, CI’’, 1093 atıf sayısı ile ‘‘Kraemer, KI.’’, ‘‘Xu, S.’’ ve ‘‘Zhu, K.’’ takip etmektedir. aynı şekilde ‘‘Kraemer, KI.’’, ‘‘Xu, S.’’ ve ‘‘Zhu, K.’’ bu alanda yayımladıkları makalelerde ortak yazar olmaları nedeniyle aynı atıf sayısına sahiptirler.

Tablo 2

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin En Çok Atıf Alan Yazarlar

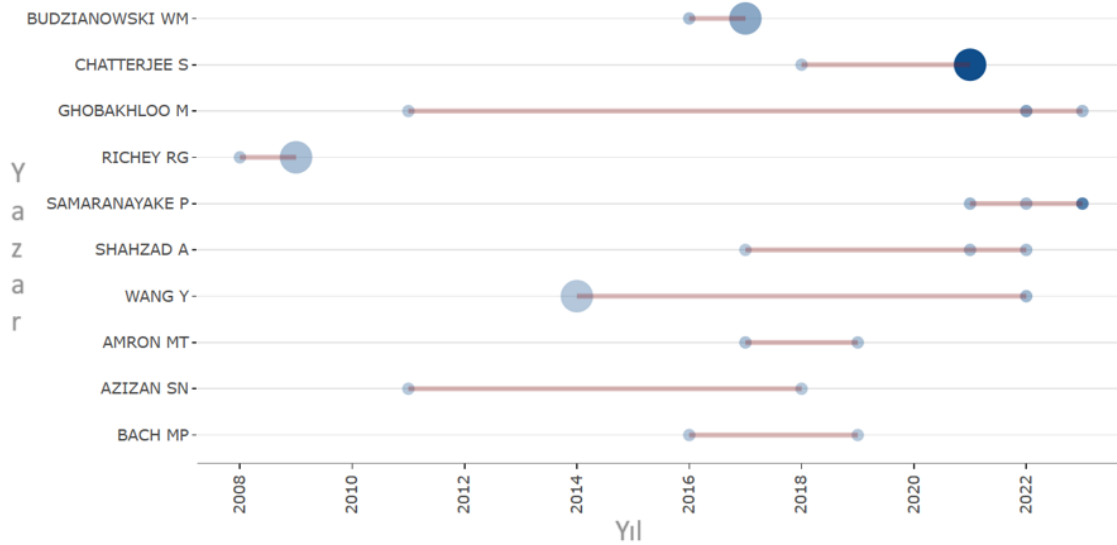
	Yazar Soyadı, A.	Çalışma Sayısı	g_index	Toplam Atıf Sayısı	Çalışma Yılı
1	Benbasat, I.	2	2	1750	1995
2	Dexter, A.S.	2	2	1750	1995
3	Iacovou, CI.	1	1	1154	1995
4	Kraemer, KI.	2	2	1093	2004
5	Xu, S.	2	2	1093	2004
6	Zhu, K.	2	2	1093	2004
7	Chwelos, P.	1	1	596	2001
8	Dedrick, J.	1	1	421	2004
9	Andwari, A.M.	1	1	407	2017

10	Esfahanian, V.	1	1	407	2017
----	----------------	---	---	-----	------

Yorumlama yapılırken sadece atıf sayısına bakarak yorum yapmak araştırılan alan ile ilgili dar bir bakış açısı elde edilmesine neden olur. Bu nedenle daha geniş bir perspektiften bakmak araştırılan alanda araştırmacıların daha fazla verim almasını sağlamaktadır. Dolayısıyla atıf sayısının yanı sıra söz konusu alandaki yazarların zamana göre verimliliklerinin de ele alınarak incelenmesi daha faydalı olacaktır. Bu kapsamda Şekil-2’de yazarların yıllara göre verimlilikleri bir başka ifadeyle üretkenlikleri gösterilmektedir. Şekil-2 ilk 10’da yer alan yazarların üretkenliklerini göstermektedir. Araştırma alanına yönelik yapılan çalışmaların verimliliği mavi daireler ile ifade edilmiştir. Mavi dairelerin koyu bir şekilde gösterilmesi ya da boyutlarının diğerlerine nispeten büyük olması, ilgili yazarın o yıl ki verimliliğinin arttığını göstermektedir. Bu kapsamda Chatterjee, S. adlı yazarın verimliliğinin 2021 yılında en yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ghobakhloo, M., ve Wang, Y.’nin ilgili alanda üretkenliğini devam ettiren köklü yazarlardan biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üretkenlik süresi bakımından, söz konusu alanda Richey, R.G.’ve Budzianowski, W.M’nin üretkenliği en az süren yazarlar olarak belirlenmiştir.

Şekil 2

Yazarların Yıllara Göre Verimlilikleri (Üretkenlik)



3.4. En Çok Atıf Alan Çalışmalar

Tablo-3’de araştırmanın yapıldığı tarih kıstasları içerisinde, “havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti” alanında yayımlanan ve en fazla atıf alan ilk 10 çalışmaya ait özet bilgiler verilmiştir. Tablo-3’de yer alan çalışmalar bu alanda çalışma yapacak araştırmacılar için önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bölüm 3.1.’de bu alanda yapılan araştırmaların 2022’den sonra daha güncel araştırma alanlarına bir eğilimin olmasından dolayı yayın sayısında bir düşüşün meydana geldiğinden bahsedilmiştir. Tablo-3’te görüldüğü gibi en fazla atıf alan çalışmanın, henüz konuların daha güncel kabul edildiği 1995 yılı olduğu görülmektedir. Böylelikle önceki bölümlerde elde edilen sonuçların bu bölümde desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Benbasat vd.’nin teknoloji alanında yapmış oldukları “Electronic Data Interchange and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology” adlı çalışmanın teknolojinin yeni yeni gelişmeye başladığı ve işletmeler için önemini anlattığı bir çalışma olmasından dolayı en çok atıf alan çalışma olmuştur. Söz konusu çalışma teknolojinin küçük işletmeler için öneminden, bilgi alışverişi açısından faydalarından, küçük işletmelerin bilişim teknolojileri konusundaki yetkinliklerinden, teknolojiyi yetersiz kullanımlarından ve entegrasyon eksikliklerinden bahsetmektedir (Iacovou, vd., 1995). 1995’li yıllar teknolojik gelişmeler açısından bakıldığında, teknolojinin yaygın olarak kullanılmadığı ve teknolojiye karşı direncin yüksek olduğu dönemler olarak ifade edilebilir. Bu anlamda bakıldığında, teknolojinin öneminden bahsetmiş olmasından ve literatürde bu alanda yapılan öncü çalışmalardan olması nedeniyle yüksek atıf sayısına sahiptir. Grafik 1.’e bakıldığında genel olarak 2004 ve 2017 yıllarında yayımlanan akademik eser sayısında artış olduğu görülmektedir. Tablo-3’de ise bu yıllardaki atıf sayılarının yayımlanan akademik eser sayısı ile doğru orantılı bir şekilde artmış gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda elde edilen verilerin birbirleriyle örtüştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak 2004-2017 yıllarında e-ticaretin ve teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi ve mobil ticaretteki artış, büyük verinin kullanımında yaşanan artış, e-ticaret platformlarının yükselişe geçmesi, bulut bilişim gibi depolama sistemlerinin yaygınlaşması ve hızlı ve güvenli

ödeme sistemlerinin (paypal vb.) kullanılmasında meydana gelen artışlar sonrasında bu alanda yayımlanan çalışma sayısında artış olduğu öngörülmektedir (Zhu, vd., 2004; Gangwar, vd., 2015; Zhu, vd., 2006).

Tablo 3

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin En Çok Atıf Alan Yazarlar

	Çalışma Adı	DOI	Yazar(lar) (Yıl)	Yayın Adı	Toplam Atıf Sayısı	Yıllık Ortalama Atıf Sayısı
1	Electronic Data Interchange and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology	10.2307/249629	Charalambos L. Iacovou, Izak Benbasat and Albert S. Dexter (1995)	MIS Quarterly	1154	39,79
2	The Process of Innovation Assimilation by Firms in Different Countries: A Technology Diffusion Perspective on E-Business	10.1287/mnsc.1050.0487	Kevin Zhu, Kenneth L. Kraemer, Sean Xu (2014)	Institute for Operations Research and the Management Sciences (INFORMS)	672	37,33
3	Empirical Test of an EDI Adoption Model	10.1287/isre.12.3.304.9708	Chwelos, P., Benbasat, I., & Dexter, A. S. (2001).	Information Systems Research	596	25,91
4	Information Technology Payoff in E-Business Environments: An International Perspective on Value Creation of E-Business in the Financial Services Industry	10.1080/07421222.2004.11045797	Zhu, K., Kraemer, K. L., & Dedrick, J. (2004).	Journal of Management Information Systems	421	21,05
5	A review of Battery Electric Vehicle Technology and Readiness Levels.	10.1016/j.rser.2017.03.138	Andwari, A. M., Pesiridis, A., Rajoo, S., Martinez-Botas, R., & Esfahanian, V. (2017).	Renewable and Sustainable Energy Reviews	407	58,14
6	Understanding Determinants of Cloud Computing Adoption Using an Integrated TAM-TOE Model	10.1108/JEIM-08-2013-0065	Gangwar, H., Date, H., & Ramaswamy, R. (2015)	Journal of Enterprise Information Management	401	44,56
7	Adoption Readiness, Personal Innovativeness, Perceived Risk and Usage Intention Across Customer Groups for Mobile Payment Services in India.	10.1108/IntR-12-2012-0244	Thakur, R., & Srivastava, M. (2014).	Internet Research	300	30,00
8	Predicting SMEs' Adoption of Enterprise Systems.	10.1108/17410390910922796	Ramdani, B., Kawalek, P., & Lorenzo, O. (2009)	Journal of Enterprise Information Management	270	18,00
9	Strategies for Improving the Sustainability of Structural Metals	10.1038/s41586-019-1702-5	Raabe, D., Tasan, C. C., & Olivetti, E. A. (2019).	Nature	213	42,60
10	The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective.	10.22215/timreview/1117	Morrar, R., Arman, H., & Mousa, S. (2017)	Technology Innovation Management Review	194	27,71

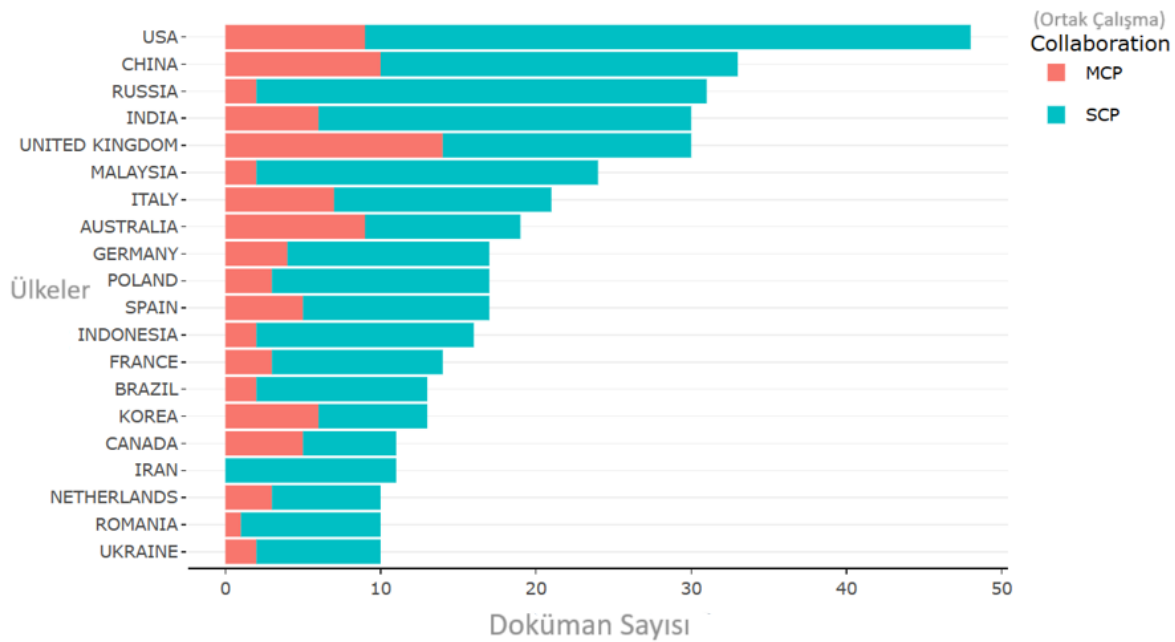
3.5. En Fazla Çalışma Yapılan Ülkeler

Grafik 2. "Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti" alanında en fazla akademik çalışma yapılan ülkeleri göstermektedir. En fazla çalışma yapılan ilk 20 ülkenin gösterildiği şekilde çalışmaların yayımlandığı dergilerin ait olduğu ülkeler değil, çalışmayı yürüten yazarların ülkeleri referans olarak alınmıştır. Grafik-2'ye göre akademik açıdan söz konusu alanda çalışma üretkenliği en yüksek ülkenin 48 çalışma ile Amerika Birleşik Devletleri (USA) olduğu görülmektedir. Sıralamada Amerika'yı, 33 makale sayısı ile Çin ve 31 makale

sayısı ile Rusya takip etmektedir. Teknoloji alanında Amerika Birleşik Devletleri'nin Ar-Ge yatırımlarına önem vermesi ve bu konuda büyük miktarlarda yatırımlar yapması, Harvard, Stanford ve MIT gibi teknoloji alanında üst düzey araştırmalar yapan kurumların bulunması, Silikon Vadisi, San Francisco ve New York gibi bölgelerinde teknoloji girişimlerinin yoğunlaşması ve gerekli kaynaklara sahip olması ve birçok büyük teknoloji şirketlerini bünyesinde barındırması (Apple, Microsoft, Google, Amazon, Facebook vb.) gibi faktörlerden dolayı Amerika'da söz konusu alanda daha çok çalışma yapıldığı öngörülmektedir. Aynı zamanda Airbus ve Boeing gibi büyük uçak üreticilerine ev sahipliği yapması araştırılan alanda en fazla çalışma yapan ülkeler sıralamasında Amerika Birleşik Devletleri'nin birinci sırada olmasını desteklemektedir (Woo, vd., 2021). İkinci ve üçüncü sırada yer alan Çin ve Rusya'nın ise havacılık sektöründe güçlü bir geçmişe sahip olmaları (özellikle Rusya'nın) ve Çin'in ise COMAC (Commercial Aircraft Corporation of China) gibi şirketleri ile yerli uçak üretimi konusunda attığı adımlarla havacılık sektöründe büyük bir hızla ilerlemelerine neden olmaktadır (Kakaşçı & Orhan, 2018; Yazgan, 2018). Söz konusu nedenlerden dolayı bu alanda çalışma yapılan ülkeler sıralamasında, ABD, Çin ve Rusya'nın yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. İlk 3'te yer alan ülkelerin yanı sıra diğer ülkelerin bu alanda çalışma yapmaları, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu alana yönelmeleri olarak ifade edilebilir. Aynı zamanda genel olarak gelişmiş Hollanda, İspanya ve gelişmekte olan Almanya, Hindistan, İngiltere, İtalya, Kanada, Endonezya, Avustralya, Fransa, Brezilya, Güney Kore, Polonya, Malezya, İran ülkelerin bu alanda çalışma yaptıkları görülmektedir. Genel olarak gelişmekte olan ülkelerde yoğunluk olduğu görülmektedir. Bu durum, gelişmekte olan ülkelerin teknolojik ve havacılık alanında yayın sayısının daha fazla olmasına sebep olmaktadır. Genel olarak gelişmekte olan ülkeler, ekonomik büyüme ve rekabet gücünü artırmada önemli bir rol oynayan teknoloji ve havacılık gibi alanlara daha fazla yoğunlaşırlar (Çelik, 2006). Bu nedenle söz konusu ülkelerin bu alanlara daha fazla eğilim göstermiş oldukları ve bununla beraber yayın sayısının fazla olduğu düşünülmektedir.

Grafik 2

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin En Fazla Çalışma Yapılan Ülkeler

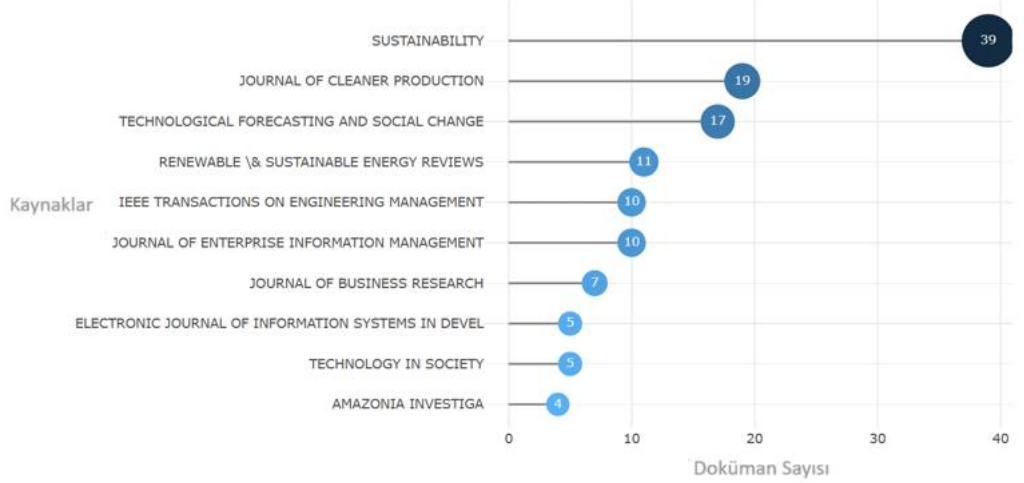


3.6. En Çok Makale Yayınlanan Dergiler

Şekil-4'te "Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti"ne yönelik en fazla yayın yapılan 10 dergi gösterilmektedir. Toplamda söz konusu alanda yayımlanan 374 makaleden en fazla yayım yapılan ilk 10 dergi incelenmiştir. Sustainability dergisinde 39 adet makale, Journal of Cleaner Production'da 19 makale, Technological Forecasting and Social Change'de 17, Renewable & Sustainable Energy Reviews'de 11, IEEE Transactions on Engineering Management'da 10, Journal of Enterprise Information Management'da 10, Journal of Business Research'de 7, Electronic Journal of Information System in Devel'da 5, Technology in Society'de 5, Amazonia Investiga dergisinde 4 adet olmak üzere ilgili alanda 127 yayımlanmıştır. İlgili alanla ilişkili en çok makalenin "39" çalışma ile "Sustainability" dergisinde olduğu görülmüştür. Devamında ise 19 makale ile "Journal of Cleaner Production" ve 17 çalışma ile "Technological Forecasting and Social Change" dergileri yer almaktadır.

Şekil 4

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin En Fazla Makale Yayımlanan Dergiler

**3.7. Başlık, Özet ve Anahtar Kelimeler Arasında En Sık Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları**

Tablo-4'te 1995-2023 yılları arasında bibliyometrik analize tabi tutulan 583 çalışma içerisinde en sık tekrar eden kelime ve kelime grupları gösterilmektedir. En sık kullanılan ilk 20 kelime/kelime grupları; tablo-4'te gösterildiği üzere 3 ayrı grupta (makale başlığı-anahtar kelime-referanslardaki kelimeler) ele alınmıştır. Makale başlığında en sık kullanılan 2 kelime incelendiğinde "technology readiness" kelimesinin diğer kelimelere kıyasla daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bunu takiben yine "technology readiness" ile aynı anlama gelen "technological readiness" kelimesi yer almaktadır. İki kelimenin de anlamsal olarak bir farklılığı olmamasına karşın kelime kullanımında farklılığa gidilmiştir. Bunun yanı sıra teknoloji bağlantılı ve teknoloji içerikli kelimelerin (digital transformation, supply chain, cloud computing) sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler arasında en fazla tekrar eden kelime/kelime gruplarına bakıldığında, çalışma içeriği ile doğru orantılı bir şekilde "technology" kelimesinin diğer kelimelere oranla daha sık kullanıldığı görülmektedir. Anahtar kelime kullanım frekansının teknolojik boyutunu ele alan ve teknoloji kavramının temeli olan "technology" ve "innovation" kümelemesi ile teknolojik değişimlerin ve dönüşümlerin yer aldığı kümeleme olan "digital transformation" ve "Industry 4.0" kümelemesi olmak üzere 2 farklı kümelemede ağırlıklı olarak yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Chen & Bellavitis, 2020'nin kümeleme konusunda sınırların belirlenmesinin öneminden bahsetmesinden dolayı bu şekilde kümeleme yoluna gidilmiştir. Kümeleme sonucunda literatür incelendiğinde teknoloji ile ilişki çalışmalarda dijital dönüşüm, endüstri 4.0 kavramlarının beraber kullanıldığı görülmüştür. Böylelikle dijitalleşme, teknoloji ve endüstri 4.0'ın ilişkisinin akademik çalışmalarla (Zengin & Yontar, 2022; Güven, 2020; Lu, 2017) desteklediği sonucuna ulaşılmıştır.

Referanslardaki kelimelerin frekansına bakıldığında ise teknoloji ile doğru orantılı bir şekilde "innovation" kelimesinin diğer kelimelere kıyasla daha fazla tekrar edildiği görülmektedir. İkinci sırada ise "model" kelimesinin yoğun bir şekilde kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu noktada teknoloji ile ilişkili modellerin bu alanda yapılan çalışmalarda (Gangwar, vd., 2015) sıklıkla kullanılmasından dolayı "model" kelimesinin frekansının yüksek olduğu öngörülmektedir.

Tablo 4

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Başlık, Özet ve Anahtar Kelimeler Arasında En Sık Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları

Makale Başlığı (Bigrams)		Anahtar Kelime		Referanslardaki Kelimeler	
Kelime	Sıklık	Kelime	Sıklık	Kelime	Sıklık
Technology Readiness	25	Technology	37	Innovation	64
Technological Readiness	13	Innovation	30	Model	59

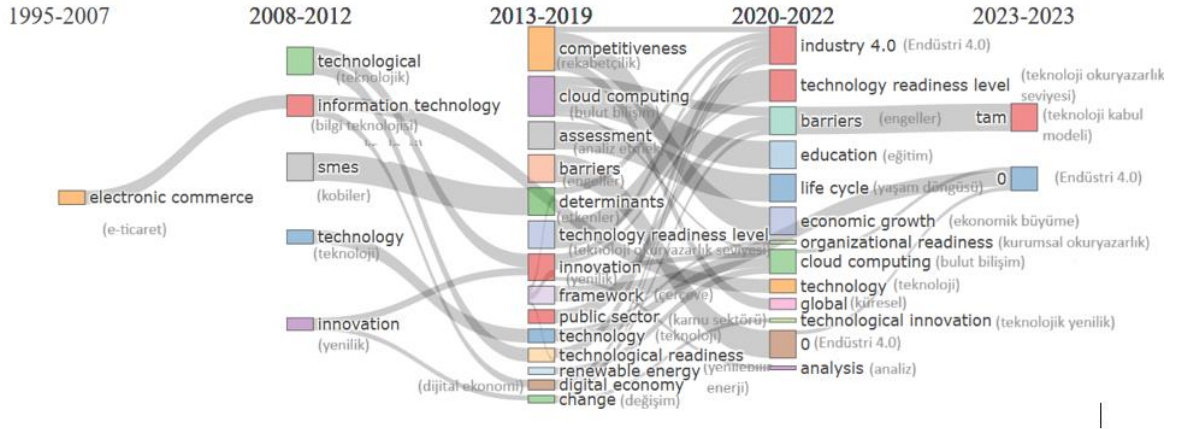
Digital Transformation	9	Technology Readiness	26	Adoption	52
Supply Chain	9	0	22	Information-Technology	51
Cloud Computing	8	Industry 4	21	Performance	51
Readiness Level	8	Industry 4 0	20	Determinants	48
Developing Countries	7	Technological Innovation	18	Framework	42
Factors Effecting	7	Readiness	16	Impact	41
Knowledge Management	7	Digital Transformation	14	Readiness	40
Artificial Intelligence	6	Management	14	Management	38

3.8. Tematik Evrim

Tematik evrim haritaları, temaları kendi içerisinde kategorize ederek, diğer dönemlerdeki temalar ile olan ilişkisini gösterir ve böylece araştırılan alan ile ilgili bütüncül bir haritalama imkanı sunmaktadır (Aria, vd.; Bhatt, vd., 2022). Tematik evrim vasıtasıyla araştırılan alanla ilgili temaların hangi dönemlerde artış gösterip hangi dönemlerde azalma eğilimine girdiği bütüncül bir yaklaşımla araştırmacılara sunulur, yıllara göre en çok çalışılan konular kolay bir şekilde belirlenebilmektedir (Bhatt, vd., 2022). Şekil-5, te "havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti"ne yönelik tematik evrim gösterilmektedir. 1995-2007 yılları arasında genel olarak "elektronik ticaret" üzerine çalışmaların yapıldığı görülmektedir. 2008-2012 yılları arasında ise teknolojinin gelişmesiyle birlikte "bilgi teknolojileri, yenilikçilik" üzerine çalışmaların yoğunlaştığı bir dönem olarak çıkmaktadır. Bu dönemde sosyal medya, bulut bilişim gibi yeni teknolojilerin yaygınlaşmasıyla beraber bilgi teknolojilerine olan ilginin artmış ve beraberinde "smes" (small and medium-sized enterprises) küçük ve orta ölçekli işletmelerde teknolojinin kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu durum söz konusu dönemde yapılan çalışmalara yansıtılarak Şekil-5'te 2008-2012 yılları arasında gösterilmektedir. 2013-2019 yıllarına bakıldığında çalışmaların, "bulut bilişim, yenilebilir enerji, dijital ekonomi, rekabetçilik" kavramları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Aynı zamanda bu dönemde teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle birlikte teknoloji okuryazarlığı kavramı da araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Sunulan teknolojilerden maksimum fayda elde edebilmek için teknolojinin sunulduğu kitlenin teknolojiyi anlaması ve kullanabilmesi oldukça önemlidir. Bu kapsamda teknoloji okuryazarlığına bu dönemlerde yoğunlaştığı öngörülmektedir. 2020-2022 yıllarında ise, "endüstri 4.0, teknoloji okuryazarlık seviyesi, küresellik, teknolojik inovasyonlar, eğitim" gibi alanlarda çalışmalara yoğunlaşmıştır. Bu dönemde Covid-19 ile ilgili çalışmalara rastlanılmaması dikkat çekmektedir. Tematik evrime bakıldığında Covid-19'un "Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti"ne yönelik bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle bu alanda yapılan çalışmalar, Covid-19 ile ilişkilendirilmemiştir. Son olarak 2022-2023 yıllarında "endüstri 4.0 ve tam (technology acceptance model)" konularına odaklanıldığı görülmektedir. 1995-2007 yılları arasında sadece elektronik ticaret teması üzerinde dar bir şekilde yoğunlaşmıştır. 2013-2019 ve 2020-2022 yılları arasında bulut bilişim, teknoloji okuryazarlığı, endüstri 4.0 yenilebilir enerji, dijital ekonomi, rekabetçilik gibi yeni temalar üzerinde yoğunlaşmıştır. Genel olarak temalara bakıldığında belirlenen yıllar arasındaki geçişlerde bir önceki döneme kıyasla alanla ilişkili yeni ve güncel temalar eklenmiştir.

Şekil 5

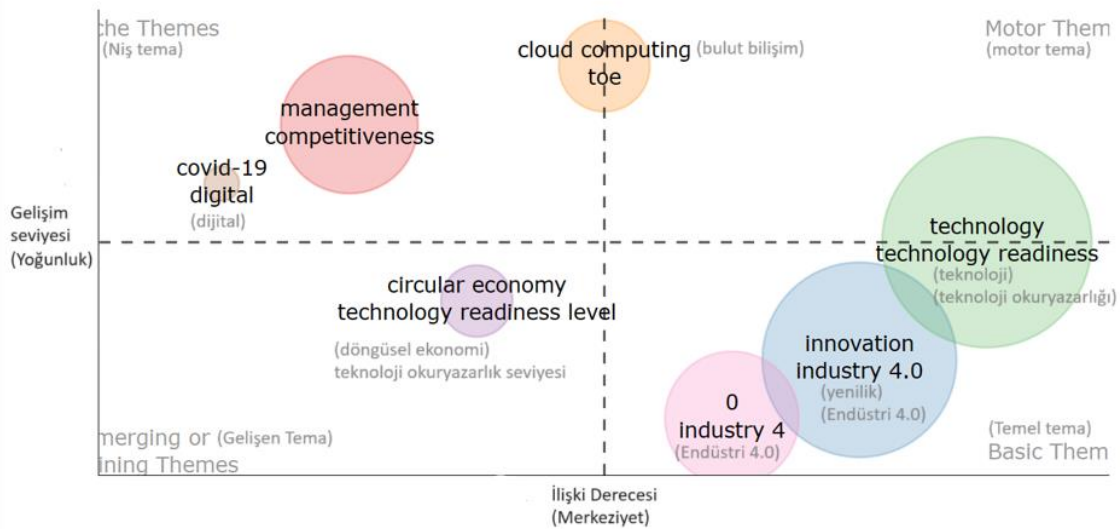
Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Tematik Evrim (1)



Şekil-6 tematik harita her bir anahtar kelimeyi iki boyutlu bir çerçevede ele almaktadır. Her bir anahtar kelimenin girdi katkısı ise ölçekler vasıtasıyla ölçülmektedir. Anahtar kelimelerin veri kümesine uygulanan kümeleme algoritmasına dayalı bir şekilde çeşitli temalar belirlenmektedir. Her bir küme, ilgili alandaki önemine göre tematik haritada gösterilmektedir. Bu kapsamda endüstri 4.0, yenilikçilik, teknoloji ve teknoloji okuryazarlığı anahtar kelime analizi yoluyla oluşturulan yüksek oranda tekrar eden ve temel üç tema olduğu tespit edilmiştir. Teknoloji ve teknoloji okuryazarlığı aynı zamanda motor tema (motor theme) içerisinde de görülmektedir. Motor tema (motor theme), tematik evrim analizinde belirli bir dönemde önemli bir etkiye sahip temaları ifade etmektedir. Dolayısıyla teknoloji ve teknoloji okuryazarlığı temel, odak nokta olmalarının yanı sıra ilgili alanda önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca bulut bilişim, teknoloji kabul modeli (toe) ise birbiriyle bağlantılı ve merkeziliğe en yakın konumdaki temalar oldukları gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra niş temada (niche theme) yer almaları henüz bu temalar ile ilgili yeteri kadar çalışma olmadığını göstermektedir. Covid-19, yönetim rekabetçiliği ise niş ve en izole durumda olan temalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla gelecekte bu alanlarla ilgili boşlukları doldurmak adına söz konusu temalara eğilim gösterilebilir. Son olarak gelişen tema (emerging theme), tematik evrimde gelişmekte olan bir temayı ifade ederken, yükselen tema (clining theme) ise tematik evrim analizinde gerileyen veya azalan ya da ilgili konuya yönelik önemin azaldığını ifade etmektedir. Bu kapsamda teknoloji okuryazarlık seviyesi ve döngüsel ekonomi temaları giderek azalan ve gelişen temalar olarak ele alınmaktadır.

Şekil-6

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Tematik Evrim (1)



3.9. Çalışmaların Kavramsal, Entelektüel ve Sosyal Yapıları

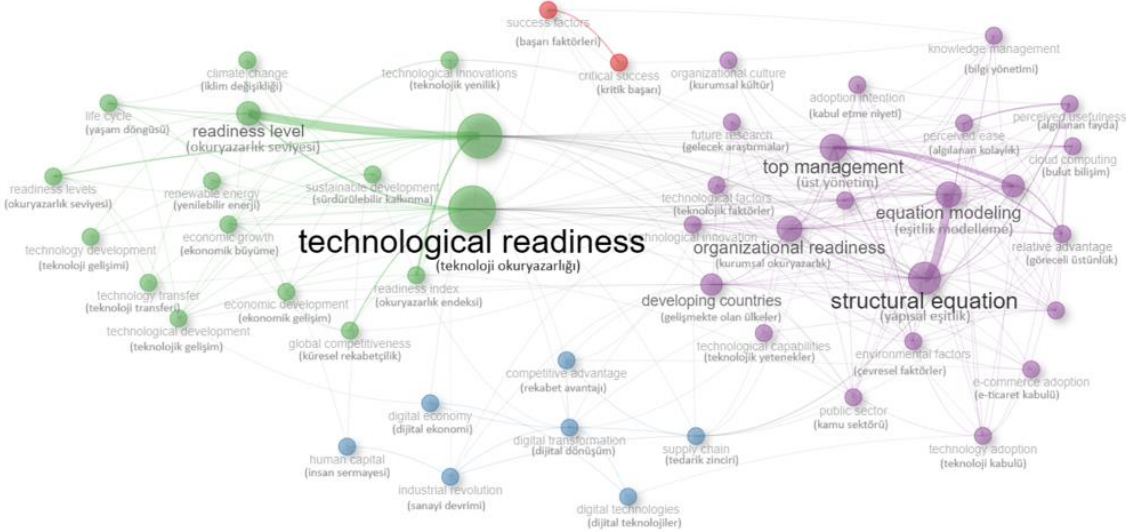
Araştırılan alandaki çalışmaların ortak yönlerinin sınıflandırılması ve yapılan analizler sonucu benzerliklerine göre gruplandırılması kapsamında, çalışmaların kavramsal (conceptual), sosyal (social) ve entelektüel (intellectual) yapıları incelenerek, söz konusu alanda genel görünümün anlaşılması ve birbirleriyle olan ilişkilerinin bulunması amaçlanır (Börner, vd., 2003; Small, 1973; Small, 1997; Morris & Van der Veer Martens, 2008; Karaoğlan, 2020). Çalışmada toplam 583 araştırmanın kavramsal yapıları incelenmiştir. Kavramsal yapıların analizi birliktelik analizi kullanılarak yapılmıştır. Birliktelik analizi vasıtasıyla makalelerde yer alan kelimelerin birbirleriyle olan ilişkileri incelenmiştir (Aria & Cuccurullo, 2017). Şekil-7’de yer alan kavramsal analiz sonuçlarına incelendiğinde, çalışma konularının 4 ana başlıkta kümelendiği görülmektedir;

- Teknoloji okuryazarlığı (yeşil küme)
- Yapısal denklem (mor küme)
- Dijital dönüşüm (mavi küme)
- Başarı faktörü (kırmızı küme)

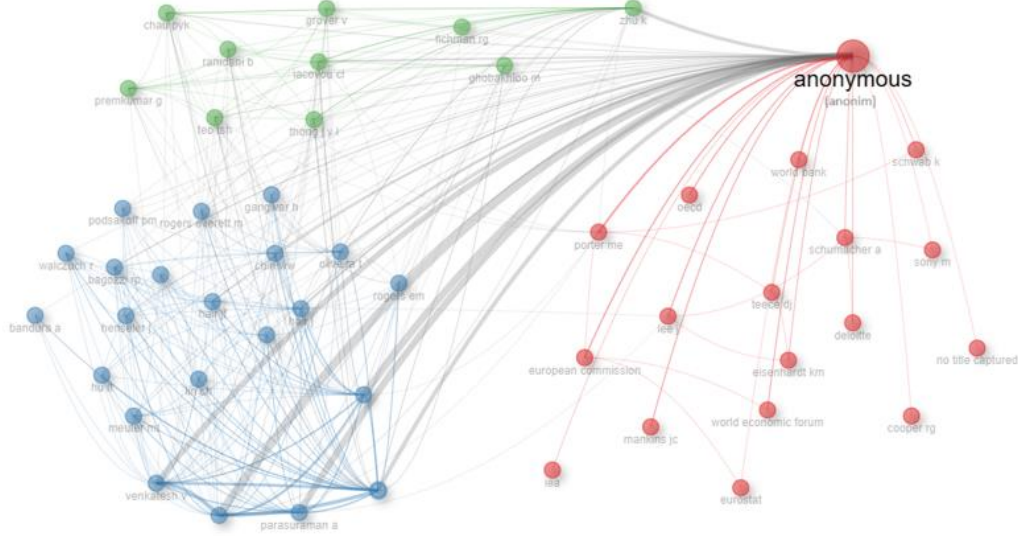
Analiz sonucunda kelimeler arasında güçlü bir bağlantı mevcutsa eğer kelimeleri birbirine bağlayan çizgiler daha koyu bir renkte gözükmetedir (Karaoğlan, 2020). Bu bağlamda, teknoloji okuryazarlığı ile okuryazarlık seviyesi arasında güçlü bir bağ olduğu görülmektedir. Aynı şekilde yapısal denklem ile denklem modeli arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Genel çerçeve olarak elde edilen 4 küme arasında ilişki bulunmasına rağmen yukarıda ifade edilen kelimeler arasında diğerlerine nispeten çok güçlü bir bağ bulunmaktadır. Teknoloji okuryazarlığının bulunduğu yeşil kümede ve yapısal denklemin bulunduğu mor kümede çalışmaların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Yapısal denklem alanlarında (mor küme) ele alınan çalışmaların büyük çoğunluğunun ampirik çalışmalardan oluştuğu dikkat çekmektedir.

Şekil-7

Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Başlıklardaki Kelimelere Göre Çalışma Konularının Kavramsal Yapısı (Bigrams)



Ortak atıf analizi (co-citation analysis) vasıtasıyla araştırılan alanda analiz edilen çalışmaların entelektüel yapısı ve söz konusu alandaki en etkin araştırmaların belirlenmesi ile aralarında kurulan ilişkilerin analiz edilmesi sağlanmaktadır (Small, 1973; Bellardo, 1980; Erkan, 2020). Ortak atıf analizinde iki çalışmanın birlikte atıf yapılma sıklığına göre iki çalışma arasındaki ilişkinin kuvveti analiz edilmektedir. Örneğin, iki çalışma arasında atıf yapılma sayısı yüksekse eğer bu iki çalışma arasında kuvvetli derecede ilişki ya da benzerlik olduğu sonucuna varılmaktadır (Bellardo, 1980; Erkan, 2020; Karaoğlan, 2020). Şekil-8’de ortak atıf analizi sonuçları görsel bir şekilde verilmektedir. Şekil-8’e göre çalışmalar 3 ayrı kümede toplanmıştır. Bu kümeler kırmızı, mavi ve yeşil renk ile gösterilmektedir. Başlık 3.9.da ifade edildiği gibi atıflar arasındaki çizgilerin kalınlığı ve koyuluğu, bağlantılar arasındaki ilişkiler güçlü ya da zayıf olma durumunu göstermektedir. Bu doğrultuda anonim kaynaktan (kırmızı küme) diğer kümelere olan atıflar arasında güçlü bir bağ olduğu tespit edilmiştir. Özellikle anonim kaynaktan mavi kümede yer alan ve teknoloji okuryazarlığı ile ilişkili ölçek oluşturan Parasuraman arasında güçlü bir bağ olduğu görülmektedir. Aynı şekilde anonim kaynak ile Venkatesh arasında da güçlü bir bağ olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 8**Havacılıkta Teknoloji Okuryazarlığı ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Ortak Atıf Analizi****4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME**

Bu çalışmada, Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyetine yönelik bütün çalışmaları içeren ve çeşitli sınıflandırma kriterleri baz alınarak bibliyometrik analizlere tabii tutulan mevcut araştırma eğilimleri hakkında bir perspektif sunmak hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda WoS veri tabanı örnekleme toplamak için seçilmiş olup toplamda 2,216 adet veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler "aviation" ve "technology readiness" veya "technology preparedness" ve "customer satisfaction" kelime grupları yazılarak WoS veri tabanında taratılmıştır. 2,216 adet veri çeşitli sınıflandırma kriterlerine göre filtrelenmiştir. Communication, business and economics, science technology other topics, social sciences other topics, transportation, social issues alanlarında filtreleme yapıldıktan sonra elde edilen veri sayısı 725'e düşmüştür. İngilizce dil seçimi yapıldıktan sonra 687'ye düşen veri sayısı, tarih kısıtlamasına gidilerek (1995-2023) 583 (makale, kitap bölümü, kitap, konferans bildirisi) olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak 583 adet "topics" başlığı altında 27.11.2023 tarihinde veri elde edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda söz konusu alanda yapılan çalışmalar ele alındığında, 1995-2003 yılları arasında teknoloji, havacılık ve müşteri memnuniyetine yönelik çalışmaların çok az (0-3 arası) olduğu görülmüştür. Genel olarak teknolojinin yaygın olarak kullanılmaması doğrudan teknoloji okuryazarlığı durumunu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda ürün odaklı yaklaşımın bu dönemlerde hakim olmasından dolayı bu alanda yayımlanan yayın sayısı 1995-2003 yılları arasında oldukça az seyrektir. 2000'li yıllardan sonra zaman zaman artan ve azalan yönde eğilimler olmasına rağmen en yüksek yayın sayısını 2022 yılında 113 yayın ile görmekteyiz. Bu yıllarda Z kuşağının teknoloji okuryazarı olma eğilimlerinin yüksek olması ve yeni nesil teknolojilerin yaygın bir şekilde kullanılmasının büyük oranda etkisinin olduğu öngörülmüştür. Bunu takiben ürün odaklı yaklaşımlardan müşteri ve hizmet odaklı yaklaşımlara geçiş olması ile birlikte müşteri memnuniyetine olan önemin artması da bu yıllarda yayımlanan yayın sayısında artışa sebep olmuştur. Ayrıca 2022 yılında yayın sayısının en üst seviyeye çıkmasında pandeminin etkisi, işletmelerin dijital dönüşüm stratejilerini yoğun bir şekilde uygulaması, yolcu geri bildirimlerinin ve rekabet baskısının artması ve yeni teknolojilere erişilebilirliğin artması sebep olarak gösterilebilir.

İlgili alanda yayımlanan çalışmaların türleri ve sayıları bibliyometrik analizler vasıtasıyla incelenmiş olup 1995-2023 yılları arasında yapılan çalışmaların %64'ü (374/583) makale türünde, %2'si kitap bölümü türünde, %22'si konferans bildirisi türünde ve yaklaşık %11'i ise diğer türde yer alan çalışmalardan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda ilgili alanda en sık tekrar eden kelime ve grupları da analize tabii tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda makale başlıklarında en sık kullanılan iki kelimenin "technology readiness" ve bu kelime grubuyla aynı anlama gelen "technological readiness" olduğu görülmüştür. Söz konusu kelime grupları anlamsal açıdan birbirleriyle benzer özellikler göstermektedirler. Fakat kullanım olarak farklılığa gidilerek literatürde iki farklı şekilde ele alındığı görülmektedir. Anahtar kelime gruplarında ise en çok tekrar eden kelimenin "technology" olduğu sonucuna varılmıştır. Referans kelimelerde en sık tekrar eden kelimenin ise "innovation" olduğu görülmektedir.

Havacılıkta teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyetine yönelik en fazla yayın yapılan 10 dergi içerisinde en fazla yayın yapılan dergi 39 makale sayısı ile "Sustainability" dergisi olmuştur. Sustainability dergisini 19 makale ile "Journal of Cleaner Production", 17 makale ile "Technological Forecasting and Social Change" dergileri takip etmektedir. İlgili alanda 1995-2023 yılları arasında toplamda 374 makale yayımlanmıştır. 374 makalenin 127 tanesi ilgili alanda en çok yayım yapan ilk 10 dergi içerisinde yer almaktadır.

Söz konusu alanla ilgili oluşturulan tematik evrim haritalarında araştırılan alanla ilgili temaların hangi dönemlerde artış gösterdiği hangi dönemlerde azalma eğilimine girdiği analiz edilmiştir. Böylelikle yıl bazında en çok çalışılan konular belirlenmiştir. Genel olarak ilk önce elektronik ticaret üzerine yapılan çalışmaların olduğu görülmüştür. Daha sonraki yıllarda teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla beraber yenilikçilik ve bilgi teknolojileri üzerine yapılan çalışmalara rastlanılmıştır. 2013-2019 yıllarına gelindiğinde bulut bilişim, dijital ekonomi, yenilebilir enerji ve rekabetçilik temaları üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. 2020-2022 yıllarında "endüstri 4.0, teknoloji okuryazarlık seviyesi, küresellik, teknolojik inovasyonlar, eğitim" gibi alanlarda çalışmaların yapıldığı dikkat çekmektedir. Özellikle bu dönemlerde ilgili alanda Covid-19 içerikli çalışmalara rastlanılmaması oldukça dikkat çekici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak 2022-2023 yıllarında "endüstri 4.0 ve tam (technology acceptance model)" konularına odaklanıldığı görülmektedir. Temaları iki boyutlu şekilde ele alan diğer tematik haritada ise endüstri 4.0, yenilikçilik, teknoloji ve teknoloji okuryazarlığı kelime ve kelime gruplarının en çok tekrar eden ve temel üç tema olduğu tespit edilmiştir. Bulut bilişim, teknoloji kabul modeli (toe) ise birbiriyle bağlantılı ve merkeziliğe en yakın konumdaki temalar oldukları gözlemlenmiştir. Covid-19, yönetim rekabetçiliği ise niş ve en izole durumda olan temalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji okuryazarlık seviyesi ve döngüsel ekonomi temaları ise giderek azalan ve gelişen temalar olarak ele alınmıştır.

Ortak atıf analizinde ise çalışmalar 3 ayrı kümede (kırmızı, mavi, yeşil) toplanmıştır. Bu doğrultuda anonim kaynaktan (kırmızı küme) diğer kümelere olan atıflar arasında güçlü bir bağ olduğu tespit edilmiştir. Özellikle anonim kaynaktan mavi kümede yer alan ve teknoloji okuryazarlığı ile ilişkili ölçek oluşturan Parasuraman arasında güçlü bir bağ olduğu görülmektedir. Aynı şekilde anonim kaynak ile Venkatesh arasında da güçlü bir bağ olduğu tespit edilmiştir. Son olarak yapılan kavramsal analizler sonucunda çalışma konuları teknoloji okuryazarlığı, yapısal denklem, dijital dönüşüm ve başarı faktörü olmak üzere dört ana başlık altında kümelenebilir. Çalışma sonucuna göre, teknoloji okuryazarlığı kavramının çoğunlukla yapısal eşitlik modelleme yöntemleriyle sıkça kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda daha farklı araştırma yöntemleri kullanılarak alanda farklılaşmaya gidilebilir. Aynı zamanda teknoloji okuryazarlığı ve müşteri memnuniyeti kavramlarının Covid-19 ile ilişkilendirilerek yapılan çalışmaların oldukça az olduğu dikkat çekmektedir. Bu alana yönelerek literatürdeki mevcut boşluk doldurulabilir. Müşteri memnuniyeti ve teknoloji okuryazarlığı ile ilgili çalışmaların çok fazla yapıldığı fakat her iki kavramın birlikte kullanılarak yapıldığı çalışmaları çok ender olduğu görülmektedir. Özellikle havacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve teknoloji okuryazarlığı ile ilgili çalışmaların ise hiç yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda havacılık sektöründe söz konusu alanda büyük bir boşluk olduğu görülmektedir. Bu boşluğu ortaya koyan bir çalışma olmasından ötürü söz konusu çalışma büyük bir önem arz etmektedir. Bu alanda çalışmalara yönelerek literatürdeki boşluk doldurulabilir. Çalışmada sadece havacılık alanında ele alınan çalışmalar incelenerek makale sınırlandırılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda havalimanları ve havayolu işletmeleri olarak havacılık sektörü ayrı ayrı ele alınarak yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool for Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Aria, M., Misuraca, M., & Spano, M. (2020). Mapping the Evolution of Social Research and Data Science on 30 Years of Social Indicators Research. *Social Indicators Research*, 803-831.
- Bellardo, T. (1980). The Use of Co-Citations to Study Science. *Library Research*, 2(3), 231- 237.
- Bhatt, A., Joshipura, M., & Joshipura, N. (2022). Decoding the Trinity of Fintech, Digitalization and Financial Services: An Integrated Bibliometric Analysis and Thematic Literature Review Approach. *Cogent Economics and Finance*, 10(1).
- Bozkurt, İ. (2000). *Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Bozkurt, Ö., & Çetin, A. (2016). Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2), 229- 263.
- Börner, K., Chen, C., & Boyack, K. (2003). Visualizing Knowledge Domains. *Annual Review of Information Science and Technology*, 37(1), 79-255.
- Chen, Y., & Bellavitis, C. (2020). Blockchain Disruption and Decentralized Finance: The Rise of Decentralized Business Models. *Journal of Business Venturing Insights*.

- Demirci, A., & Ersoy, N. (2008). Technology Readiness for Innovative High-Tech Products: How Consumers Perceive and Adopt New Technologies. *The Business Review*, 11(1), 302-308.
- Erkan, İ. (2020). Dijital Pazarlamanın Dünü, Bugünü, Geleceği: Bibliyometrik Bir Analiz. *Akademik Hassasiyetler*, 7(13), 149-168.
- Erten, P. (2019). Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 190-202.
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2).
- Gangwar, H., Date, H., & Ramaswamy, R. (2015). Understanding Determinants of Cloud Computing Adoption Using an Integrated TAM-TOE Model. *Journal of Enterprise Information Management*, 107-130.
- Güven, H. (2020). Industry 4.0 and Marketing 4.0: In Perspective of Digitalization and E-Commerce. *In Agile Business Leadership Methods for Industry 4.0*, 25-46.
- Heiets, I., La, J., Zhou, W., Xu, S., Wang, X., & Xu, Y. (2022). Digital Transformation of Airline Industry. *ransportation Economics*.
- Hiney, N., Efthymiou, M., & Morgenroth, E. (2023). Impact of Covid-19 on Irish Airport Stakeholder Relationships. *Annals of Tourism Research*.
- Iacovou, C., Benbasat, I., & Dexter, A. (1995). Electronic Data Interchange and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology. *MIS Quarterly*, 465-485.
- Kakaşçı, U., & Orhan, B. (2018). Türkiye Savunma Sanayii İhracatının Geliştirilmesine Yönelik Öneriler . *Sürdürülebilir Havacılık Araştırmaları Dergisi*, 78-87.
- Karaoğlan, S. (2020). İslami Finans Literatürünün Retrospektifi: Geçmiş ve GElecek Öngörülleri Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(39), 1088-1106.
- Koç, F., & Darıcan, Ş. (2023). Satış Sonrası Hizmetlerin Dijital Platformda Yönetilmesinde Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati. *Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 73-90.
- Kuok, R., Koo, T., & Lim, C. (2023). Air Transport Capacity and Tourism Demand: A Panel Cointegration Approach with Cross Sectionally Augmented Autoregressive Distributed Lag (CS-ARDL) Model. *Tourism Economics*.
- Lin, C., Shih, H., & Sher, P. (2007). ntegrating Technology Readiness into Technology Acceptance:The TRAM Model. *Psychology & Marketing*, 24(7), 641-657.
- Lu, Y. (2017). Industry 4.0: A Survey on Technologies, Applications and Open Research Issues. *Journal of Industrial Information Integration*, 1-10.
- Mick, D., & Fournier, S. (1998). Paradoxes of Technology: Consumer Cognizance, Emotions, and Coping Strategies. *Journal of Consumer Research*, 123-147.
- Moore, D. (2010). Technology Literacy: The Extension of Cognition. *International Journal of Technology and Design*.
- Morris, S., & Van der Veer Martens, B. (2008). Mapping Research Specialties. *Annual Review of Information Science and Technology*, 42(1), 213-295.
- Nebioğlu, O. (2019). Turizm ve Yiyecek Tüketimi: Uluslararası Alanyazın Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 71-88.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: MA: Irwin, McGraw-Hill.
- Özbay, V. (2015). *Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Özel, Ç., & Kozak, N. (2012). Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 715-733.
- Paladini, S., & Saha, S. (2023). The Quest for Sustainability in Lower Orbit: Conceptual Models for Space Tourism. *International Journal of Tourism Research*.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI) A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *journal of Service Research*, 2(4), 307-320.

- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics. *Journal of Documentation*, 348-34.
- Ruskin, K., Winter, S., Crouse, S., Rice, S., Rice, C., & Richards, G. (2023). An Empirical Analysis of American Passenger's Willingness to Fly in Commercial Airplanes After Vaccination Against COVID-19. *Technology in Society*.
- Shakir, L. (2023). A Land Made Fit For Tourists': Thomas Cook Tourism Promotion, and Colonial Development in Iraq, 1920–1932. *Journal of Tourism History*, 1-18.
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269.
- Small, H. (1997). Update on Science Mapping: Creating Large Document Spaces. *Scientometrics*, 38(2), 275-293.
- Sözen, S. (2005). Kamuda Hizmet Kalitesi: Kolluk Hizmetleri Örneği. *Polis Bilimleri Dergisi*, 7(3), 1-16.
- Woo, A., Park, B., Sung, H., Yong, H., Chae, J., & Choi, S. (2021). An Analysis of the Competitive Actions of Boeing and Airbus in the Aerospace Industry Based on the Competitive Dynamics Model. *Journal of Open Innovation: Technology Market, and Complexity*, 7(3), 192.
- Wu, X., & Blake, A. (2023). The Impact of the COVID-19 Crisis on Air Travel Demand: Some Evidence From China. *Sage Open*, 13(1).
- Wu, Y., Zhang, S., Zhang, X., Lu, Y., & Xiong, Z. (2023). Analysis in Coupling Dynamic Effect of Human Errors in Aviation Safety. *Accident Analysis & Prevention*.
- Yazgan, E. (2018). *İnternet Temelli Perakendecilik Sektöründe İnsan Kaynakları: Amazon Şirketi Tarafından İhtiyaç Duyulan Personelin Belirlenmesi*. Ufuk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Zengin, Ş., & Yontar, E. (2022). Reflections of Digital Transformation in the Health Sector in the Covid 19 Pandemic with the Effect of Industry 4.0. *Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 136-152.
- Zhu, K., Kraemer, K., & Xu, S. (2006). The Process of Innovation Assimilation By Firms in Different Countries: A Technology Diffusion Perspective on E-Business. *Management Science*, 1557-1576.
- Zhu, K., Kraemer, K., & Dedrick, J. (2004). Information Technology Payoff in E-Business Environments: An Interantional Perspective on Value Creation of E-Business in the Financial Services Industry. *Journal of Management Information Systems*.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

KUR KORUMALI MEVDUAT SİSTEMİ VE SONUÇLARI

EXCHANGE RATE PROTECTED DEPOSIT SYSTEM AND ITS CONSEQUENCES

Fikret KARTAL¹ 

Öz

Türkiye’de Eylül 2021 döneminden itibaren tatbik edilmeye başlanılan geleneksel olmayan politikaların önemli bir bileşeni olan Kur Korumalı Mevduat (KKM) ve diğer makro-mikro ihtiyati tedbirler politika faizinin farklı amaçlarla kullanılmasının doğurduğu boşluğu gidermeyi amaçlamıştır. Aralık 2021 döneminde uygulamaya konulan KKM sistemi, döviz talebini ve kur artışını baskılamak, TL varlıklara yönelişi sağlamak, rezervleri artırmak gibi amaçları bünyesinde taşımıştır. Finansal analiz odaklı çalışmada, KKM sisteminin kurgusu, özellikleri, uygulanmaya konulma süreci açıklandıktan sonra Aralık 2021-Eylül 2023 döneminde KKM’nin TCMB, Hazine ve bankacılık sektörü üzerinde yarattığı etkiler değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre; ilgili dönemde, dövize endekli KKM dâhil edildiğinde yabancı para mevduatın payının (%65) değişmediği, kısa vadeli mevduatın toplam mevduat içindeki payının %92’den %74’e gerilediği, yapılan hesaplama göre Eylül 2023 dönemine kadar KKM’nin takriben 1 trilyon TL’lik toplam maliyetinin 860 milyar TL’lik kısmının TCMB bünyesinden karşılanarak parasal genişlemeye neden olduğu, swap ve dövizden dönüşümlü KKM sonrası rezervlerin 85 milyar USD azaldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kur Korumalı Mevduat, Bankacılık Sektörü, Para Politikası, Merkez Bankası, Döviz Rezervi

Jel Kodları: E40-E42-E52-E58-G10-G21

Abstract

FX-Protected Deposit Scheme (KKM) has been a significant component of the non-conventional policies since December 2021 in Turkey. It aimed to fill the gap created by the policy interest rate which has been used for various purposes. The KKM system encompassed goals such as suppressing demand for foreign currency, preventing exchange rate increases, directing funds towards Turkish Lira assets and increasing reserves. In our financial analysis-focused study, the effects of KKM on the CBRT, the Treasury and the banking sector are evaluated from December 2021 to September 2023 after explaining the structure, features and implementation process of the system. According to the results of the study, the share of foreign currency deposits (65%) has not changed when the KKM converted from FX was included, the share of short-term deposits in total deposits decreased from 92% to 74%. Out of the total cost of the KKM, which is estimated at TL 1 trillion until September 2023 according to our calculation shown in the paper, approximately TL 860 billion was covered by the CBRT. It was also determined that reserves has decreased by USD 85 billion after the swap and KKM converted from FX.

Keywords: Exchange Rate Protected Deposit, Banking Sector, Monetary Policy, Central Bank, Foreign Exchange Reserves

JEL Codes: E40-E42-E52-E58-G10-G21

¹ Doç.Dr, kartal.fikret@gmail.com, Ostim Teknik Üniversitesi, Ekonomi Bölümü, <https://orcid.org/0000-0002-2354-8621>

Citation: Kartal, F. Kur Korumalı Mevduat Sistemi ve Sonuçları, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi (2024) 7 (1):73-95, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem.1411835>

1. GİRİŞ

Türkiye’de 2021 yılı ilk çeyreğinden itibaren sinyalleri verilen ve Eylül 2021 sonrasında açık şekilde uygulanmaya başlanan geleneksel olmayan para politikası ve bu politikanın parçasını oluşturan makro-mikro ihtiyati tedbirler Türk ekonomisi ve finans piyasaları için ilk olma özelliği taşımaktadır. Yatırım ve üretim başta olmak üzere tüm ekonomik faaliyetlerin sağlıklı ve öngörülebilir bir ortamda gerçekleştirilmesinin fiyat istikrarına dayandığı ve para politikasının uzun vadede üretim üzerinde sınırlı etkisinin bulunduğu temel düşüncesinden hareket eden ve enflasyon beklentilerine uygun bir politika faizini benimseyen enflasyon hedeflemesi stratejisinin kalıplarını aşma yönünde bir irade ortaya konulmuştur. Faiz-enflasyon arasındaki bağı farklı bir yaklaşımla ele alan ve üretim-istihdam-dış ticaret-enflasyon gibi genel iktisat politikasının hedeflediği alanlarda aktivist para politikasının izlenmesini içeren geleneksel olmayan politika, kurgu ve araç-amaç setindeki çelişkiler nedeniyle zaman içinde hedef ve nitelik değişimine maruz kalmıştır.

Salgın krizine tepki olarak geliştirilen genişletici mali ve parasal politikalar sonucu bir yandan potansiyeli aşan, ancak sürdürülebilirliği zor görünen bir büyüme (2021 büyümesi %11), diğer yandan %20’ler düzeyinde bulunan ve 2021 sonundan itibaren gerilemesi beklenen bir enflasyon-faiz düzeyi mevcut iken politika değişikliği arayışına yönelmiştir. ‘Düşük faiz-düşük enflasyon-yüksek büyüme-sıfır dış açık’ gibi aynı anda gerçekleştirilmesi zor olan ve daha da önemlisi iktisat biliminde ödünleşim, öncelik, kısa-uzun dönem, ana ve ara hedef gibi değer ve kavramları göz ardı eden bir yaklaşımla ekonomi yönetimi politika faizini Eylül 2021 döneminden itibaren indirmeye başlamış ve Aralık 2021 döneminde politika faizi %14’e düşürülmüştür. Serbest sermaye hareketleri, serbest kambiyo rejimi ve serbest bankacılık sisteminin tatbik edildiği bir ekonomide izlenen faiz politikasına iktisadi birimlerin tepkisi süratli ve şiddetli bir biçimde gerçekleşmiştir. Yüksek enflasyon ve potansiyeli aşan üretim düzeyine karşın işaret edilen çoklu amaç seti doğrultusunda politika faizinin düşürülmeye devam edilmesi ile birlikte Türkiye’de yerleşik kesim ve yabancı sermaye bir yandan artan riskler, yetersiz döviz rezervleri ve para politikasına güvensizlik, diğer yandan düşen faizler nedeniyle döviz alımına yönelmiştir. Bu duruma bağlı olarak keskin şekilde artan döviz kurları ve enflasyon ile hızla eriyen rezervlere karşı Aralık 2021 döneminde “Kur Korumalı Mevduat (KKM)” sistemi bir tedbir olarak hayata geçirilmiştir.

KKM ve akabinde başvuru diğer makro-mikro ihtiyati tedbirler özünde faizin farklı yönde kullanılması ile oluşan boşluğu gidermeyi amaçlamıştır. Piyasanın ve finansal sisteminin en önemli denge kurucusu olan faiz oranının yapaylaştırılmasının yarattığı bozulma çok sayıda farklı araçlarla onarılmaya çalışılmıştır. KKM, bir yandan döviz talebini ve kur artışını baskılamak, TL’ye talep yaratmak, diğer yandan ticari bankalar bünyesindeki döviz mevduatını TCMB’ye aktararak rezervlerin güçlendirilmesine katkıda bulunmak gibi amaçları kapsamıştır. KKM’nin önemli bir parçasını oluşturduğu geleneksel olmayan politikanın taşıdığı en önemli riskler ve sebebiyet verdiği olumsuzluklar ise; kamu kesimine ucu açık bir yükümlülük getirilmesi, uygulanan para politikasının enflasyonla mücadelede uzak görülmesi sebebiyle öngörülebilirliğin giderek azalması, orta-uzun vadeli fonlama imkânının ortadan kalkarak kısa vadeli finansmanın öne çıkması ve yatırım ortamının bozulması, negatif yüksek reel faizin tasarruf ve sermayeyi eritmesi, uygulamaya konulan sistemin her an çökebileceği endişesinin fiyatlama davranışları ile harcama-tasarruf-yatırım kararlarına yön vermesi ve gerek yüksek enflasyon gerekse varlık fiyatlarındaki olağan dışı artışın gelir dağılımını bozmasıdır.

Geleneksel olmayan politika bünyesinde çok sayıda araç kullanılmış olup, bu dönemde elde edilen sonuçların ve bir kısmı çalışmaya konu edilen makro değişkenlerdeki gelişmelerin sadece KKM’ye bağlanması doğal olarak mümkün değildir. Örneğin, mevduat hacmi ve faizinin KKM ile birlikte negatif reel faiz politikasından da etkilendiği, menkul kıymet alım zorunluluğu üzerinden kredi-mevduat-tahvil faizlerinin baskılandığı, rezervlerdeki değişimin yabancı sermaye hareketlerine de bağlı olduğu açıktır.

Finansal analiz odaklı çalışmada, KKM sisteminin kurgusu, özellikleri, uygulanmaya konulma süreci açıklandıktan sonra Aralık 2021-Eylül 2023 döneminde bu sistemin TCMB, Hazine ve bankacılık sektörü üzerinde yarattığı etkiler alt başlıklarda değerlendirilmiştir. Bankacılık sektörü mevduatındaki gelişim, rezervler ve KKM üzerinden kamu kesiminin katlandığı maliyet gibi veriler kapsamlı şekilde sunulmuştur. Önceki dönemlerden keskin bir kopuşa neden olan geleneksel olmayan politikalar ve bu politikaların bir parçası olan KKM sisteminin uygulandığı 2021 sonrasında elde edilen ekonomik sonuçların önceki dönemlerle karşılaştırılması oldukça güçleştiği için çalışmada geleneksel olmayan politikanın egemen olduğu dönemdeki gelişmelere odaklanılmıştır.

2. KKM BENZERİ UYGULAMALAR VE LİTERATÜR

1967’de uygulanmaya başlanan ve sürdürülemeyen dövize çevrilebilir mevduat (DÇM) ürünü KKM sistemiyle birlikte yeniden gündeme gelmiştir. DÇM kapsamında; Türkiye’ye döviz girişini sağlamak amacıyla sadece yurt dışında yerleşik kişilerin Türkiye’deki bankalar nezdinde açtıkları döviz hesapları TCMB’ye devredilmiş, hesap açılış tarihindeki kurlar üzerinden TL karşılıkları hesap açanlara aktarılmış, TL faiz işletilmiş, hesabın vadesinde talep hâlinde hesabın açılış tarihindeki kur üzerinden vadede müşteriye döviz ödemesinde bulunulmuş, döviz

ödemesi ve kur farkı Hazine tarafından garanti edilmiş, faiz geliri istenildiği takdirde tahakkuk tarihinde geçerli kur üzerinden döviz dönüştürülmüş, anapara ve faizin yurt dışına transferi mümkün kılınmış, ilgili dönemin koşullarında önemli bir risk olan devalüasyon riskine karşı tasarruf sahibi korunmuş ve aynı anda yüksek faiz imkânı da sunulmuştur (Dönek, 1995: 176-177 ve Akbulak, 2021). Sabit kur sisteminin uygulandığı bir dönemde döviz ihtiyacını karşılamak amacıyla açılan ve kur farkı Hazine tarafından üstlenilen DÇM'nin devalüasyonlar sebebiyle artan yükü ve istikrarsızlık sonucu sisteme yeni girişlerin azalmasının geri ödemelerde yarattığı zorluklar nedeniyle 1978 yılında sisteme yeni girişlere son verilmiştir. 1989 yılında tüm DÇM kaynaklı borç ödenmiştir (Akbulak, 2021).

DÇM uygulamasına son verilmesinde 1976 yılında uygulamaya konulan Kredi Mektuplu Döviz Tevdiat Hesabı'nda etkili olmuş; 1994 yılında yaşanan kriz ortamında bu sistem geliştirilerek Süper Döviz Hesapları adıyla devam ettirilmiştir (Delice, 2015: 33-34). Döviz girişini teşvik amacıyla 1976 yılında başlatılan ve 2014 yılında sonlandırılan Kredi Mektuplu Döviz Tevdiat ve Süper Döviz Hesapları; yurt dışında ikamet eden Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı gerçek kişiler tarafından TCMB nezdinde açılan döviz mevduat hesaplarıdır (TCMB, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (I-M Sayılı) Genelgesinin Kredi Mektuplu Döviz Tevdiat Hesabı ve Süper Döviz Hesabı Sistemine İlişkin Maddeleri).

KKM, kapsam bakımından sözü edilen uygulamalardan önemli farklılıklar taşımaktadır. DÇM ve süper hesap gibi uygulamalar yurt dışında yerleşik kesimden yurt içine döviz girişini teşvik ederek döviz ihtiyacını karşılamaya dönük iken, KKM ise ilk aşamada yurt içi yerleşikleri, bir süre sonra yurt dışı yerleşikleri içermiş, sadece yurt dışından döviz girişini değil, çok daha büyük ölçüde yurt içinde bulunan tüzel ve gerçek kişilere ait döviz hesaplarının TCMB'ye aktarılmasını ve ilaveten TL hesaplardan da sisteme geçişe izin vererek potansiyel döviz talebini sınırlandırmayı amaçlamıştır. Dolayısıyla geçmişteki uygulamalar yurt içine bir döviz akımını sağlarken, KKM ülke içinde yer alan birimler arasındaki döviz hareketlerine odaklanmıştır. Kapsam ve genişlik bakımından önemli bir fark olmakla birlikte, muhtemel kur artışları karşısında kamu kesimince sunulan garantiler bakımından DÇM ile benzerlikler mevcuttur.

Türkiye'nin 21 Aralık 2021 tarihinde duyurduğu ve hayata geçirdiği KKM uygulamasına dönük hazırlanmış sınırlı sayıdaki akademik çalışmanın tamamına yakını KKM sahibi şirketler bakımından bu mevduatın muhasebeleştirilmesi ve finansal raporlara aktarılmasındaki usule ve standartlara yer vermektedir. Uluslararası kuruluşların raporlarında ise güncel değerlendirmeler bulunmaktadır.

IMF Kuruluş Anlaşması'nın 4. maddesi kapsamında düzenli olarak gerçekleştirilen gözden geçirme çalışmaları kapsamında hazırlanan 2022 yılı raporunda (IMF, 2023: 1); güçlü büyüme ve hedefin 4 katı düzeyinde bulunan enflasyon oranına karşın politika faizinin keskin şekilde düşürüldüğü, TL üzerinde oluşan baskının ise yoğun müdahaleler ve KKM'nin uygulamaya konulmasıyla azaltıldığı, akabinde çok sayıda bozucu ve karmaşık makrofinansal tedbirle TL varlıkların desteklendiği, bu süreçte enflasyonun %85 düzeyine yükseldiği, KKM gibi şarta bağlı döviz yükümlülükleri sebebiyle döviz şokuna açık hale gelindiği ifade edilmiştir.

OECD'nin 2023 Türkiye raporunda (OECD, 2023), mevcut maliyeti ve kurların artışına bağlı olarak daha da artabilecek maliyeti ve bu durumun ekonomiye güvende yaratacağı sorunlar nedeniyle şartlı bir yükümlülük olan KKM'den aşamalı çıkışın gerekli olduğu vurgulanmıştır.

KKM'nin dolar ve avro kurunun nominal değeri ve değişim hızı üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmada (Zuhal ve Göcen, 2023: 313); KKM uygulamasının döviz kurlarındaki volatilitenin azaltılmasında etkili olduğu, değişim hızları üzerinde ise sınırlı etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.

Finansal piyasalardaki gelişmelerin (kredi hacmi, Borsa İstanbul işlem hacmi ve KKM'nin) finansal derinlik üzerindeki etkisini 2010-2023 dönemi için analiz eden çalışmada (Yıldırım, Erdoğan, Algan, Bal, 2023); analiz edilen dönemde kredi hacmi ve Borsa İstanbul işlem hacminin finansal derinleşmeyi negatif etkilediği, KKM'nin uygulamaya konulmasıyla bu negatif ilişkinin sonlandığı ve finansal derinleşmenin makul oranda iyileşme gösterdiği, KKM sisteminin olumlu etki yaratmasına karşın yeterli ve sürekli bir araç olmadığı ve rasyonel temelli politikalara ihtiyaç duyulduğu ifade edilmiştir.

KKM'nin katılım bankalarının performansına etkisine ilişkin yapılan, 2021 yılını ve 2022 yılının ilk 9 ayını kapsayan çalışmada (Yurtadur ve Taşçı, 2023); katılım bankalarının performansının KKM uygulamasından pozitif etkilendiği belirtilmiştir.

KKM'nin uygulamada olduğu 2022 yılında bankacılık sektörünün ulaştığı kârlılığı değerlendiren diğer bir çalışmada ise (Kartal, 2023: 22-23); 2022 yılında %364 oranında nominal, %170 oranında reel kâr artışı elde eden bankacılık sektörünün kârlılığında ana belirleyicinin Hazine'nin ihraç ettiği TÜFE'ye endeksli tahvillerin sunduğu faiz geliri olduğu, kredilerden sağlanan faiz gelirinin %82, enflasyona endeksli tahvillerin sağladığı gelir artışının katkısıyla menkul kıymetlerden sağlanan faiz gelirinin %239 arttığı, izlenen para politikası nedeniyle bankaların fonlama maliyetinin artmamasının da kârlılığı beslediği ifade edilmiştir. Bankaların, artan enflasyon ve yapılan

düzenlemeler gibi kendi kontrollerinde olmayan nedenlerle izlenen politikalardan 2022 yılında kısa vadede yüksek kazanç elde etmeyi başardığı, ancak izlenen makro politikaların giderek artırdığı faiz oranı, döviz kuru ve kredi risklerinin gelecekteki gelişmelere hangi boyutta tepki vereceğinin yakından izlenmesinin gerektiği aynı çalışmada belirtilmiştir.

KKM'nin vergileme prensiplerine etkisini inceleyen bir çalışmada (Köstekçi ve Özbay, 2023); KKM'nin tasarruf sahiplerini kur riskine karşı korumak gibi önemli bir güvence sunmasına ve ticari bankalara finansal destek vermesine karşın faiz gelirinin vergilendirilmemesinin, sistemin bütçe üzerinden toplumsal maliyeti düşünüldüğünde, vergilemenin amaçlarına aykırı olduğu tespiti yapılmıştır.

Akademik araştırmalar bakımından yeni bir konu olan KKM hakkındaki çalışmaların ilerleyen dönemlerde artması beklenmektedir. Aralık 2021-Eylül 2023 dönemini içeren çalışmamızda, KKM uygulamasının işleyişi ve özellikle TCMB ve ticari bankalara etkisi açıklanarak, mevduat, rezervler, kamu üzerinde oluşan maliyet ve TCMB'nin taşıdığı yükümlülük sunulmaktadır. KKM uygulamasına paralel olarak çok sayıda araç, tedbir ve müdahaleye başvurulması nedeniyle ulaşılan sonuçların tamamen ve sadece KKM ile ilişkilendirilmesinin mümkün olmadığı hatırdta tutulmalıdır.

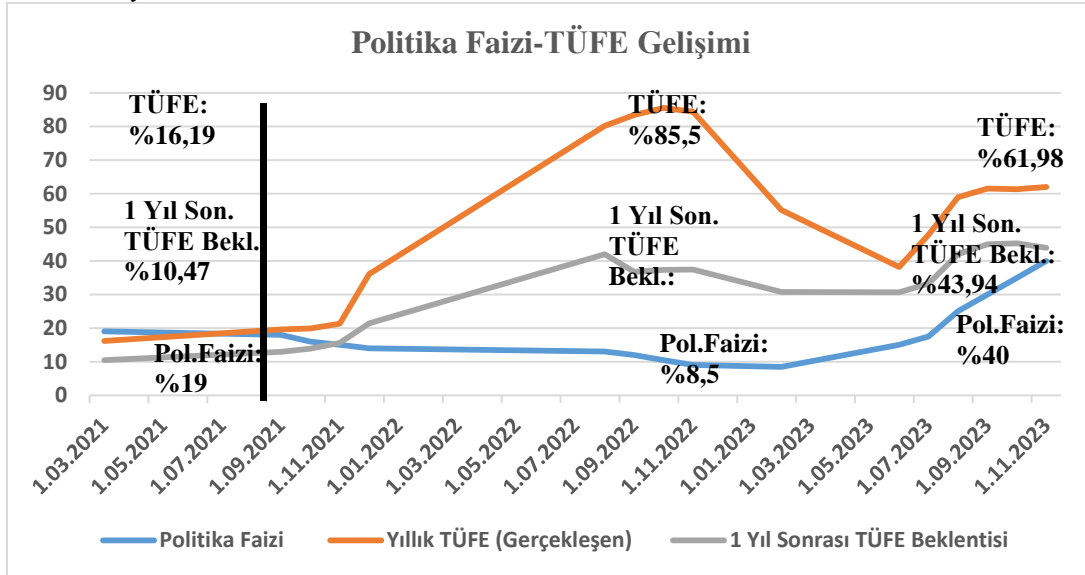
3. KKM'NİN UYGULAMAYA KONULMASI, KURGUSU VE İŞLEYİŞİ

Aralık 2021'de uygulamaya konulan KKM sistemi, faiz ve enflasyon arasındaki bağın koparılarak politika faizinin gerçekleşen ve beklenen enflasyon gelişmelerinden bağımsız olarak belirlenmeye başlandığı Eylül 2021 döneminden sonra egemen olan geleneksel olmayan politikanın önemli bir bileşenidir. 2002'den itibaren örtük, 2006'dan itibaren açık şekilde uygulanan ve 2017'den itibaren giderek zayıflamış olsa da bağlı kaldığı ifade edilen enflasyon hedeflemesi stratejisine dayalı para politikası Eylül 2021'den itibaren net şekilde bir kenara konulmuştur. Yaşanan gelişme ve şoklara cevap vermeye odaklanan ve hedefi sürekli değiştirilen (cari açık, büyüme, enflasyon gibi) geleneksel olmayan politikalar içinde KKM yeni ve farklı bir ürün olarak yüksek negatif reel faizle birlikte bu dönemin simgesi hâline gelmiştir.

Geleneksel olmayan politikaların damgasını vurduğu dönemde politika faizi ve enflasyon gelişmeleri aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Şekil 1.

Geleneksel Olmayan Politika Dönemi



Kaynak: Enflasyon verileri için TÜİK, Enflasyon ve Fiyat İstatistikleri, <https://data.tuik.gov.tr/>; politika faizi verisi için TCMB, <https://www.tcmb.gov.tr/>; 1 yıl sonrasına ilişkin TÜFE beklentisi için TCMB, Piyasa Katılımcıları Anketi (1E.(Uygun Ortalama) 12 Ay Sonrasının Yıllık TÜFE Beklentisi), <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

Eylül 2021 itibarıyla %19,5 düzeyinde yıllık TÜFE ve %19 oranında politika faizinin bulunduğu ve birkaç ay sonrası için enflasyon düşüşü ve buna paralel olarak politika faizinde indirimle yönelik öngörülerin dile getirildiği bir ortamda, “enflasyonda son dönemde gözlenen yükselişte; gıda ve ithalat fiyatlarındaki artışlar ile tedarik süreçlerindeki aksaklıklar gibi arz yönlü unsurlar, yönetilen/yönlendirilen fiyatlardaki artışlar ve (salgın sonrası) açılmaya bağlı talep gelişmelerinin etkili olduğu, bu etkilerin arzı unsurlardan kaynaklandığı” belirtilerek ve “güçlü parasal sıkılaştırmanın mevcut olduğu” vurgulanarak Eylül 2021 döneminde politika faizinde 1 puanlık

indirim kararı alınmıştır (TCMB, Para Politikası Kurulu Kararı, 23 Eylül 2021). Sonraki aylarda aynı yaklaşım ve gerekçelerle Ekim 2021’de 2 puan, Kasım 2021’de 1 puan ve Aralık 2021’de 1 puanlık indirimle politika faizi %14’e düşürülmüştür (TCMB, Para Politikası Kurulu Kararları, 21 Ekim 2021, 18 Kasım 2021, 16 Aralık 2021). Para politikasının geleneksel olmayan bir patikaya evrilmesini takiben tasarruf sahipleri döviz alımına yönelmiştir. Eylül 2021’de 8,51 TL olan ortalama TCMB dolar alış kuru Ekim 2021’de 9,14 TL, Kasım 2021’de 10,52 TL, 30 Kasım 2021’de 12,66 TL ve 21 Aralık 2021’de 17,47 TL’ye yükselmiştir (TCMB, EVDS, Döviz Kurları). Serbest piyasada 21 Aralık 2021 tarihinde dolar 18,66 TL düzeyinden işlem görmüştür. Eylül 2021’de yıllık %19,5 olan TÜFE, Aralık 2021’de %36,1’e yükselmiştir. Kurlarda ve enflasyonda yaşanan keskin yükselişe karşın Eylül-Aralık 2021 döneminde politika faizinde indirim kararları alınmaya devam edilmiştir.

Döviz kurları ve enflasyonda belirtilen keskin yükseliş öyle bir noktaya gelmiştir ki, enflasyonun en önemli belirleyicilerinden olan döviz kurlarındaki hareketliliğin fiyat istikrarı ve finansal sistemin sağlamlığına ilişkin yarattığı kaygılar yükselmiştir. Söz konusu gelişmelere cevaben ekonomi yönetimi 21 Aralık 2021 tarihinde piyasaların kapanmasından sonra Kur Korumalı Mevduat (KKM) sisteminin uygulamaya konulduğunu ilan ederek döviz yönelimi ilk aşamada keskin şekilde kırmış, TCMB dolar alış kuru 22 Aralık 2021 tarihinde 13,02 TL, 29 Aralık 2021’de 11,39 TL’ye gerilemiştir. Eylül 2021’de politika faizindeki indirimle açık şekilde yürürlüğe konulan geleneksel olmayan politikanın kısa sürede işlevsiz kalması ve beklentiler-döviz kuru-rezervler-enflasyon üzerinde tahrip edici sonuçlar yaratması sonrasında KKM’nin uygulamaya konulduğu belirtilebilir.

Döviz mevduat hesaplarından TL’ye dönüşü teşvik etmek ve TL mevduatın döviz yönelişini engellemek için KKM sistemine ilişkin olarak iki farklı kurum tarafından duyurular yapılmıştır. TCMB (21 Aralık 2021 Tarihli Basın Bülteni); bankacılık sektöründe TL mevduatın payını artırmak ve finansal sistemin istikrarını korumak amacıyla döviz hesaplarından TL hesaplarına aktarılabilecek tutarların KKM kapsamına alınacağını, belirli vadelerde müşterilerin TL sabit faiz getirisi elde edeceğini, kurlardaki artışın aynı dönemde faiz getirisini aşması hâlinde faiz getirisi ile kur artışı arasındaki farkın TCMB tarafından tasarruf sahiplerine ödeneceğini duyurmuştur. Sisteme geçen döviz mevduatının TCMB tarafından açıklanan kurlar üzerinden ticari bankalarca TCMB’ye aktarılması öngörülmüştür. TCMB 21 Aralık 2021 tarihinde “Türk Lirası Mevduat ve Katılma Hesaplarına Dönüşümün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” yayımlamıştır.

Hazine ve Maliye Bakanlığı’da bir duyuruyla (24.12.2021 tarihli “Kur Korumalı TL Vadeli Mevduatlara ve Katılma Hesaplarına İlişkin Uygulama Esasları Hakkında” başlıklı basın açıklaması); TL mevduatın döviz yönelmesini önlemek gayesiyle kur korumalı TL vadeli mevduat uygulamasını duyurmuş, bu sisteme dâhil olacak TL tasarruf sahiplerinin bankalardan sabit faiz getirisi elde edeceğini, aynı dönemde kur artışının faiz getirisini aşması hâlinde farkın Hazine tarafından tasarruf sahiplerine ödeneceğini açıklamıştır.

Dolayısıyla, döviz mevduatından sisteme geçen tasarruflar için TCMB, TL mevduattan sisteme giren birikimler için Hazine muhatap kılınırken, tasarruf sahiplerine sabit bir faiz getirisine ilaveten kur riskine karşı koruma imkânı da sunulmuştur.

Sistem kapsamındaki mevduata bankaların verebileceği faizin politika faizini en fazla 3 puan aşabileceği duyurulmuştur. Faize üst sınır konulmasındaki temel amaç; düşük faiz uygulamasına geçerlilik kazandırarak faizlerdeki yükselişi sınırlamak, bankaların düşen mevduat/fonlama faizi üzerinden kredi faizlerini, dolayısıyla reel sektörün finansman maliyetini baskılamaktır. Faiz üst sınırı, döviz mevduatından sisteme geçişlerde Ocak 2023, TL hesaplardan sisteme girişlerde Mart 2023 döneminde kaldırılmıştır.

TCMB’nin, tüm iktisadi birimlerin varlık ve yükümlülüklerinde TL kalemlerin ağırlığını artırması olarak tanımladığı Liralaşma stratejisine katkı sunması beklenen KKM’nin aynı zamanda döviz kuru istikrarına ve fonlama kaynaklarının vadesinin uzamasına da destek vermesi amaçlanmıştır (TCMB, 2022a: 20). Bu stratejinin fiyat istikrarının sürdürülebilir çerçevede şekillenmesine ve bankacılık sisteminin hem varlık hem de yükümlülük tarafında TL ağırlığının kalıcı olarak artırılmasına katkı sunacağı belirtilmiştir (TCMB, 2022b: 1,5). Banka bilançolarında TL olarak izlenen ve geri planda döviz endekslenen KKM’yi hesap sahipleri için TL varlık, ticari bankalar ve kamu kesimi için TL yükümlülük olarak değerlendiren TCMB, bu yaklaşımı Temmuz 2023 dönemine kadar devam ettirmiş ve akabinde döviz mevduatı ve KKM hesaplarından standart TL mevduata geçişi teşvik eden bir rota izleyerek, bir açıdan KKM hesaplarını döviz mevduatı olarak kabul etmiştir.

Politika faizindeki düşüşün yarattığı olumsuz etkiler nedeniyle Aralık 2021 döneminden sonra politika faizinde indirimle Ağustos 2022 dönemine kadar ara verilmiştir. Yıllık enflasyonun %80, TCMB piyasa beklentileri anketine göre 1 yıl sonrasına ait enflasyon beklentisinin %42 olduğu Ağustos 2022 döneminde, “Enflasyonda gözlenen yükselişte negatif arz şoklarının etkili olmaya devam ettiği, küresel büyümeye yönelik belirsizliklerin ve jeopolitik risklerin arttığı bir dönemde sanayi üretiminde yakalanan ivmenin ve istihdamdaki artış trendinin sürdürülmesi açısından finansal koşulların destekleyici olmasının önem arz ettiği” belirtilerek 1 puanlık indirimle politika faiz oranı %13’e indirilmiş (TCMB, Para Politikası Kurulu Kararı, 18 Ağustos 2022), enflasyona ilişkin gerçekleşme ve beklentilere karşın kademeli olarak politika faizi Şubat 2023 dönemine kadar %8,5’a

düşürülmüştür. Bu süreçte makro-mikro ihtiyati adımlarla piyasa faizleri baskılanmış ve KKM ile birlikte yüksek negatif reel faiz sürece damgasını vurmuştur.

3.1 KKM'nin Kurgusu ve İşleyişi

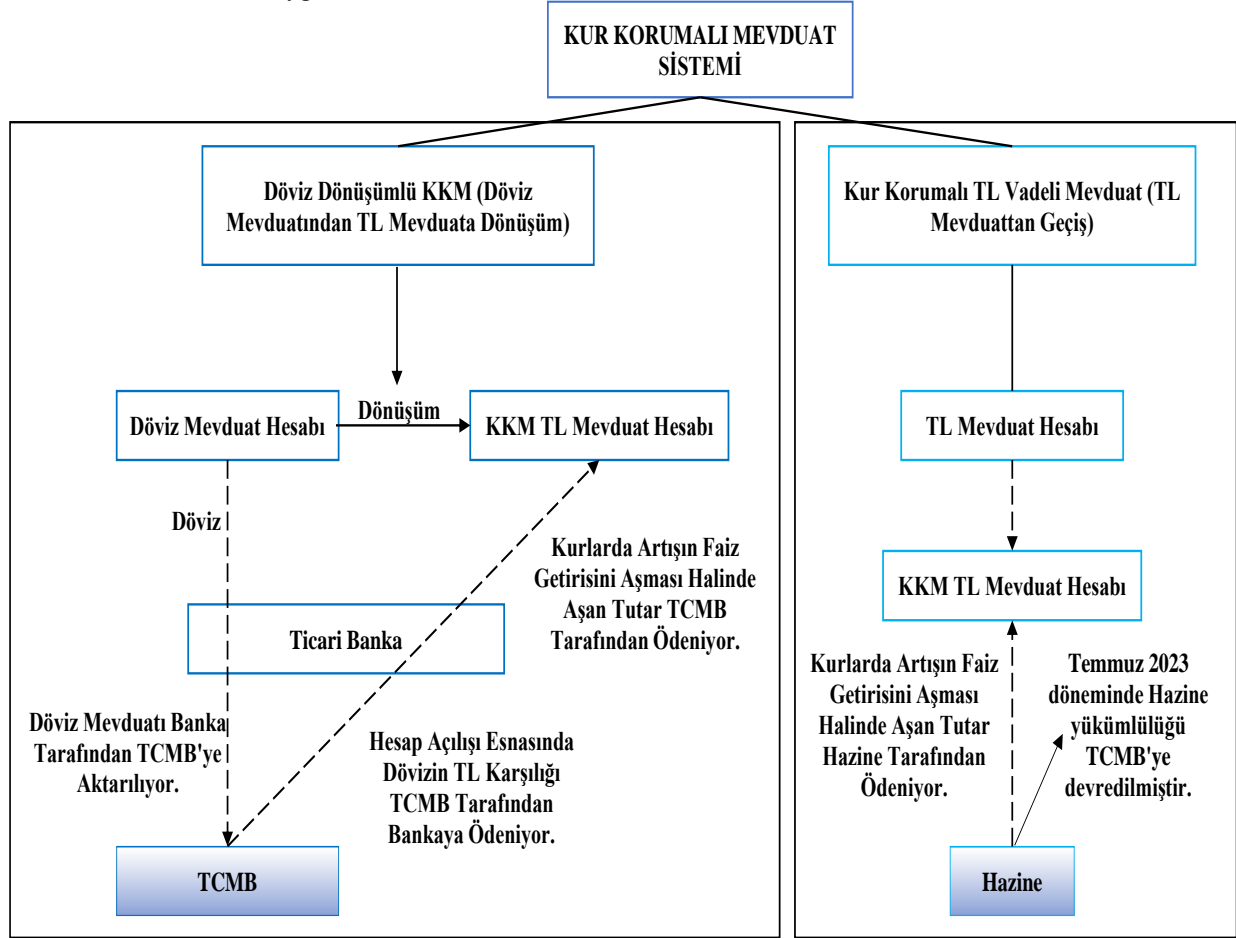
Ticari bankalarda TL ve döviz mevduatı bulunduran tasarruf sahiplerinin mevduatı talep halinde TL olarak izlenen KKM sistemine dâhil edilmekte, faiz ödemesi yapılmakta, anapara tutarı hesabın açılış tarihindeki kur üzerinden dövize endekslenmektedir. Döviz mevduatından KKM sistemine geçen tutarları ifade etmek için kullanılan "dövizden dönüşümlü KKM hesaplarında" müşterinin talebi hâlinde hesap açılışındaki döviz tutarının müşteriye iadesi zorunlu iken, faiz ödemesi ve kur artışının faiz getirisini aşması hâlinde fark ödemesi TL olarak yapılmaktadır. TL mevduat hesaplarından sisteme giren tutarlarda ise anapara, faiz ve varsa kur artışı kaynaklı farka ait ödemeler TL olarak yapılmaktadır. Dolayısıyla dövizden dönüşümlü KKM hesaplarının ayırıcı özelliği, sisteme giren ve TCMB rezervlerinde artışa neden olan döviz mevduatının müşterinin talebi hâlinde vadesinde döviz olarak iade edilmesi yükümlülüğüdür. Bu yükümlülüğün nasıl yerine getirileceği mevzuatta net olarak tanımlanmamış olursa da neticede dövize yönelik talebin nihai adresi TCMB olduğu için bu yükümlülük pratikte TCMB'ye aittir.

90 gün ve üzeri vadeleri kapsayan KKM, vade içinde faiz geliri ve döviz kuru değişimini mukayese etmekte ve yüksek olanı müşteriye ödemektedir. Müşterinin faiz getirisi sabit olup, daha yukarı getiri kurlardaki değişime bağlıdır. Kurların değişmemesi, düşmesi ya da kur artışının faiz getirisinin altında kalması hâlinde tasarruf sahibi sadece faiz geliri elde etmekte, kur artışının faiz getirisini aşması halinde ise sonuçta kur artışı kadarlık bir getiri elde edilmektedir. Vade sonunda kur artışının faiz getirisinin altında kalması hâlinde mevduat sahibinin TL olarak takip edilen mevduatının döviz karşılığı artmakta, kurun değişmemesi hâlinde TL olarak alınan faiz getirisi döviz getirisine dönüşmekte, kurun düşmesi hâlinde ise döviz cinsinden getiri TL getiri oranını aşmaktadır.

KKM sisteminin işleyişi, amaçları ve temel riskleri aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

Şekil 2.

Kur Korumalı Mevduat Uygulaması

**AMAÇLAR:**

- TCMB'nin rezervini artırmak
- Döviz talebini ve kur artışını baskılamak
- Kur artışının yol açtığı enflasyon etkisini sınırlamak
- KKM faizine üst sınır getirerek mevduat ve kredi faizlerini düşürmek, ucuz kredi üzerinden maliyet düşüşünü ve büyümeyi desteklemek
- Bankalarda mevduatın vadesini uzatmak

RİSKLER:

- Kur artışlarının kamuya yaratacağı maliyet
- Döviz dönüştürümlü KKM için talep halinde döviz tutarının müşteriye iade edilmesi taahhüdü
- Makro ekonomik zayıflıklar, güvensizlik ve kontrol dışı değişkenlerden dolayı dış açık ve sermaye akımları kaynaklı riskler
- Baskılanan faiz ve artan enflasyon nedeniyle oluşacak negatif reel faizin kaynak dağılımını bozması
- Negatif reel faizin ilk aşamada talebi canlandırması ve enflasyonun yükselmesi ve bu suretle yüksek enflasyon ve negatif reel faizin devam etmesi
- TL mevduatın da sisteme dahil edilmesi nedeniyle ulusal tasarrufun dövize endekslenmesi ve dolarizasyonun artması
- Enflasyonun kontrol edilememesi halinde KKM için getirilen faizde üst sınırın yetersiz kalmasının yaratacağı negatif reel faizin bankacılık sisteminden mevduat çıkışına yol açması
- Negatif reel faiz nedeniyle kaynakların ve bankacılık sistemi dışına çıkabilecek tasarrufun yöneleceği mal ve varlık fiyatlarında artış yaşanması,
- Bankaların oluşan dengesizlikler ve negatif reel faiz nedeniyle orta-uzun vadeli kredi kullanılmaması
- Geleneksel olmayan politikanın sürdürülebilirliğine dönük endişeler nedeniyle reel ve finansal sektörde öngörülebilirliğin ve yatırım ufkunun daralması, kısa vadeye odaklanması

3.2 Dövizden Dönüşümlü KKM'nin TCMB ve Banka Bilançolarına Tesiri

TL mevduattan KKM sistemine aktarımlarda TCMB ve banka bilançolarında bir değişiklik meydana gelmemekte, sadece ticari bankalar nezdinde mevduatın türü ve vadesine göre sınıflandırma değişmektedir.

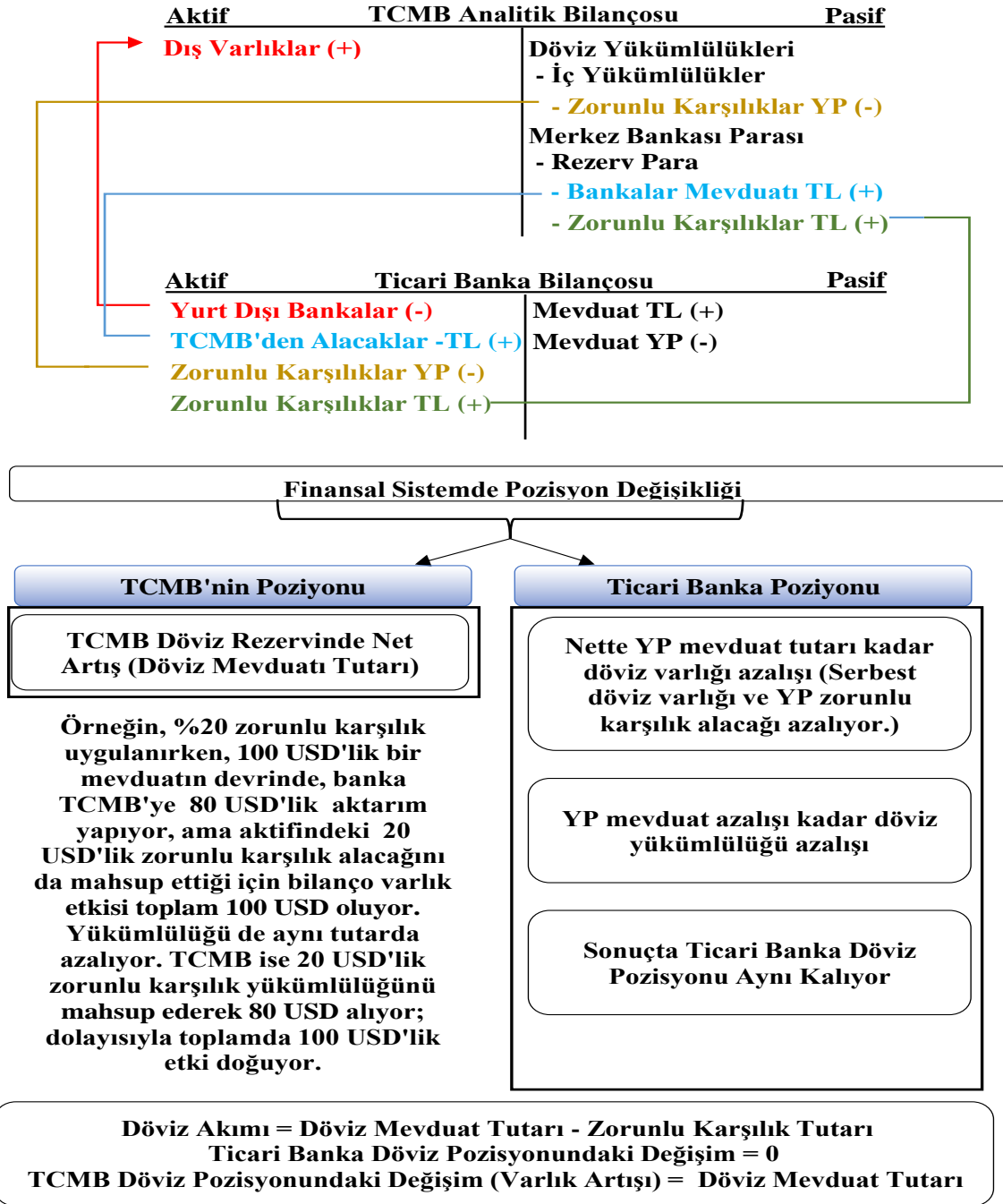
Dövizden dönüşümlü mevduat kapsamında KKM'ye dâhil olan mevduat ise TCMB ve ticari bankaların bilançolarını, döviz varlık ve yükümlülüklerini etkilemektedir. KKM'ye dâhil olan döviz mevduatına konu meblağlar bankalar tarafından TCMB'ye aktarılmakta, ilan edilen kurlar üzerinden TL karşılıkları TCMB'den alınarak müşterinin TL vadeli mevduat hesabına aktarılmaktadır. Sonuç olarak müşterinin döviz mevduatı TCMB tarafından satın alınmakta; ancak müşteri talep ettiği anda bu dövizin iade edilmesi yükümlülüğü doğmaktadır. Bu yükümlülüğe konu döviz talebinin nasıl karşılanacağına dair mevzuatta açık hükümler bulunmamakla birlikte, talebe konu dövizin ticari bankalar tarafından TCMB'den sağlanacağı açık olduğundan bu yükümlülük çalışmada TCMB'nin bir yükümlülüğü olarak kabul edilmiştir.

Şekil 3'de açık olarak gösterildiği üzere dövizden dönüşümlü KKM hesaplarının açılışında TCMB bilançosunda aktifte döviz varlıkları artarken, pasifte ise alınan dövizin TL karşılığının ödemesinde kullanılan (para tabanı ve rezerv paranın bir alt kalemi olan) bankalar mevduatı hesabının bakiyesi ve sonuçta TL yükümlülükler artmaktadır. Ticari bankaların ise döviz varlık ve yükümlülükleri aynı tutarda azalmaktadır. İki tarafın bilançolarında döviz mevduatı kadar etki doğarken, fiiliyatta ticari bankalar döviz mevduatı için aktiflerinde izledikleri zorunlu karşılıkları mahsup ederek mevduat tutarı ve zorunlu karşılık arasındaki farkı TCMB'ye devretmekte, ancak zorunlu karşılık alacağının da mahsubu nedeniyle sonuçta aktifte döviz mevduatı kadar bir tutar azalmakta; pasifte ise TL mevduata dönüşmesi sebebiyle döviz mevduatı azalmaktadır. Ticari bankalar için bilanço içi döviz pozisyonu (bilanço içi döviz varlıkları ve bilanço içi döviz yükümlülükleri arasındaki fark) değişmemektedir.

TCMB ise yabancı para zorunlu karşılıklar için oluşmuş yükümlülüğünü mahsup ederek döviz mevduatı ile zorunlu karşılık arasındaki fark kadarlık döviz almakta, ancak borcunu (zorunlu karşılık) mahsup etmesi nedeniyle döviz pozisyonu mevduat tutarı kadar artmaktadır. TCMB ve ticari bankalar arasındaki döviz akım tutarı ise KKM tutarı ve zorunlu karşılık arasındaki fark kadardır. Bu açıklamalara konu işleyiş aşağıdaki şekil üzerinde bir örnekle sunulmaktadır.

Şekil 3.

Dövizden Dönüşümlü KKM'nin TCMB ve Ticari Banka Bilançolarına Etkisi



Bankalar, yabancı para mevduattan KKM'ye dönüşümde ihtiyaç duydukları döviz akımını ağırlıklı olarak yabancı para zorunlu karşılıklar, TCMB taraflı para takası işlemleri (swap) ve yurt dışı muhabir bankalardaki serbest hesaplar üzerinden karşılamıştır (TCMB, 2022c: 55).

3.3 KKM Kaynaklı Yükümlülüğün İzlenmesi ve Raporlanması

KKM hesaplarında faizi aşan kur artışı kaynaklı fark ve dövizden dönüşümlü hesaplarda anaparanın döviz olarak iadesi yükümlülüğünün TCMB bünyesinde nasıl izleneceği konusu farklı açılardan tartışılmaktadır.

Ticari bankaların yabancı para pozisyonunun hesaplanmasına ilişkin yönetmelikte döviz yükümlülükleri; "tüm yabancı para pasif hesapları, dövize endeksli yükümlülükler, vadeli döviz satım taahhütleri" olarak tanımlanmıştır (BDDK; Yabancı Para Net Genel Pozisyon/Özkaynak Standart Oranının Bankalarca Konsolide ve Konsolide

Olmayan Bazda Hesaplanması ve Uygulanması Hakkında Yönetmelik; Madde 3). Dövizde endeksli varlık ve yükümlülüklerin ticari bankalarda TL olarak bilançoya kaydedilmesine ve işlem/vade/raporlama tarihindeki kurlar üzerinden TL bazında değerlendirme ve işleme (tahsilat-ödeme) tabi tutulmalarına karşın, yabancı para pozisyon hesaplamalarında bu kalemler yabancı para varlık ve yükümlülük olarak dikkate alınmaktadır.

Ticari banka bilanço ve raporlarında TL olarak izlenen KKM konusu hesaplar dövizde endeksli bir nitelik taşıdığı için döviz yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmelidir. Ancak dövizde endeksli yükümlülüklerden önemli bir farka sahip olan KKM'de kur artışı kaynaklı yükümlülük TCMB'ye ait olup, dövizde endeksli bir yükümlülüğü bulunmayan, sadece belirlenmiş anapara ve faizi TL olarak ödemekle yükümlü olan ticari bankalar açısından KKM hesapları standart TL mevduat niteliğindedir. Dövizden dönüşümlü KKM hesaplarında müşterinin talebi hâlinde sisteme aktarılan döviz tutarının (anapara) iade edilmesi yükümlülüğünün muhatabı da, bu yükümlülüğün nasıl karşılanacağına ilişkin olarak mevzuatta açık hükümler bulunmamakla birlikte, TCMB'dir. Dolayısıyla, ticari bankalar için zorunlu olan yabancı para pozisyon hesaplama yönteminin TCMB'ye de tatbik edilmesi hâlinde, KKM kapsamındaki tüm mevduat dövizde endeksli olduğu için, bu tutara konu mevduatın tamamının TCMB'nin yabancı para pozisyonunda bir yükümlülük olarak değerlendirileceği açıktır. Ancak TCMB'nin yasal olarak bu tür bir pozisyon hesaplama zorunluluğu bulunmamaktadır.

TCMB'nin yükümlülüğünü ortaya koymak için başvurulabilecek diğer bir yöntem ise tüzel kişilere ait KKM hesaplarının muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında izlenen yöntemdir. Finansal analiz amaçlı bu çalışmanın muhasebe odaklı bir yapıya dönüşmemesi için bu hususlara TCMB'nin muhatap kılındığı maliyet ve yükümlülükler bağlamında sınırlı olarak değinilmektedir.

KKM hesabı sahibi şirketlerin hangi yöntemle bu hesapları finansal tablolarına yansıtacaklarına dair ilgili otorite tarafından, bağlayıcılığı bulunan uluslararası standartlar bağlamında açıklama yapılmıştır. Uluslararası standartlarla (IFRS/IFRS/IFRS) uyumlu muhasebe, finansal raporlama ve denetim standartlarını tatbik eden Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGG) tarafından 1 Mart 2022 tarihinde "Döviz/Altın Dönüşümlü Kur/Fiyat Korunmalı TL Mevduat Hesaplarının Muhasebeleştirilmesi Hakkında" duyuru yapılarak, *özetle; "KKM'nin sağladığı nakit akışlarının döviz kuru ya da altın fiyatlarına göre değişkenlik gösterebileceği, nakit akışlarının sadece anapara ve faiz içermediği, bu tür hesapları bulunan işletmelerin bu hesapları, IFRS 9 kapsamında gerçeğe uygun değer değişimi kâr veya zarara yansıtılarak ölçülecek kalem olarak sınıflandıracağı, gerçeğe uygun değerdeki değişimlerin Kâr veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosunda "Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler/Giderler" kalemine yansıtılacağı"* ifade edilmiştir. KKM konusu mevduatın raporlama dönemleri itibarıyla gerçeğe uygun değeri üzerinden finansal tablolarda gösterilmesi gerekmektedir.

Bu açıklama ile KKM hesaplarının şirketler açısından işaret edilen muhasebeleştirme ve raporlaştırma usulü, işlemin karşı tarafını oluşturan ve kur değişimleri üzerinden yükümlülük altına giren TCMB'yi de bağlamaktadır. Dolayısıyla raporlama dönemlerinde ve ödemelerin gerçekleştirildiği tarihlerde TCMB, KKM hesapları için ilgili tarihteki kurlar ve bu hesaplara işletilen faizler üzerinden oluşmuş yükümlülüğünü (kur değişiminin faiz ödemesini aşması hâlinde oluşan fark) finansal tablolarında göstermeli ve kâr/zarar hesaplarına aktarmalıdır. Diğer yandan, müşterinin talebi hâlinde ilgili döviz mevduat tutarının iadesi talebinin nihai muhatabının TCMB olduğu, TCMB'nin bilanço dışı kayıtlarında bu yükümlülüğün gösterilmesinin gerektiği düşünülmektedir. Çünkü, açıkça mevcut olan parasal bir yükümlülüğün muhatabının ve kaydının olmaması düşünülemez. Bir tarafa (müşteri) sunulmuş bir hak karşılığında diğer bir tarafın da yükümlülük altına girmesi gerekmektedir. Eğer bu hakka sahip olan tüzel kişi hesap sahipleri bu haklarını kayıtlarında göstermek zorunda ise, işlemin karşı tarafının da yükümlülüğünü kayıtlarına yansıtması zorunludur.

TCMB bir anonim şirket olarak uluslararası standartlara uygun finansal tablolar düzenlemekte ve TCMB'yi denetleyen bağımsız denetim kuruluşu, kamuoyuyla paylaşılan bağımsız denetim raporunda bu finansal tablolara yer vermekte, ayrıca önemli varlık, yükümlülük, gelir, gider kalemleri raporda açıklanmaktadır. Ancak TCMB'nin finansal tablolarının, dipnotların ve açıklamaların konu edildiği rapor ve bağımsız denetim raporlarında KKM ile ilgili herhangi bir hususa değinilmemiştir.

TCMB'nin 2022 faaliyet yılına ilişkin faaliyet raporunda ve Türk Ticaret Kanunu, vergi mevzuatı ve TCMB Kanunu'na uygun olarak hazırlanan bağımsız denetim raporunda yer verilen kâr/zarar tablosunda, kur korunmalı TL hesaplar için Hazine'nin 2022 yılında ödediği 92,5 milyar TL'lik ödemeye yakın bir tutarı ihtiva eden "Diğer" kaleminin 89 milyar TL'lik bakiyesinden hareketle TCMB'nin KKM konulu ödemesinin 89 milyar TL olduğu yorumları dile getirilmiş, ancak bu raporlarda KKM ödemesine ilişkin bir ifade yer almamıştır (TCMB, 2022d: 88). TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu'nda 3 Ekim 2023 tarihinde yaptığı sunumda TCMB Başkanı, 2022 yılında TCMB tarafından KKM konulu takriben 70 milyar TL'lik ödeme yapıldığını açıklamıştır (Palabıyık ve Ulaş, 2023).

Ayrıca uluslararası standartlar kapsamında hazırlanan diğer bir denetim raporunda KKM ödemesine değinilmediği gibi, bu rapora konu gelir tablosu formatının farklı olması sebebiyle KKM ödemesine konu olabilecek kaleme

ilişkin yorum yapmak da mümkün olamamıştır (TCMB, 2022e: 37). Uluslararası standartlar ve yurt içi mevzuata göre hazırlanan denetim raporlarında, oldukça yüksek tutarlara tekabül eden ödeme ve yükümlülükler yer verilmesinin uluslararası standartların ve raporlamaya konu mevzuatın getirdiği bir zorunluluk olduğu açıktır.

Diğer yandan, şartların oluşması hâlinde hesap sahiplerine faiz tutarının üzerinde bir ödemenin yapılabilmesi ve dolayısıyla ödeme (nakit akış) tutarını değiştiren bir opsiyonun, başka bir ifadeyle saklı türevin mevcut olması nedeniyle bu duruma uygun bilanço dışı kayıtların da TCMB nezdinde oluşturulması gereği bulunmaktadır. Bu gereklilik, dövizden dönüşümlü hesaplarda şarta bağlı olarak (hesap sahibinin talebi) anaparanın döviz olarak iadesi yükümlülüğünü de kapsamaktadır.

4. KKM UYGULAMA SÜRECİ VE SONUÇLARI

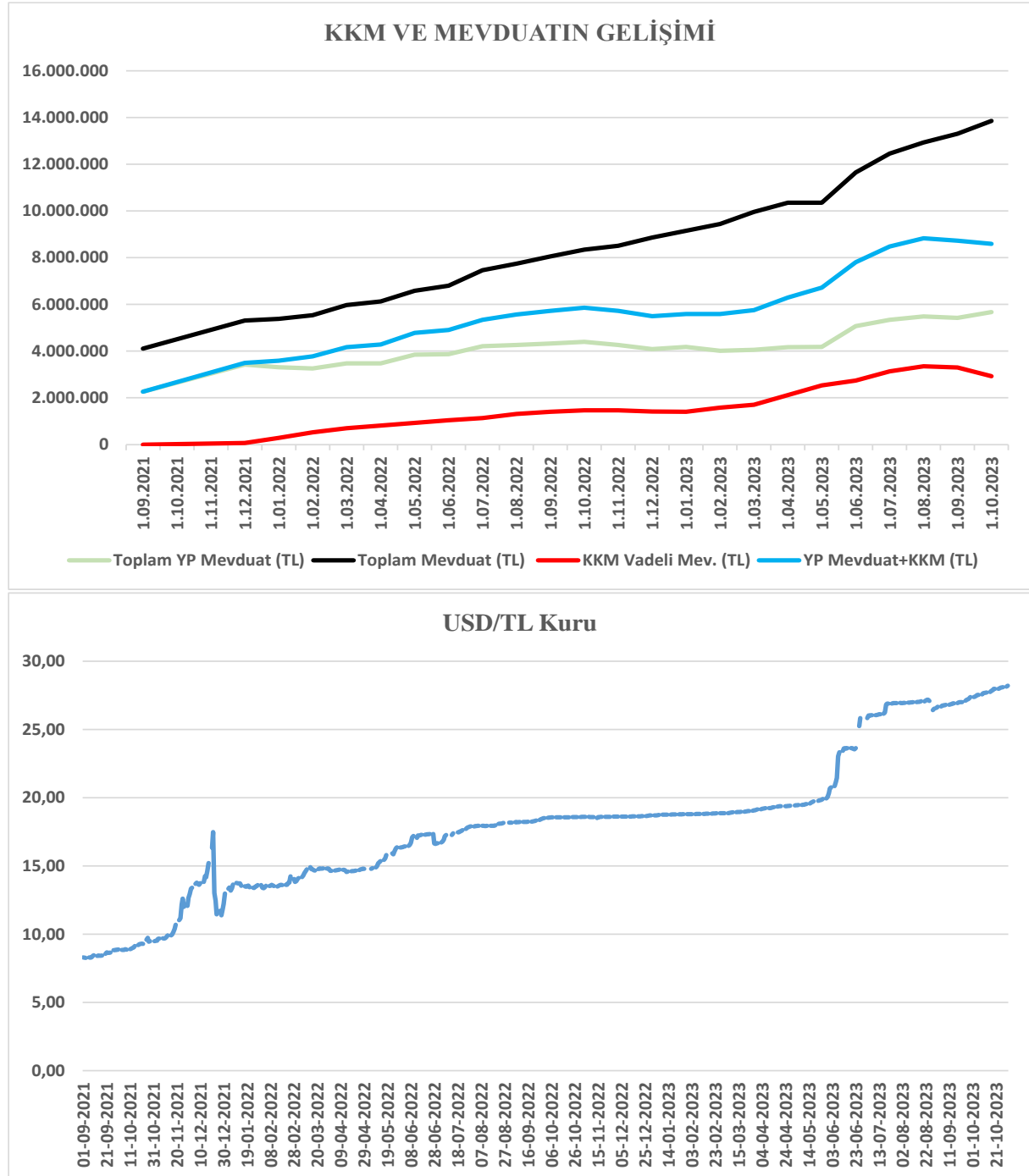
KKM'ye geçişin artırılması amacıyla kapsama alınan mevduatın türü ve faizine ilişkin zaman içinde değişiklikler yapılmış, ayrıca TL mevduatın artışına bağlı olarak yabancı para zorunlu karşılık oranlarından alınan komisyonların farklılaştırılması, TL mevduata dönüşüm oranına ve kredi büyüme oranlarına göre yabancı para zorunlu karşılık oranlarının değiştirilmesi gibi araçlarla KKM desteklenmiştir (TCMB, 2023a: 3-6 ve TCMB, 2022a: 20.). Aşağıda açıklanan KKM büyüklüğüne ilişkin gelişimde, sadece KKM sisteminin işleyişi ve parametreleri değil, bu sistemle paralel olarak uygulanan makro-mikro ihtiyati tedbirlerin katkısı da dikkate alınmalıdır. Özellikle yüksek negatif reel faizin etkisi öne çıkmıştır. Çünkü negatif reel faiz tasarruf sahipleri, ticari bankalar ve kredi kullanıcılarının davranış ve tercihlerini doğrudan etkilediği gibi, KKM'ye ilginin sınırlı kalmasında da belirleyici olmuştur.

4.1 KKM ve Mevduatın Gelişimi

Aşağıda aylar itibarıyla mevduat ve KKM'nin gelişimi gösterilmektedir. Şubat 2022 döneminden itibaren BDDK tarafından haftalık olarak sadece KKM'nin toplam büyüklüğü TL cinsinden sunulmuş, KKM'nin vade yapısı, ticari-gerçek kişi mevduat dağılımı ve döviz-TL kaynaklı tutar ayırımı paylaşılmamıştır. Bu nedenle, aşağıda sadece KKM kapsamındaki mevduatın TL cinsinden toplam tutarı gösterilmiş, BDDK'nın haftalık bültenlerinin her Cuma gününü ait verileri kapsamaması nedeniyle ay sonuna yakın Cuma günü ay sonu verisi olarak tabloya yansıtılmıştır.

Şekil 4.

KKM, Mevduat ve Dolar Kurunun Gelişimi



Kaynak: KKM büyüklükleri (TL ve USD bazında) BDDK, Haftalık Bülten verilerinden (<http://www.bddk.org.tr/BultenHaftalik>) ilgili tarihlere (ay sonu) en yakın haftalık rapor verisinden alınmıştır. Diğer tüm mevduat bilgileri için BDDK, Aylık Bülten (<https://www.bddk.org.tr/BultenAylık>) verilerinden yararlanılmış ve belirlenen rasyolar tarafımızca bu veriler üzerinden hesaplanmıştır. USD/TL kuru için TCMB, EVDS, Döviz Kurları verisi kullanılmıştır. (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>)

İlk aşamada sadece gerçek kişilere ait mevduatı içeren KKM'nin kapsamı, rezervleri güçlendirmek ve kur üzerindeki baskıyı hafifletmek amacıyla zamanla ticari mevduat ve yurt dışı yerleşiklerin mevduatını da içerecek şekilde genişletilmiştir. 2022 yılı ikinci yarısında %85 ile zirve yapan enflasyonu kontrol etmek için kurların baskılanmaya çalışılması da KKM'nin desteklenmesine yönelik tedbirleri gündeme taşımıştır.

Mevduatın bileşimine ilişkin detaylı veriler seçilmiş bazı tarihler itibarıyla aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Geleneksel olmayan para politikasının uygulanmaya başlandığı Eylül 2021, KKM'nin yürürlüğe konulduğu Aralık 2021, izlenen politikada makas değişikliğine yol açan Mayıs 2023 seçimleri öncesi ve sonrası, geleneksel politikalara kademeli dönüşün başlatıldığı Haziran 2023 dönemi ve ulaşılabilen son verilere ait tarihler tabloda kullanılmıştır.

Tablo 1.
Mevduat-KKM Büyüklüklerinin Gelişimi

No.	Hes.	Milyon TL/USD	30.09.2021	31.12.2021	31.12.2022	30.04.2023	31.05.2023	30.06.2023	30.09.2023	31.10.2023
1	Vadesiz TL		429.689	477.606	1.025.695	1.299.809	1.097.149	1.199.996	1.349.882	1.329.727
2	Vadesiz YP (TL)		945.818	1.573.367	2.115.915	2.476.353	2.542.588	3.023.154	3.258.365	3.410.875
3	Vadesiz YP (USD tutar)		107.022	119.455	113.310	127.496	123.225	117.076	119.489	121.287
4	1+2	Toplam Vadesiz Mev. (TL)	1.375.507	2.050.973	3.141.610	3.776.162	3.639.737	4.223.149	4.608.247	4.740.603
5	Vadeli TL		1.419.058	1.402.736	3.753.113	4.876.718	5.075.803	5.385.921	6.535.199	6.852.048
6	Vadeli YP (TL)		1.312.185	1.849.639	1.967.135	1.697.144	1.640.171	2.042.211	2.163.045	2.255.491
7	Vadeli YP (USD tutar)		148.450	139.906	105.292	87.388	79.418	79.041	79.218	80.187
8	5+6	Toplam Vadeli Mev. (TL)	2.731.244	3.252.375	5.720.248	6.573.862	6.715.974	7.428.132	8.698.244	9.107.539
9	1+5	Toplam TL Mevduat	1.848.747	1.880.342	4.778.808	6.176.527	6.172.952	6.585.916	7.885.081	8.181.775
10	2+6	Toplam YP Mevduat (TL)	2.258.004	3.423.006	4.083.050	4.173.497	4.182.759	5.065.364	5.421.409	5.666.366
11	4+8	Toplam Mevduat (TL)	4.106.751	5.303.348	8.861.858	10.350.023	10.355.711	11.651.281	13.306.491	13.848.142
12	KKM Vadeli Mev. (TL)		0	70.000	1.415.302	2.117.590	2.533.607	2.739.394	3.303.175	2.921.667
13	KKM Vadeli Mev. (USD cinsinden)		0	5.394	75.787	109.026	121.600	106.065	121.111	103.500
14	5-12	Standart TL Vadeli Mevduat	1.419.058	1.332.736	2.337.811	2.759.128	2.542.196	2.646.527	3.232.024	3.930.381
15	9-12	Standart Toplam TL Mevduat	1.848.747	1.810.342	3.363.506	4.058.937	3.639.345	3.846.522	4.581.906	5.260.108
16	10+12	YP Mevduat+KKM (TL)	2.258.004	3.493.006	5.498.352	6.291.087	6.716.366	7.804.758	8.724.584	8.588.033
17	Aktif Büyüklüğü		7.046.810	9.215.463	14.347.390	16.384.707	16.846.448	19.102.842	21.099.685	21.757.871

Kaynak: KKM büyüklükleri (TL ve USD bazında) BDDK, Haftalık Bülten verilerinden (<http://www.bddk.org.tr/BultenHaftalik>) ilgili tarihlere en yakın haftalık rapor verisinden alınmıştır. Diğer tüm mevduat bilgileri için BDDK, Aylık Bülten (<https://www.bddk.org.tr/BultenAylık>) verileri kullanılmıştır.

Aralık 2021'de uygulamaya konulan KKM Mart 2022 döneminde 696 milyar TL (Toplam mevduattaki payı %11,6), Eylül 2022'de 1,4 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %17,4) düzeyine ulaşmıştır. İlk dönemlerde kurlardaki artışın devam etmesi sonucu KKM hesap sahipleri, politika faizinin 3 puan fazlasıyla (%17) sınırlanan KKM faizinden daha yüksek oranda (döviz artış oranı) getiri elde etmiş ve bu durum sistemi beslemiştir. Ekim 2022'de yıllık %85'e ulaşan TÜFE, %158'e ulaşan Yİ-ÜFE oranlarına rağmen, Haziran 2022 döneminden sonra döviz kurlarındaki artışın baskılanması nedeniyle KKM hesapları azami %12-15'lik getiri sunmuştur. 30 Mayıs 2022'de 16,35 TL olan dolar kurunun 30 Eylül 2022'de 18,50 TL, 30 Aralık 2022'de 18,70 TL, 28 Şubat 2023'de 18,86 TL düzeyinde kalması KKM sahiplerinin TL faizi dışında bir kur artış geliri elde etmesini önlemiş, bu durum bir yandan KKM'nin kamu kesimine yükünü azaltırken, diğer yandan yüksek enflasyon karşısında tasarrufu eriyen kesimin sisteme ilgisini azaltmıştır. Eylül 2022'de 1,4 trilyon TL olan KKM büyüklüğü Şubat 2022'ye kadar aynı düzeyde kalmış, toplam mevduat içinde KKM'nin payı %15,4'e gerilemiştir.

Artan dış ticaret açığının kurlar üzerinde yarattığı baskının kontrol edilmesi ve Mayıs 2023 seçimlerine kadar kurların baskılanarak enflasyonun kontrol altına alınması amacıyla KKM girişlerinin desteklenmesi adına KKM hesapları için geçerli olan faiz üst sınırı 2023 yılı ilk çeyreğinde kaldırılmış (TCMB, 2023a: 3) ve bankalar %20 dolayında faiz uygulamaya başlamış; ayrıca asgari 3 ay olan vade sınırı tüzel kişiler için kaldırılmıştır. Bu adımlarla birlikte artmaya başlayan KKM büyüklüğü Mart 2023'de 1,7 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %17,1), Nisan 2023'de 2,1 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %20,5), Mayıs 2023'de 2,5 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %24,5) düzeyine ulaşmıştır. Kurlardaki hareketliliğin baskılanmasının da katkısıyla Ekim 2022'de %85 olan TÜFE, Mayıs 2023'de %39 düzeyine gerilemiştir.

Söz konusu dönemde bankaların kredi faizini artırmaması amacıyla belirli faiz oranının üzerindeki kredi kullandırımında bankalara faizi %10'lara kadar düşen uzun vadeli tahvil alımı zorunluluğu getirilmiş (menkul kıymet tesisi zorunluluğu), döviz mevduatı için zorunlu karşılıklar keskin şekilde artırılmış, TL mevduat payı belirli oranları aşmayan bankalar için ilave yükümlülükler getirilmiştir (TCMB, 2023a: 3).

Mayıs 2023 seçimlerine giden süreçte döviz kurunun baskılanması sebebiyle 12 Mayıs 2023 tarihinde dolar kuru (TCMB döviz alış kuru) 19,54 TL iken, seçimler ertesinde 2 Haziran 2023 tarihinde 20,75 TL, 26 Haziran 2023 tarihinde 25,25 TL, 20 Temmuz 2023 tarihinde 26,9 TL düzeyine yükselmiştir. Kurlardaki artışın yanı sıra artan ücretler, yeni vergiler ve ertelenmiş yönetilen/yönlendirilen kamu kaynaklı zamlarla birlikte enflasyon yeniden yükselmeye başlamış; Temmuz 2023'de TÜFE aylık %9,5, yıllık %47,8, Ağustos 2023'de TÜFE aylık %9,1, yıllık %59 düzeyine yükselmiştir. Kur artışı aynı zamanda KKM hesaplarına konu taahhüt nedeniyle bütçe ve TCMB

üzerinde ciddi bir yük yaratmıştır. Bu yüke aşağıda ayrı bir başlıkta yer verilmiştir. Mayıs 2023 seçimi esnasında 19,95 TL olan dolar kurunun Temmuz 2023’de 27 TL’ye doğru yükselmesiyle KKM hesaplarının getirisi yükselmiş ve Eylül 2023’de sistemin büyüklüğü 3,3 trilyon TL’ye (Toplam mevduattaki payı %24,8) ulaşmıştır.

Bu süreçte yeni TCMB yönetimi geleneksel olmayan politikalardan kademeli çıkışa yönelerek yeniden faiz-enflasyon bağı kurmuş ve 22 Haziran 2023 tarihli kararında (Para Politikası Kurulu Kararı, 22 Haziran 2023); “Ülkemizde, yakın döneme ilişkin göstergelerin enflasyonun ana eğiliminde yükselişe işaret ettiği, fiyatlama davranışlarındaki bozulmanın enflasyon üzerinde ilave olumsuz etki yaptığı” açıklamasıyla politika faizini %8,5’den %15’e yükseltmiş, yıllık TÜFE’nin %62 ve 1 yıl sonrası enflasyon beklentisinin %44 olduğu Kasım 2023 dönemine kadar kademeli olarak politika faizini %40’a artırmıştır.

Mayıs 2023 seçimlerini takiben para politikasında başlatılan normalleşme ve sadeleşme rotası doğrultusunda parasal aktarım mekanizmasının etkinliğini artırmak ve sıkılaşma sürecini desteklemek amacıyla bazı düzenlemeler yapılarak, önceki dönemlerde döviz mevduatından KKM’ye geçişi teşvik eden bazı tedbirler döviz ve KKM hesaplarından standart TL mevduata geçişi destekleyen önlemlere dönüştürülmüş ve ticari bankalara bazı hedefler verilmiştir (TCMB, 2023b: 3). Bu yeni yaklaşım KKM hesaplarının TL değil, döviz niteliğinde olduğunun ve muhtemel kur artışlarında bütçe ya da TCMB nezdinde yük yaratıldığının açıkça kabulü anlamına gelmektedir.

Eylül 2023 sonrasında kur artışının yavaşlaması ve yeni para politikası yönetiminin KKM’den çıkışa yönelik ilk adımları doğrultusunda politika faizindeki artışa paralel olarak standart TL mevduat faizinin %50’lere doğru yükselmesi ve KKM faizinin çok daha düşük düzeylerde saptanması sonucu KKM’den çıkışlar başlamış ve Eylül 2023’de 3,3 trilyon TL’ye ulaşan KKM büyüklüğü Kasım 2023 döneminde 2,7 trilyon TL’ye düşmüştür. Mayıs 2023 seçimleri sonrasında geleneksel politikalara kademeli dönüş Haziran 2023 döneminde, KKM’den çıkış süreci ise mevduat faizindeki dengelenme ve kur artışının sınırlanmasına paralel olarak Ekim 2023’de başlamıştır.

KKM uygulamasıyla birlikte mevduatın bileşimi ve yapısında meydana gelen dönüşüm aşağıdaki rasyolar üzerinden izlenebilmektedir.

Tablo 2.
KKM-Mevduat Rasyoları

RASYOLAR	30.09.2021	31.12.2021	31.12.2022	30.04.2023	31.05.2023	30.06.2023	30.09.2023	31.10.2023
KKM Mevduat / TL Mevduat	-	3,7%	29,6%	34,3%	41,0%	41,6%	41,9%	35,7%
KKM Mevduat / TL Vadeli Mevduat	-	5,0%	37,7%	43,4%	49,9%	50,9%	50,5%	42,6%
KKM Mevduat / YP Mevduat	-	2,0%	34,7%	50,7%	60,6%	54,1%	60,9%	51,6%
KKM Mevduat / Toplam Mevduat	-	1,3%	16,0%	20,5%	24,5%	23,5%	24,8%	21,1%
YP Mevduat / T.Mevduat	55,0%	64,5%	46,1%	40,3%	40,4%	43,5%	40,7%	40,9%
(YP Mev+KKM Mev.) / T. Mevduat	55,0%	65,9%	62,0%	60,8%	64,9%	67,0%	65,6%	62,0%

Kaynak: Önceki tablolarda yer alan BDDK verileri üzerinden rasyolar hesaplanmıştır.

Aralık 2021-Eylül 2023 döneminde KKM hesaplarının mevduat içindeki payı Temmuz-Ağustos 2023 döneminde zirveye ulaşmış, toplam TL mevduat içindeki pay %44, TL vadeli mevduat içindeki pay %55, toplam mevduat içindeki pay %26 düzeyine yükselmiştir.

Yabancı para mevduatın toplam mevduat içindeki payı, KKM’ye geçişlerin de katkısıyla, Aralık 2021’de %64,5 iken, Eylül 2023’de %40’a gerilemiştir. KKM hesaplarının dövize endekslenmesi nedeniyle bu mevduatın yabancı para mevduat ile birlikte ele alınması hâlinde, KKM ve döviz mevduatı toplamının mevduat büyüklüğü içindeki payı Aralık 2021 döneminde %66 iken, Ekim 2022 dönemine kadar %66-72 arasında bir gelişim göstermiş, kurun baskılanması ve negatif reel getiri sebebiyle KKM’ye azalan ilgi sonucu Ekim 2022 sonrasında %57’ye doğru gerilemiş, seçim sonrasında ise artan döviz kurlarını katkısıyla Temmuz-Ağustos 2023’de %68’e doğru yükselmiş ve Eylül 2023’de %65,6 düzeyinde gerçekleşmiştir.

KKM’nin amaçlarından biri; sisteme dâhil olan hesapların en az 3 ay vadeli açılması suretiyle mevduatın ortalama vadesini uzatmak ve bu suretle bankacılık sektörünün vade yapısı ve aktif-pasif vade uyumsuzluğu gibi temel bir riske olumlu yönde katkı sunmaktır. BDDK verilerine göre (BDDK, Aylık Bülten); KKM’nin uygulanmaya başlandığı Aralık 2021 döneminde toplam mevduatın %92’si vadesiz ve 3 aya kadar vadeli mevduattan oluşurken, KKM büyüklüğünün 3,3 trilyon TL ile zirve yaptığı Eylül 2023’de bu oran %74’e gerilemiş; vadesiz mevduat hariç tutulduğunda, 3 aya kadar vadeli mevduatın toplam vadeli mevduat içindeki payı %86’dan %60’a gerilemiştir. Dolayısıyla 3 ay ve üzeri vadeli mevduatın payı artmıştır. Ancak KKM kapsamında açılan mevduatın genelde üç aydan bir gün fazla olduğu ve bu bir günlük fazlalık nedeniyle bu mevduatın 3-6 ay vadeli mevduat olarak sınıflandırıldığı hatırlanmalıdır. Söz konusu dönemde 3-6 ay vadeli mevduatın payı %3,5’den %18,5’a yükselmiştir.

KKM’den standart TL mevduata geçiş ile ilgili olarak TCMB bünyesinde hazırlanan bir çalışmada (Aydın ve Korkmaz, 2023); KKM’nin yatırımcısına vadeli mevduatın yanında bir satın alma opsiyonu sağladığı, yatırımcının

KKM ve standart TL mevduat arasında kayıtsız kalması için her iki ürünün mevduat açılışındaki beklenen getirisinin eşit olmasının gerektiği, TL mevduat faizinin KKM faizi ile opsiyon fiyatı toplamından daha fazla olması hâlinde KKM'den TL mevduata yönelineceği, TCMB tarafından atılan politika adımlarıyla standart TL mevduatın görece getirisinin artması sonucu KKM yenileme oranlarının gerileyeceği ifade edilmiştir.

4.2 KKM Kaynaklı Maliyet

KKM sisteminin, maliyet ve yükümlülük başlıkları altında toplanabilecek iki tür yükü mevcuttur. İlk olarak, KKM'ye dâhil olan döviz ve TL mevduat hesaplarına ödenen faizin, hesabın açılış ve kapanış tarihleri arasındaki kur artışının altında kalması hâlinde farkın kamu tarafından karşılanması öngörülmüştür. Mevduat sahiplerine bu tür bir ödemenin yapılması Hazine adına bütçeye kaydedilen bir gider, TCMB adına ise para tabanında artışa ve parasal genişlemeye yol açan bir zarar niteliğindedir. İkinci olarak ise, dövizden dönüşümlü hesaplardan sisteme dâhil olan ve TCMB'ye aktarılan döviz mevduatı için, mevduat sahibinin talebi hâlinde ilgili döviz tutarının (anapara) iade edilmesi yükümlülüğü mevcuttur.

Hazine Üzerinde Oluşan Yük:

21 Aralık 2023'de uygulanmaya başlanan ve en az 3 ay vadeli açılması nedeniyle Mart 2023 döneminden itibaren kamuya yük olmaya başlayan KKM için, Tablo 4'de detaylı sunulduğu üzere, Hazine tarafı TL korumalı hesaplar için 2022 yılında (Mart-Aralık 2022) 92,5 milyar TL, 2023 yılı Ocak-Temmuz döneminde 59,5 milyar TL'lik maliyet oluşmuştur (Hazine ve Maliye Bakanlığı, Aylık Bütçe Bülteni). Temmuz 2023 döneminden itibaren tüm KKM kaynaklı ödemelerin TCMB'ye devredilmesi ile birlikte Hazine tarafından yapılan ödemeler durdurulmuştur.

Hazine ve Maliye Bakanlığı 2022 yılı faaliyet raporunda (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023: 117); "*Finansal istikrara katkı sağlanması ve TL enstrümanlara olan talebin artırılması amacıyla 2022 yılında mudilere 92,5 milyar TL destek aktarımı sağlandığı*" ifadesiyle KKM'nin amaçlarını ortaya koyarken, bu kapsamda yapılan ödemeleri '*destek aktarımı*' olarak tanımlamıştır.

TCMB Üzerinde Oluşan Yük:

TCMB, KKM'nin kendisi için oluşturduğu maliyeti kamuoyuyla paylaşmamış, 2022 yılı faaliyet raporu ve bağımsız denetim raporu da dâhil olmak üzere yayın ve raporlarında KKM'nin maliyetine yer vermemiştir. Mevzuat ve uluslararası raporlama standartları kapsamında TCMB bünyesinde oluşan büyük yükün denetim raporlarında yer alması zorunluluk iken, buna uygun hareket edilmemiştir. TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu'nda 3 Ekim 2023 tarihinde yaptığı sunumda TCMB Başkanı, 2022 yılında TCMB tarafından KKM konulu takriben 70 milyar TL'lik, 2023 yılı ilk altı ayında ise takriben 90 milyar TL'lik ödeme yapıldığını açıklamıştır (Palabıyık ve Ulaş, 2023).

2023'ün ilk yarısına kadar TCMB nezdinde oluşan KKM maliyeti belirtilen açıklama üzerinden öğrenilmiş olunmakla birlikte, KKM'nin çok daha yüksek maliyetinin döviz kurlarının keskin şekilde arttığı 2023'ün 3. çeyreğinde meydana geldiği bilinmektedir. Temmuz 2023'de Hazine'nin muhatap olduğu ödemelerin de TCMB tarafından yapılmasına karar verilmesi 3. çeyreği TCMB adına daha önemli hale getirmiştir. TCMB KKM yükünü kamuoyuyla paylaşmadığı için, 2023'ün 3. çeyreğinde oluşmuş maliyete dair bazı ipuçlarına ulaşılması için TCMB bilançosu incelenmiştir.

TCMB analitik bilançosu kalemleri incelendiğinde, TCMB tarafından yapılan ödemelerde aktifte iç varlıklar altında "Diğer" kaleminin, karşılığında ise pasifte "Bankalar Mevduatı"nın arttığı görülmektedir. TCMB bünyesinde KKM konusu ödemelere konu olan söz konusu iki kalemin 2023 yılının ilk çeyreğinden sonra gösterdiği değişim aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3.
KKM Ödemesine Konu Kalemlerdeki Değişim

Dönem 000 TL	TCMB ANALİTİK BİLANÇOSU	
	AKTİF	PASİF
	İç Varlıklar Diğer	Merkez Bankası Parası Bankalar Mevduatı
Nisan 2023	81.016.165	713.573.889
Mayıs 2023	16.564.375	669.396.415
Haziran 2023	81.450.507	703.024.872
Temmuz 2023	354.533.486	825.387.598
Ağustos 2023	703.502.138	1.161.166.706
Eylül 2023	768.127.011	1.675.370.862
Ekim 2023	817.147.923	1.535.540.200
Kasım 2023	847.664.955	1.842.917.480

Kaynak: TCMB, EVDS, Analitik Bilanço, <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

TCMB bilançosunda aktifte, iç varlıklar altında izlenen “Diğer” kalemi Haziran 2023 döneminde 81 milyar TL’lik bakiye arz ederken, Mayıs 2023 seçimleri sonrasında dolar kurunun 19,5 TL düzeyinden 27 TL düzeyine yükselmesi sonucu, bu tutar 686 milyar TL’lik artışla Eylül 2023 döneminde 768 milyar TL’ye yükselmiştir. Aktifte meydana gelen bu değişimi karşılayan pasifteki kalem ise “Bankalar Mevduatı”dır. Aynı dönemde bankalar mevduatı kalemi ise 972 milyar TL’lik artışla 1,68 trilyon TL’ye ulaşmıştır. TCMB, TL yükümlülük yaratabilme gücünü kullanarak KKM kaynaklı ödeme tutarlarını ticari banka hesaplarına aktarmıştır. Ödemenin ilk etapta doğrudan zarar kalemine değil de, aktifte “Diğer” kalemine kaydedilmesi nedeniyle dönem sonunda bu aktif kaleminin bakiyesinin KKM ödemesine ait kısmının zarar hesabına devredilmesi gerekmektedir. Çünkü KKM ödemesinin bir karşılığı bulunmamaktadır.

Belirtilen iki kalem (özellikle bankalar mevduatı kalemi) KKM ödemesi dışındaki işlemleri de kapsadığı için bu artışların ne kadarlık kısmının KKM’den kaynaklandığı net olarak bilinmemektedir. Gerek kurlardaki artışın ve Hazine’nin ödeme yükümlülüğünün TCMB’ye devrinin Haziran 2023 sonrasında gerçekleşmesi, gerekse “Diğer” kalemine ait bakiyenin aynı dönemde keskin şekilde artması nedeniyle “Diğer” kalemindeki büyük değişimin tamamına yakınının KKM kaynaklı olduğu belirtilebilir. Ayrıca, bu kalemlerde azalışa yol açabilecek diğer işlemlerin de olabileceği, bu nedenle KKM kaynaklı ödemelerin belirtilen artış tutarını aşması da mümkündür. TCMB analitik bilanço kalemlerindeki değişimden, sadece 3. çeyrekte TCMB’nin ödediği takriben 700 milyar TL’ye yakın bir giderin oluştuğu tahmini dile getirilebilir. Ayrıca tarafımızca farklı bir metot üzerinden aşağıdaki hesaplama yapılmıştır:

- 2023 yılı 3. çeyreğinde vadesi gelen hesapların Nisan-Haziran 2023 döneminde açıldığı, Nisan-Haziran 2023 döneminde takriben ortalama 2,5 trilyon TL’lik KKM büyüklüğünün bulunduğu, tüm KKM’nin dolara endeksli ve 3 aylık vadeli açıldığı varsayımı üzerinden hareket edildiğinde, Nisan-Haziran 2023 döneminde ağırlıkla geçerli olduğu kabul edilebilecek (medya haberlerine konu tahmini) net %7,5’luk 3 aylık KKM faizi, Nisan-Mayıs 2023 döneminde oluşan 19,45 TL’lik ve 2023 yılı Temmuz-Eylül döneminde oluşan ortalama 26,77 TL’lik ortalama dolar kuru dikkate alınarak yapılan hesaplamada KKM’nin 3. çeyrekte yarattığı maliyet 753 milyar TL olarak bulunmaktadır. $[(2,5 \text{ trilyon TL} / 19,45) * 26,77] - (2,5 \text{ trilyon TL} * 1,075)$
- Gün bazında hangi tarihte, ne kadar tutarlık KKM’nin vadesinin geldiği ve ilgili mevduatın faiz oranı ve döviz cinsi bilinmediğinden dolayı belirtilen usulde genel bir hesaplama yapılmak zorunda kalmıştır.
- 753 milyar TL’lik bir maliyeti gösteren bu hesaplama, yukarıda TCMB bilançosu kalemlerindeki değişimler üzerinden belirtilen tahmini 700 milyar TL’yi aşan bir maliyetin mevcut olduğuna işaret etmektedir. Belirsizlik nedeniyle aşağıdaki tabloda 700 milyar TL’lik maliyete yer verilmiştir.

Hazine ve TCMB tarafından KKM hesapları için yapılan ödemelere ilişkin yukarıda yer alan açıklamalar üzerinden hareketle KKM sisteminin Eylül 2023 dönemine kadar kamuya getirdiği maliyet aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 4.
KKM'nin Maliyeti, 2022 Yılı ve Ocak-Eylül 2023

HAZİNE YÜKÜ				VERİ KAYNAĞI
Dönem	Milyon TL	Dönem	Milyon TL	
Mar.22	11.700	Oca.23	1.553	Hazine ve Maliye Bakanlığı, Aylık Bütçe Bülteni
Nis.22	4.500	Şub.23	632	
May.22	4.800	Mar.23	0	
Haz.22	16.100	Nis.23	650	
Tem.22	23.400	May.23	1.634	
Ağu.22	15.000	Haz.23	20.600	
Eyl.22	9.300	Tem.23	34.500	
Eki.22	6.700			
Kas.22	0			
Ara.22	973			
Toplam (2022)	92.473	Toplam (2023)	59.569	
2022-2023 Toplamı		152.042		
TCMB YÜKÜ				
Dönem	Milyon TL	Dönem	Milyon TL	
2022 Yılı	70.000	2023 ilk 6 ay	90.000	TCMB Başkanı Açıklaması
		2023 2. Çeyrek	700.000	TCMB Başkanı Açıklaması
Toplam (2022)	70.000	Toplam (2023)	790.000	Analistik bilanço üzerinden tahmini hesaplama
2022-2023 Toplamı	860.000			(Aktifte "Diğer" kalemindeki değişim)
MART 2022-EYLÜL 2023	TOPLAM KKM YÜKÜ		1.012.042	

KKM sisteminin Eylül 2023 dönemine kadar kamu üzerinde oluşturduğu toplam yük takriben 1 trilyon TL olup, bu tutarın 860 milyar TL'lik kısmı TCMB bünyesinden karşılanmış, dolayısıyla bu tutarda bir parasal genişlemeye neden olunmuş, kalan kısmı bütçeden ödenmiştir.

Ayrıca belirtilen bu doğrudan ödemeler haricinde, tüzel kişilere dövizden dönüşümlü KKM hesapları için getirilen kurumlar vergisi istisnası ve diğer mevduattan farklı olarak KKM hesapları için geçerli olan sıfır stopaj gibi kamu üzerinde ilave yükler de mevcuttur.

4.3 KKM'nin Rezervlere Etkisi

Dövizden dönüşümlü KKM hesaplarının açılışında yapılan dönüşüm işlemi sonucu ticari banka bilançosunda döviz mevduatı azalırken, TL mevduatı artmakta, bu işleme konu dövizin TL karşılığını ticari bankaya ödeyen TCMB'nin ise brüt ve net rezervi artmakta (aktifte dış varlık artışı-pasifte TL yükümlülük artışı); müşterinin talep etmesi hâlinde döviz mevduatının (anapara) iade edilmesi yükümlülüğü altına girilmekte, bu nedenle bilanço dışı yükümlülük de artmaktadır. KKM hesaplarından döviz hesaplarına dönüşte nihai olarak döviz talebinin ticari bankalar tarafından TCMB'den karşılanacağı ve dolayısıyla bu yükümlülüğün nihai adresinin TCMB olduğu açıktır. Resmî bir taahhüdün ya da yükümlülüğün muhatabının olmaması ve buna uygun kayıtların yapılmaması düşünülemez.

Mevduat müşterisine bir opsiyon sunan KKM sisteminin önceki başlıkta açıklanan maliyeti dışında, TCMB bünyesinde oluşturduğu rezerv artışı ve yükümlülüklerin takibi iki açıdan önem kazanmıştır. İlk olarak, zaman içinde TCMB'nin brüt ve net rezervlerindeki değişim izlenirken meydana gelen değişimin ne kadarlık kısmının KKM sisteminin sunduğu katkıdan, ne kadarlık bölümünün diğer işlemlerden (yurt içine sermaye girişi ve/veya döviz alımı, swap gibi) kaynaklandığının bilinmesi önemlidir. İkinci olarak ise, KKM ile sağlanan rezerv artışı karşılığında gelecekte bir döviz ödeme yükümlülüğü altına giren TCMB'nin karşılabileceği muhtemel döviz talebinin takip edilmesi gerekmektedir. Bu durum zaten ulusal ve uluslararası muhasebe ve raporlama standartlarının bir gereğidir.

KKM sistemine dâhil olarak TCMB'ye aktarılan döviz mevduatından kaynaklı olarak TCMB nezdinde oluşan yükümlülüğün realize olması, başka bir ifadeyle hesapları TL mevduata dönüştürülen müşterilerin belirlenen kurlar üzerinden döviz mevduatlarını talep etmesi riskine karşı, TCMB'nin satın aldığı, ancak gerçekçi bir yaklaşıma göre ödünç aldığı bu mevduatı rezervlerinde muhafaza etmesi önem taşımaktadır. TCMB'nin dövizden dönüşümlü KKM hesapları üzerinden edindiği rezervi farklı amaçlarla kullanmasının yaratabileceği risklere ve buna karşı izlenebilecek yöntemlere dair KKM sisteminin uygulanmaya konulduğu ilk günlerde öneriler dile getirilmiştir (Kartal, 2022).

KKM müşterilerinin döviz mevduatına dönüş yapması hâlinde bu durumun farklı bir şekilde nakit akışı bakımından yönetilebileceği de hatırdta tutulmalıdır. KKM müşterilerinin döviz talep etmesi hâlinde, dövizden dönüşümlü KKM hesabının açılışındaki işlemin tersi muhasebe kayıtlarına yansıtılacak, ilgili döviz tutarı TCMB hesaplarından çıkılarak ilgili ticari bankaya aktarılacak, ticari banka bilançosunda TL olarak izlenen KKM hesabı döviz mevduatına dönüştürülecek, ancak bu durumda TCMB'den döviz çıkışının olmaması ve brüt rezervin azalmaması için TCMB bankalara devrettiği döviz swap kanalıyla yeniden kendisine çekebilecektir. TCMB'nin KKM kaynaklı yükümlülüğü swap kaynaklı bir yükümlülük hâline gelecektir. Bu döngüde, TCMB'nin brüt rezervleri azalmamakta, swap sonrası rezervleri ise düşmektedir. Ticari bankanın swap yapmak istememesi seçeneğinin pratikte bulunmadığı düşünülmektedir. Bu döngüde kırılma yaratabilecek tek ihtimal müşterinin döviz mevduatını nakden istemesi, dolayısıyla bankacılık sisteminden efektif çıkışının meydana gelmesidir. Diğer yandan dövizden dönüşümlü KKM müşterisinin döviz dönüşü talep etmeden, standart TL mevduata ya da diğer bir ürüne geçiş yaparak TCMB'nin muhtemel yükümlülüğünü sona erdirmesi, bu suretle rezerv azalışının gerçekleşmemesi de ihtimal dahilindedir.

KKM sisteminin TCMB rezervlerinde yarattığı etki aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. “Brüt rezervler” ve brüt rezervlerden döviz içi yükümlülüklerin (“Kamu Sektörü Yabancı Para Mevduatı” kalemi hariç) düşülmesiyle bulunan “net rezervler”, “swap sonrası” ve “swap-KKM sonrası” olarak rezervler gruplandırılmıştır.

Swap, TCMB'nin diğer merkez bankaları ya da finans kurumlarından TL karşılığı döviz temin ederek brüt ve net rezervlerini artırdığı, vadesinde ise döviz tutarını iade etme yükümlülüğü altına girdiği için bilanço dışı yükümlülüğün olduğu bir işlemdir. Swap kaynaklı yükümlülüğün düşülmesiyle ayrı ve anlamlı bir rezerv hesaplaması yapılmaktadır.

Dövizden dönüşümlü KKM hesaplarında müşterinin döviz mevduatını talep etme hakkı bulunduğu (opsiyon), bu hakkın kullanılma ihtimaline karşı rezervlerin KKM kaynaklı yükümlülüğün düşülmesi suretiyle takibi de önem taşımaktadır. Ancak KKM sistemine dâhil olan mevduata ilişkin bilgiler dövizden dönüşümlü ve TL mevduat kaynaklı olarak ayrıştırılarak açıklanmadığı için dövizden dönüşümlü KKM tutarı tam olarak bilinmemektedir. Basında yer alan haberlerde KKM'nin %70'inin dövizden dönüşümlü olduğu belirtilmektedir (Turhan, 2023; Demiralp, 2023). Aşağıdaki hesaplamada Tablo 1'de gösterilen KKM tutarlarının %70'i TCMB'nin döviz yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmiştir.

Tablo 5.
Rezervlerin Gelişimi

Milyon USD	30.09.2021	31.12.2021	30.09.2022	31.12.2022	30.06.2023	Değişim		
						30.09.2023	Haziran 2023	30.06.2023-
Brüt Rezervler	122.043	111.051	107.047	128.754	108.586	122.202	-2.465	13.616
Net Rezervler	29.793	8.339	9.722	27.544	9.825	20.636	1.486	10.812
Swaplar	-68.523	-64.694	-68.743	-71.005	-60.139	-76.959	4.555	-16.820
Swap Hariç Net Rezerv	-38.730	-56.355	-59.021	-43.461	-50.314	-56.323	6.041	-6.008
Toplam KKM Yükümlülüğü	0	5.400	75.897	75.787	106.065	121.111	100.665	15.046
KKM (%70) (Döviz Dönüşümlü KKM)	0	3.780	53.128	53.051	74.246	84.778	70.466	10.532
Swap ve KKM (%70) Sonrası Net Rezerv	-38.730	-60.135	-112.149	-96.512	-124.560	-141.100	-64.425	-16.541

Kaynak: Brüt rezervler için EVDS sisteminde (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>) TCMB, Merkez Bankası Rezervleri tablosu, net rezervler için “MB Bilançosu - Stand By-18.01.2002 Tarihli Niyet Mektubu ile Belirlenmiş (Cari) Tablosundaki”, 2A Net Uluslararası Rezervler kalemi, swaplar için Uluslararası Rezervler ve Döviz Likiditesi tablosundaki veriler üzerinden hesaplamalar yapılmıştır. KKM büyüklükleri (TL ve USD bazında) BDDK, Haftalık Bülten verilerinden (<http://www.bddk.org.tr/BultenHaftalik>) ilgili tarihlere en yakın haftalık rapor verisinden alınmıştır. KKM'ye ilişkin hesaplamada kullanılan %70 oranı ise yukarıda açıklandığı üzere KKM'nin dövizden dönüşümlü hesaplara ait kısmı olduğuna ilişkin medyada yer alan bir oran olarak dikkate alınmıştır.

Geleneksel olmayan politikaların tatbik edilmeye başlandığı Eylül 2021 döneminde 122 milyar USD'lik brüt ve takriben 30 milyar USD'lik net rezerv, söz konusu politikanın döviz kurları, enflasyon ve rezervler üzerinde yarattığı tahribatın giderilmesi amacıyla KKM'nin uygulamaya konulduğu Aralık 2021 döneminde ise 111 milyar USD'lik brüt ve 8,4 milyar USD'lik net rezerv bulunmaktadır. Eylül-Aralık 2021 döneminde brüt rezervler 11 milyar USD, net rezervler 21,5 milyar USD azalmıştır. Ocak 2022'de 20 milyar USD, Nisan 2022'de 55 milyar USD, Eylül 2022'de 75 milyar USD, Mart 2023'de 88 milyar USD, Haziran 2023 döneminde 106 milyar USD, Eylül 2023 döneminde 121 milyar USD'ye ulaşan KKM büyüklüğünün takriben %70'ini oluşturan dövizden dönüşümlü KKM kaynaklı rezerv girişine rağmen sadece swap ve KKM sonrası rezervler değil, aynı zamanda brüt rezervlerde de düşüş meydana gelmiştir. Bu durum TCMB'nin KKM ve diğer kaynaklardan sağlanan tüm ilave rezervleri kullandığını ve ilaveten mevcut varlığından da kullanıma devam ettiğini göstermektedir.

Geleneksel politikalara dönüşün başlatıldığı Haziran 2023 dönemine kadar KKM sisteminde 106 milyar USD'nin biriktiği, bu tutarın takriben %70'inin dövizden dönüşümlü hesaplardan geldiği varsayıldığında, rezervlere KKM kaynaklı 74 milyar USD'lik giriş olduğu, bu büyük tutarlı girişe rağmen brüt rezervlerin 2,5 milyar USD azalırken, net rezervin 1,5 milyar USD arttığı, swap sonrası rezervlerin 6 milyar USD artarken, swap ve KKM sonrası rezervlerin 68 milyar USD azaldığı görülmektedir. (Yukarıdaki tabloda 31 Aralık 2021 tarihindeki KKM bakiyesi dikkate alınarak hesaplama yapıldığı için KKM sonrası rezerv değişimi 64 milyar USD olarak görünmektedir.) Bu süreçte 2022'nin son çeyreğinde rezervlerde toparlanma gözlemlenirken 2023'ün ilk yarısında ciddi kayıplar yaşanmıştır. Geleneksel politikalara dönüşle birlikte Haziran 2023-Eylül 2023 döneminde brüt ve net rezervlerde artış yaşanırken, swap ve KKM sonrası rezervlerde düşüş devam etmiştir. Eylül 2023 dönemine kadar ki değişim dikkate alındığında ise (ve yukarıdaki tabloda 31 Aralık 2021 tarihli KKM bakiyesi sıfır kabul edilirse), swap ve KKM sonrası rezervler 85 milyar USD azalmıştır.

KKM kaynaklı rezerv girişi yoluyla geleneksel olmayan politikaların yarattığı olumsuz etkiler giderilmeye çalışılmış, ancak bu rezerv girişinin tamamının kullanılması nedeniyle bir açıdan TCMB'nin KKM kaynaklı yükümlülüğünün karşılığını oluşturması gereken döviz varlığı diğer işlemler için kullanılmış, şarta bağlı (müşteri talebi) yükümlülük karşılıksız/teminatsız bırakılmıştır. Beklenti yönetimi ve daha iyi TL getiriler aracılığıyla müşterilerin KKM hesaplarından standart TL hesaplara geçerek döviz talep etme hakkından kesin olarak vazgeçmesi ya da TCMB'nin döviz rezervlerini artırarak muhtemel döviz talebini karşılaması veya müşterilerin KKM sisteminde kalmaya devam etmesi sistemde potansiyel tıkanmayı önleyebilecek durumlardır.

4.4 KKM'nin TCMB'ye Maliyetinin Niteliği

Olağan şartlarda TCMB, izlediği genişletici/daraltıcı politikalar doğrultusunda veya piyasada oluşan ihtiyaç ve koşullar dolayısıyla piyasaya likidite sunmakta ya da fazla likiditeyi çekmektedir. Dönemin şartlarına ya da izlediği politikaya bağlı olarak açık piyasa işlemleri, kesin alım-satım, döviz alım-satımı, kredi gibi işlemlerle TCMB piyasadaki likiditeye müdahale etmektedir. Yapılan her işlemin bir karşılığı mevcut olup, örneğin açık piyasa işlemleri yoluyla piyasaya likidite sunulması hâlinde bankalardan ödünç olarak menkul kıymet alınmakta, kesin alım işleminde menkul kıymet satın almakta, döviz karşılığı TL işlemlerinde ise işlemin bir tarafını döviz oluşturmaktadır. Dolayısıyla, TCMB karşılığını almadan ya da vermeden bir ödeme ya da fonlama yapamamakta veya likidite fazlalığını çekememektedir.

Ancak herhangi bir karşılığa veya varlığa dayanmayan KKM kaynaklı ödemeler kendine has nitelikler taşımakta, belirtilen olağan TCMB işlemleri arasında yer almamaktadır. KKM hesapları için TCMB tarafından yapılan ödemeler (kur artışının faiz getirini aşması halinde aradaki fark) karşılığı bulunmayan ve doğrudan zarar niteliğindeki ödemelerdir. Muhasebesel ve operasyonel bakımdan KKM hesapları için yapılan ödemeler dövizden dönüşümlü ve TL mevduat kaynaklı KKM hesapları için farklı özellikler taşımaktadır. Her hâlükârda bu ödemeler karşılıksız para basılması (zarar kaydedilen parasal genişleme) niteliğinde olmakla birlikte, belirtilen ayırtırmanın yapılması gerekmektedir.

Dövizden dönüşümlü KKM hesaplarına konu ödemelerin TCMB tarafından yapılmasının mantığı, KKM'ye geçiş yapan döviz mevduatına konu tutarın TCMB'ye aktarılması (rezervin artması) ve TCMB'nin müşterinin talebi hâlinde ilgili tutarı döviz olarak iade etme yükümlülüğü (bilanço dışı yükümlülük) altında bulunmasıdır. Dövizden dönüşümlü hesaplarda operasyonel, muhasebesel ve iktisadi anlamda TCMB üzerinde somut etkiler oluşmakta, rezervini artıran TCMB işlemin bir tarafı olarak (döviz mevduatını alan ve talep hâlinde iade eden) dövizden dönüşümlü KKM hesapları için oluşan gideri karşılamaktadır. Bu ise işlemin niteliği gereği olağandır.

Sistemin diğer bir bacağı olan ve TL mevduat hesaplarından KKM hesaplarına yapılan geçişlerde ise operasyonel ve muhasebesel olarak TCMB taraf değildir. İlgili ticari banka bünyesindeki standart TL mevduat KKM hesabına dönüştürülmektedir. İşlemler sadece ticari banka bünyesinde muhasebeleştirildiği için banka bilançosunda TL mevduat tutarı aynı kalmakta, mevduatın türü değişmekte ve hesap dövizde endekslenmektedir. Kur artışının müşteriye yapılan faiz ödemesini aşması hâlinde ise aradaki farkın ödemesi hâlihazırda TCMB tarafından yapılmaktadır. TCMB, tarafı olmadığı işlemlerde yükü karşılayan taraf konumuna getirilmiştir. Böylece bütçe üzerindeki KKM yükü TCMB'ye devredilmiş; Hazine'nin gider kalemi veya duruma göre kamu borçlanması yerine para basılması (parasal genişleme) tercih edilmiştir.

Yukarıda açıklandığı üzere TCMB karşılığı olmadan herhangi bir işlem yapamaz iken, KKM bu duruma bir istisna oluşturmuştur. KKM hesapları için yapılan ödemeler doğrudan zarar niteliğindedir. Ancak pratikte gerçekleşmemiş olsa da, dövizden dönüşümlü KKM hesapları için yapılan ödemelerin zarara dönüşmemesi ihtimali de mevcuttur. Eğer dövizden dönüşümlü mevduat hesaplarından sağlanan döviz rezervleri artırmak için TCMB bünyesinde muhafaza edilseydi veya ayrı hesaplarda tutularak satış konusu yapılmayı, kur artışlarında TCMB bu dövizler üzerinden değerlendirme kârı elde edecek ve TCMB şartların oluşması hâlinde bu hesaplar için müşterilere ödeme yapsa dahi, sadece kur artışının faizi aşan kısmının TCMB tarafından karşılanması nedeniyle yapılacak ödeme her hâlükârda kur artışından düşük kalacak ve TCMB muhasebesel ve iktisadi olarak kâr elde

etmiş olacaktı. TCMB'ye özgü yasal mevzuat gereği değerlendirme kârının bilanço içinde izlenerek kâr/zarar hesabına aktarılmadığı, KKM ödemelerinin ise doğrudan ya da dönem sonunda zarara aktarıldığı bilinmekle birlikte, belirtilen senaryo kapsamında kur değerlendirme kazancının varlığı açıktır.

Türkiye deneyiminde, TCMB'nin KKM sistemi üzerinden elde ettiği tüm dövizli kullanması ve hatta KKM kaynaklı rezerv girişine rağmen toplam rezervin azalmış olması sebebiyle bir değerlendirme kârı oluşmadığı gibi analitik bilançoda yer alan "Değerleme Hesabı" kaleminde keskin şekilde aleyhe bir değişim meydana gelmiş, Eylül 2021 döneminde 75 milyar TL olan lehe fark, Eylül 2023 döneminde 800 milyar TL'lik aleyhe farka dönüşmüştür (TCMB, Analitik Bilanço). KKM hesapları için Tablo 4'de sunulan verilere göre 2022 yılı ve 2023 yılı ilk dokuz ayında toplam 860 milyar TL gibi ciddi bir tutar TCMB tarafından KKM hesap sahiplerine ödenmiştir. Dolayısıyla dövizden dönüşümlü KKM hesapları için net bir zarar söz konusudur. Tüm KKM hesapları için yapılan ödemeler muhasebesel, kurumsal ve iktisadi anlamda zarar niteliğindedir. Bunun tek istisnası KKM üzerinden alınan dövizin büyük bir kısmının TCMB bünyesinde tutulması olabilirdi ki bu koşul sağlanamamıştır.

5. SONUÇ

Faiz ve enflasyon arasındaki bağı farklı şekilde ele alan, kurgusu ve araç-amaç seti açık olarak tanımlanamayan aktivist bir para politikasıyla üretim, istihdam, ödemeler dengesi, enflasyon gibi çok sayıda amaca ulaşmayı hedefleyen geleneksel olmayan politikanın ilk adımı Eylül 2021 döneminden itibaren enflasyondaki gelişmelerden bağımsız olarak politika faizinde indirimlerin başlatılmasıdır. Bu politikanın döviz kuru ve enflasyonda meydana getirdiği keskin artış ve rezervlerde sebebiyet verdiği belirgin aşınmaya bir cevap olarak Aralık 2021 döneminden itibaren tatbik edilmeye başlanan KKM sistemi ve diğer makro-mikro ihtiyati tedbirler özünde faizin farklı yönde kullanılması ile oluşan boşluğu gidermeyi amaçlamıştır. Eylül 2021 sonrasında elde edilen sonuçlar sadece KKM'nin değil, geleneksel olmayan politikaların bir çıktısıdır. KKM, yüksek negatif reel faiz ile birlikte bu dönemin simge ve anahtar bileşenidir.

Enflasyon karşısında faiz getirisinin yetersiz kalması ve tasarrufların erimesi nedeniyle, KKM hesaplarına konu faize üst sınırın getirildiği ve kur artışının sınırlandırıldığı dönemlerde ilginin azaldığı KKM Mart 2022 döneminde 696 milyar TL (Toplam mevduattaki payı %11,6), Eylül 2022'de 1,4 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %17,4), Mayıs 2023'de 2,5 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %24,5), Eylül 2023'de döneminde 3,3 trilyon TL (Toplam mevduattaki payı %24,8) büyüklüğe ulaşmıştır. Aralık 2021-Eylül 2023 döneminde KKM hesaplarının mevduat içindeki payı Temmuz-Ağustos 2023 döneminde zirveye ulaşmış; toplam TL mevduat içindeki pay %44, TL vadeli mevduat içindeki pay %55, toplam mevduat içindeki pay %26 düzeyine yükselmiştir.

Yabancı para mevduatın toplam mevduat içindeki payı, KKM'ye geçişlerin de katkısıyla, Aralık 2021'de mevcut olan %64,5 düzeyinden Eylül 2023'de %40'a gerilemiştir. KKM hesaplarının dövizde endekslenmesi nedeniyle bu mevduatın yabancı para mevduat ile birlikte ele alınması hâlinde KKM ve döviz mevduatı toplamının mevduat büyüklüğü içindeki payı Aralık 2021 döneminde %66 iken, Ekim 2022 dönemine kadar %66-%72 arasında bir gelişim göstermiş, kurun baskılanması ve negatif reel getiri sebebiyle KKM'ye azalan ilgi sonucu Ekim 2022 sonrasında %57'ye doğru gerilemiş, seçim sonrasında artan kurların etkisiyle Temmuz-Ağustos 2023'de %68'e yükselmiş ve Eylül 2023'de %65,6 düzeyinde gerçekleşmiştir.

En az 3 ay vadeli mevduatı içeren KKM'nin uygulanmaya başlandığı Aralık 2021 döneminde toplam mevduatın %92'si vadesiz ve 3 aya kadar vadeli mevduattan oluşurken, KKM büyüklüğünün 3,3 trilyon TL ile zirve yaptığı Eylül 2023'de bu oran %74'e gerilemiş; vadesiz mevduat hariç tutulduğunda, 3 aya kadar vadeli mevduatın toplam vadeli mevduat içindeki payı %86'dan %60'a gerilemiş, özellikle 3-6 ay vadeli mevduatın payı artmıştır.

KKM sisteminin Eylül 2023 dönemine kadar kamu üzerinde oluşturduğu maliyete ilişkin olarak çalışmamızda hesaplamalara yer verilmiş olup, takriben 1 trilyon TL'lik toplam maliyetin 860 milyar TL'lik kısmı TCMB bünyesinden karşılanmış, dolayısıyla bu tutarda bir parasal genişlemeye neden olunmuş, kalan kısmı bütçeden ödenmiştir. KKM hesapları için TCMB tarafından yapılan ödemelerin sadece parasal genişleme değil, aynı zamanda zarar niteliğinde olduğuna dair değerlendirmeler ayrı bir başlıkta sunulmuştur.

KKM sisteminin rezervlere katkısı ve KKM hariç rezervlerin görünümü çalışmada ayrıca sunulmuştur. Ocak 2022'de 20 milyar USD, Nisan 2022'de 55 milyar USD, Eylül 2022'de 75 milyar USD, Mart 2023'de 88 milyar USD, Mayıs 2022 döneminde 121 milyar USD'ye ulaşan KKM büyüklüğünün takriben %70'ini oluşturduğu belirtilen dövizden dönüşümlü KKM hesapları kaynaklı 74 milyar USD'lik girişe rağmen, geleneksel olmayan politikalarla geleneksel politikalara dönüşün başlatıldığı Haziran 2023 dönemine kadar brüt rezervler 2,5 milyar USD düşerken, net rezervler 1,5 milyar USD ve swap sonrası rezervler 6 milyar USD artmış, swap ve KKM sonrası rezervler ise 68 milyar USD azalmıştır. Aralık 2021-Eylül 2023 dönemi dikkate alındığında ise swap ve KKM sonrası rezervler 85 milyar USD azalmıştır. TCMB'nin KKM kaynaklı yükümlülüğünün karşılığını oluşturması gereken döviz varlığı (KKM kaynaklı rezerv girişi) diğer işlemlerde tüketilmiş, şarta bağlı yükümlülük karşılıksız bırakılmıştır.

Türkiye ekonomisinde Eylül 2021 sonrasında açık şekilde egemen olan geleneksel olmayan para politikası ve bu politikanın bir parçası olan KKM'den kademeli çıkış için tedbirler ve geleneksel politikalara dönüş uygulamaları hayata geçirilmeye başlanmıştır. Serbest sermaye hareketleri, serbest kambiyo rejimi ve serbest bankacılık sisteminin tatbik edildiği bir kurguda sistemin dinamiklerine uygun olmayan KKM türü uygulamaların olumsuz sonuçlara neden olduğu; kamu kesimine ucu açık yükümlülük getiren ve sadece finansal sistemde değil, reel sektörde de öngörülebilirliği ve yatırım ufkunu kaldıran bu tür zemini zayıf uygulamaların iktisadi birimlerde daimi güvensizliğe yol açarak ekonomide tıkanma yaratma potansiyeli oluşturduğu düşünülmektedir. Üzerinde faaliyet gösterilen ekonomik sistemin taşıyıcı kolonlarına uygun bir yaklaşımın para politikasında egemen olması son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

- Akbulak, Y. (2021). Dövizle çevrilebilir mevduat hesaplarına dair mevzuat sürecine kısa bir bakış. Legal Blog. <https://legal.com.tr/blog/genel/dovize-cevrilebilir-mevduat-hesaplarina-dair-mevzuat-surecine-kisa-bir-bakis/>
- Aydın, H. İ. ve Korkmaz, H. İ. (2023). Kur korumalı ve geleneksel mevduatlara yatırımcı perspektifinden bir bakış. TCMB, Merkezın Güncesi, 15.12.2023. <https://tcmbblog.org/wps/wcm/connect/blog/tr/main+menu/analizler/kur+korumali+ve+geleneksel+mevduatlara+yatirimci+perspektifinden+bir+bakis>
- BDDK. Haftalık bülten. <http://www.bddk.org.tr/BultenHaftalik>
- BDDK. Aylık bülten. <https://www.bddk.org.tr/BultenAylık>
- Delice, G. (2015). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası: 85 yıllık bir geçmişin izlerinden tarihe kayıt düşmek. Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi, 1 (2), 21-55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kkujebpir/issue/33248/370102>
- Demiralp, S. (2023). Kur korumalı mevduattan çıkış: Yeni düzenlemeler hangi sonuçları doğurabilir? BBC News Türkçe, 22 Ağustos 2023, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cz984np3m5jo>, Erişim Tarihi: 10.10.2023.
- Dönek, E. (1995). Türkiye'nin dış borç sorunu ve 1980 sonrası boyutları. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt: 50, Sayı: 1, 173-186. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000001801
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. Aylık bütçe bülteni. <https://www.hmb.gov.tr/bumko-aylik-butce-bulteni>
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2023). 2022 yılı faaliyet raporu. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2023/03/2022-HMB-Idare-Faaliyet-Raporu-.pdf>
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2021). Kur korumalı TL vadeli mevduatlara ve katılma hesaplarına ilişkin uygulama esasları hakkında basın açıklaması, 24 Aralık 2021. <https://www.hmb.gov.tr/haberler/kur-korumali-tl-vadeli-mevduatlara-ve-katilma-hesaplarina-iliskin-uygulama-esaslari-hakkinda-basin-aciklamasi-i-24-12-2021>, Erişim Tarihi: 02.12.2023.
- IMF. (2023). Republic of Türkiye, 2022 article IV consultation—Press release and staff report. IMF Country Report, No. 23/303. <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2023/08/17/Republic-of-Trkiye-2022-Article-IV-Consultation-Press-Release-and-Staff-Report-538023>
- Kartal, F. (2023). Türk bankacılık sektöründe 2022 yılı kârlılığının belirleyicileri. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi(19), 1-25. <https://doi.org/10.58793/marusad.1275226>
- Kartal, F. (2021). Yeni mevduat sisteminin kısa ve orta vadeli riskleri ve bilinmezleri". Nasıl Bir Ekonomi (Dünya) Gazetesi, 27 Aralık 2021, <https://www.ekonomim.com/kose-yazisi/yeni-mevduat-sisteminin-kisa-ve-orta-vadeli-riskleri-ve-bilinmezleri/644037>, Erişim Tarihi: 02.12.2023.
- KGK. 2022. Döviz/Altın dönüşümlü kur/ fiyat korumalı TL mevduat hesaplarının muhasebeleştirilmesi hakkında duyuru (1 Mart 2022). <https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/Diger/Kur%20Korumali%20TL%20Mevduat%20Hesaplarinin%20Muhasebelestirilmesi.pdf>
- Köstekçi, A. ve Özbay, F. (2023). Kur korumalı mevduat sistemi ve vergilemenin amaçları üzerine bir değerlendirme. Business Economics and Management Research Journal, 6 (1), 44-56. <https://doi.org/10.58308/bemarej.1240921>

- OECD. (2023). OECD economic surveys: Türkiye 2023. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/61fcf403-en/index.html?itemId=/content/component/61fcf403-en>
- Palabıyık, D. Ç. ve Uylaş, H. Ö. (2023). TCMB başkanı Erkan: Yıllık enflasyonda düşüşü baz etkisiyle Mayıs 2024'ten sonra görmeye başlayacağız. Anadolu Ajansı, 3 Ekim 2023, <https://www.aa.com.tr/ekonomi/tcmb-baskani-erkan-yillik-enflasyonda-dususu-baz-etkisiyle-mayis-2024ten-sonra-gormeye-baslayacagiz/3006887>, Erişim Tarihi: 16.12.2023
- TCMB. (2023a). Enflasyon raporu 2023-II. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/yayinlar/raporlar/enflasyon+raporu/2023/enflasyon+raporu+2023+-+ii>
- TCMB. (2023b). Enflasyon raporu 2023-III. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Raporlar/Enflasyon+Raporu/2023/Enflasyon+Raporu+2023+-+III>
- TCMB. (2022a). Finansal istikrar raporu-Mayıs 2022. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/yayinlar/raporlar/finansal+istikrar+raporu/2022/sayi+34>
- TCMB. (2022b). 2023 yılı para politikası ve Liralaşma stratejisi. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Para+Politikasi+Metinleri/Para+Politikasi+Metinleri/>
- TCMB. (2022c). Finansal piyasalar raporu Kasım 2022. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/yayinlar/raporlar/finansal+istikrar+raporu/2022/sayi+35>
- TCMB. (2022d). 2022 yılı faaliyet raporu. <https://www3.tcmb.gov.tr/yillikrapor/2022/tr/index.html>
- TCMB. (2022e). 31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla finansal tablolar ve bağımsız denetçi raporu. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Banka+Hakkinda/Kurumsal+Yapi/Bagimsiz+Denetim+Raporlari/>
- TCMB. (2021). 21 Aralık 2021 tarihli basın bülteni, Sayı: 2021-62. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2021/DUY2021-62>
- TCMB. Para Politikası Kurulu Kararları:
- 22 Haziran 2023, Sayı: 2023:22.
- 18 Ağustos 2022, Sayı: 2022:35
- 16 Aralık 2021, Sayı: 2021:59.
- 18 Kasım 2021, Sayı: 2021:49.
- 21 Ekim 2021, Sayı: 2021:45.
- 23 Eylül 2021, Sayı: 2021:42.
- TCMB. EVDS, Döviz Kurları. <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- TCMB. EVDS, Analitik Bilanço. <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- TCMB. EVDS, Uluslararası Rezervler ve Döviz Likiditesi. <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- TCMB. EVDS, Merkez Bankası Rezervleri. <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- TCMB. EVDS, TCMB bilançosu - Stand By-18.01.2002 tarihli niyet mektubu ile belirlenmiş (cari). <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- Turhan, Ş. (2023). TL kaynaklı KKM'de faiz yüzde 12'ye kadar indi. Nasıl Bir Ekonomi Gazetesi, 4 Aralık 2023, <https://www.ekonomim.com/ekonomi/tl-kaynakli-kkmde-faiz-yuzde-12ye-kadar-indi-haberi-718690>, Erişim Tarihi: 10.10.2023.
- Türk Lirası Mevduat ve Katılma Hesaplarına Dönüşümün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, TCMB, Sayı: 2021/14. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=39118&MevzuatTur=9&MevzuatTertip=5>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (I-M Sayılı) Genelgesi.
<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/548b1431-db2d-469a-aa64-d965efd2d222/1-Msayilibankamizgenelgesi.pdf?MOD=AJPERES>

Yabancı Para Net Genel Pozisyon/Özkaynak Standart Oranının Bankalarca Konsolide ve Konsolide Olmayan Bazda Hesaplanması ve Uygulanması Hakkında Yönetmelik, BDDK.
<https://www.mevzuat.gov.tr/anasayfa/MevzuatFihristDetayIframe?MevzuatTur=7&MevzuatNo=10731&MevzuatTertip=5>

Yıldırım, K., Erdoğan, E., Algan, N. ve Bal, H. (2023). Finansal piyasalardaki gelişmelerin ve kur korumalı mevduat sisteminin finansal derinleşmeye etkisi: Türkiye örneği. International Congress On Eurasian Economies 2023, 26-28 Haziran 2024 – Bişkek, Kırgızistan. <https://doi.org/10.36880/C15.02804>

Yurttadur, M. ve Taşçı, M. Z. (2023). The relationship between currency-protected deposits and bank performance: case of participation banks. Journal of Economics Finance and Accounting, 10(1), 45-54. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2023.1720>

Zuhal, M. ve Göcen, S. (2023). Kur korumalı mevduat hesabı uygulamasının döviz kurları üzerindeki etkisi: birim kök testleriyle bir inceleme. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 15(28), 298-317. <https://doi.org/10.38155/ksbd.1267311>

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

Derleme REVIEW

Gönderilme Tarihi: 10 Ekim 2023; Revize Edilmiş Hali: 7 Aralık 2023; Kabul Tarihi: 15 Aralık 2023

BUILDING A CYBER SECURITY CULTURE FOR RESILIENT ORGANIZATIONS AGAINST CYBER ATTACKS¹

SİBER SALDIRILARA KARŞI DAYANIKLI ÖRGÜTLER İÇİN SİBER GÜVENLİK KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMU

Cenk Aksoy¹ 

Abstract

Cybersecurity has emerged as a critical area requiring 24/7 surveillance, in response to the rapidly increasing frequency of cyber threats. Concurrently, there is a notable amplification in both the allocated budget and the academic interest within this domain. In this cyber risk environment, the success of organizations depends on the weakest link, the human factor. Human errors can be reduced by focusing on the beliefs, values and attitudes guiding employee behavior to protect organizations. In this context, the concept of cybersecurity culture emerges as the key to strengthening cyber resilience in organizations. In this study, the findings obtained from the literature review are presented to determine the definition of cybersecurity culture, its importance and the factors considered important for creating and maintaining this culture. In the study, cybersecurity culture is defined as the set of behaviors formed by beliefs, values and attitudes that shape an organization's approach to cybersecurity. Creating a resilient and sustainable cybersecurity culture is possible by focusing on the human aspects of cybersecurity as much as the technical aspects. Leadership knowledge, skills and abilities, developing cybersecurity awareness throughout the organization, effective communication and acceptance of this transformation as a continuous learning experience are listed among the main factors affecting the cybersecurity culture.

Keywords: Cybersecurity, Organizational Culture, Cybersecurity Culture

Jel Codes: L26, O18, R11, B21

Öz

Siber güvenlik, artan siber tehdit sıklığına yanıt olarak 7/24 gözetim gerektiren kritik bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Eş zamanlı olarak hem ayrılan bütçede hem de bu alana olan akademik ilgide dikkate değer bir artış bulunmaktadır. Bu siber risk ortamında, örgütlerin başarısı en zayıf halka olan insan faktörüne bağlıdır. Örgütleri korumak amacıyla çalışan davranışlarını yönlendiren inanç, değer ve tutumlara odaklanarak insan hataları azaltılabilir. Bu kapsamda örgütlerde siber dayanıklılığı güçlendirmenin anahtarı olarak siber güvenlik kültürü kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, siber güvenlik kültürünün tanımı, önemi ve bu kültürü oluşturmak ve sürdürmek için önemli görülen faktörleri belirlemek amacıyla literatür taramasından elde edilen bulgular sunulmuştur. Çalışmada siber güvenlik kültürü, bir örgütün siber güvenliğe yaklaşımını şekillendiren inanç, değer ve tutumların oluşturduğu davranışlar kümesi olarak tanımlanmıştır. Dayanıklı ve sürdürülebilir bir siber güvenlik kültürü oluşturmak, siber güvenliğin teknik yönleri kadar insani yönlerine odaklanmakla mümkündür. Siber güvenlik kültürüne etki eden temel unsurlar arasında liderin bilgi, beceri ve yetenekleri, örgüt genelinde siber güvenlik farkındalığının geliştirilmesi, etkili bir iletişim ve bu dönüşümün sürekli bir öğrenme deneyimi olduğunun kabul edilmesi sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siber Güvenlik, Örgüt Kültürü, Siber Güvenlik Kültürü

JEL Kodları: L26, O18, R11, B21

¹This study is a revised and expanded version of the paper presented at the 22nd International Business Congress held in Istanbul, Turkey on 7-9 September 2023.

² PhD, McGill University,
drckenksoy@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0003-0763-2847>

Citation: Aksoy, C. Building a Cyber Security Culture for Resilient Organizations Against Cyber Attacks, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi (2024) 7 (1):96-110, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem.1374001>

1. INTRODUCTION

Today, cyber means business. It is difficult to underscore the importance of cyber as a fundamental and integral business imperative. This increasingly interconnected phenomenon brings with it new risks and growth opportunities. Digital technologies, exponential growth of data and evolving business needs are expanding the attack threat areas and placing cyber at the center of the business as a strategic business issue. The future of cyber for any organization will be shaped by the business value that the C-suite and the board take on and that the entire organization will be designed with cyber. To preserve this business value in the long term and maintain customer trust, it is critical to neutralize cyber threats (Deloitte, 2023).

Nowadays, managers face enormous challenges in preventing cybersecurity-related attacks in the work environment. In recent years, cybersecurity vulnerabilities have become urgent threats to federal agencies or businesses. Organizations have spent billions of dollars on information technology (IT) systems and software to detect cybersecurity threats (Parenty and Domet, 2019). However, it was understood that the most critical cybersecurity problem is related to the management of individuals (Pollini et al., 2021). However, leaders cannot achieve sufficient success in paying the necessary attention to human behavior in their efforts to keep organizational data safe and plan strategies (Schultz, 2005). For this reason, the phrase "security culture" is a concept that is starting to appear more frequently in the dictionary of security leaders. CISOs (Chief Information Security Officer) and security managers are now beginning to view security culture as a critical element of their security posture. However, because security leaders have very different definitions of security culture, this means that leaders do not really know what they are in for (Roer et al., 2022). In this context, this study, which strives to shed light on the conceptual confusion regarding cybersecurity culture, a relatively new concept that attracts increasing attention, aims to give some clues that can be a resource for security managers and researchers. From this point of view, "Why do organizations need a robust cybersecurity culture?" The answer to the question has been sought.

2. CONCEPT OF CYBERSECURITY

Cybersecurity is typically defined as 'measures taken to protect a computer or network system (such as on the Internet) against unauthorized access or attack' (Merriam-Webster, 2023). The first comprehensive published work that laid the groundwork for the field of cybersecurity was a technical report called Security Control for Computer Systems in 1970 (Ware, 1970). However, cybersecurity has begun to attract more attention in recent years with increasing cyber-attacks.

Warren Buffett, one of the world's most successful investors, sees cybersecurity as more dangerous than nuclear attacks and the number one problem facing humanity. According to the World Economic Forum, most business leaders said cyber attacks were their most significant concern in 2018. Much of the reason for this concern likely stems from the fact that the cost of cybercrime has grown significantly. In just three short years, cybercrime damages are estimated to reach \$6 trillion per year, making cyberattacks more profitable than the trade of all illegal drugs (Comptia, 2018).

Technically, many types of cyberattacks arise from various vulnerabilities, weaknesses, and opportunities. Essentially, the first way to classify attacks would be by separating them into two distinct characteristics – malicious and unintentional threats. Speaking, malicious threats can be made by external attackers, malicious employees, or greedy employees looking to sell company data to make a quick buck. Unintentional threats are created by careless employees who act without considering the consequences of their actions. Clicking on emails from unknown sources, opening websites displaying attractive products, or opening emails from outside the office network are prime examples of such attacks (Sandhu, 2021).

In an effort to understand the impact of human factors on cybersecurity, IBM conducted a comprehensive study in 2014, analyzing cyber breaches across a diverse set of thousands of customers in over 130 countries (IBM, 2014). This pivotal study, noted for its extensive scope at that time, found that human error was a significant contributor to cybersecurity incidents, being the primary cause in 95% of all cases examined. These findings have been consistently validated by subsequent research, including a notable study by Nobles in 2018, which reconfirmed the crucial role of human error in cyber breaches (Nobles, 2018). The IBM report's insights are particularly striking when considering the potential impact of these errors: if human mistakes had been eliminated, it is estimated that up to 95% of the breaches analyzed in the study, equivalent to 19 out of every 20 incidents, might have been prevented (IBM, 2014). This highlights the urgent need for comprehensive strategies that address human factors in cybersecurity, emphasizing the importance of training, awareness, and robust security protocols to mitigate the risk of human error. These violations caused by human error can only be prevented by training and raising awareness about security vulnerabilities, that is, by establishing a culture of awareness and alertness in organizations (Sandhu, 2021).

3. CYBERSECURITY CULTURE

3.1. Organizational Culture

Organizational culture, a term that has become common in discussions about corporate dynamics, management practices, and employee behavior, has its roots in the history of organizational and management research. Its introduction to academic discussions can be traced back to the late 1970s, marking a new approach to understanding organizational dynamics beyond just structures and strategies (Glynn et al., 2013). Its growth from a new idea to a central point of organizational studies began in the early 1980s, with scholars giving it more and more attention.

Andrew Pettigrew is often seen as the leading force behind the formal study of organizational culture. In his important study, Pettigrew (1979) described organizational culture as a mix of beliefs, identities, rituals, and myths that collectively guide behavior and decisions within an organization. This definition, while basic, opened the door for many other interpretations and examinations by later scholars.

Building on Pettigrew's ideas, Schein (1985) proposed a layered model of organizational culture, breaking it down into visible signs, stated beliefs and values, and deeper, hidden assumptions. Schein stressed that these layers, while different, work together to shape an organization's mindset. Visible signs, like office decor or company slogans, are just the beginning. The real depth comes from the deep values and assumptions that guide decisions, ways of resolving conflict, and how the organization adapts to change (Schein, 1985).

The late 20th century saw more research exploring how organizational culture affects outcomes. Cameron and Quinn (2006) argued that organizational culture plays a key role in things like performance, employee satisfaction, and overall organizational strength. The research points to four main types of cultures: clan, adhocracy, market and hierarchy. Each of these has its own characteristics, benefits and challenges. As global business grew, the importance of understanding different cultures became more important. Hofstede (1991) studied national and organizational cultures, identifying areas like power relationships, comfort with uncertainty, individual versus group focus, and gender roles. Hofstede's study showed that while businesses might operate globally, cultural differences deeply influence management practices and employee expectations (Hofstede, 1991). In "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context," Geert Hofstede presents a six-dimensional framework for understanding national cultures. These dimensions, namely Power Distance, Uncertainty Avoidance, Individualism/Collectivism, Masculinity/Femininity, Long/Short Term Orientation, and Indulgence/Restraint, provide insight into various cultural traits. The model is particularly useful in organizational settings for analyzing the impact of cultural differences on management styles and employee expectations. Each dimension offers a distinct perspective on how cultural norms and values shape organizational behavior and attitudes (Hofstede, 2011).

The move into the 21st century brought new challenges and opportunities, making the study of organizational culture even more relevant. With advances in technology and the rise of online workspaces, the idea of culture expanded to include how organizations operate online. Gibson and Gibbs (2006) looked at the challenges of creating a shared culture in online teams, emphasizing the need for trust, clear communication, and mutual understanding.

Also, a growing focus on sustainability and corporate responsibility changed organizational goals. Linnenluecke and Griffiths (2010) examined how culture drives sustainable practices and the importance of adding environmental values to the organization.

Recently, the COVID-19 pandemic showed how important organizational culture is when facing unexpected challenges. Adaptive cultures, marked by flexibility, understanding, and teamwork, became important support pillars for organizations during these uncertain times (Denison et al., 2020).

Starting from historical academic discussions, organizational culture remains a changing and growing field. As organizations navigate the changing business world, the role of culture as a guiding force is clear. The beliefs, rituals, values, and myths, as Pettigrew (1979) first mentioned, shape daily operations and help decide the strategic direction, ensuring long-term success.

Highlighting the evolution of cultural understanding within organizations, the journey from Pettigrew's foundational insights to Hofstede's intricate models underscores how culture shapes organizational dynamics. As we transition into the digital era, we face challenges and opportunities that redefine these cultural frameworks. The upcoming exploration of digital transformation reveals how this shift revolutionizes not only technological aspects but also the cultural fabric of organizations, necessitating a shift in values, practices, and approaches to adapt and thrive in a rapidly evolving business landscape.

3.2. Digital Transformation of Organizational Culture

In today's digital era, the transformation of organizations extends beyond just technologies and operations; it profoundly impacts the very fabric of organizational culture. Digital transformation, a term popularized in the last decade, reflects the integration of digital technologies into all business areas, leading to fundamental changes in how organizations operate and deliver value to their stakeholders (Westerman et al., 2014). However, it is the deeper cultural shift that genuinely characterizes the essence of this transformation.

Organizational culture, the shared values, beliefs, and practices of members within an organization (Schein, 1985), experiences significant disruption with digital integration. This is not just due to the introduction of new technologies but also because of the evolving ways of thinking and working that these technologies facilitate. Such changes necessitate a cultural adaptation to fully harness the potential of digital tools.

The onset of digital transformation has compelled organizations to foster a culture of continuous learning. As technologies such as artificial intelligence, big data, and the Internet of Things become integral to operations, there's an imperative need for employees at all levels to adapt and upgrade their skills (Berman & Bell, 2011). Traditional hierarchical structures are giving way to more agile and flexible models that promote collaboration, innovation, and quick decision-making.

Moreover, as Kane et al. (2015) observed, digitally maturing organizations are more likely to experiment and take calculated risks. This change fosters a culture where failure is seen not as a setback but as a learning opportunity. This shift in perspective, where experimentation is encouraged and failure is accepted as a part of the growth process, stands in stark contrast to traditional organizational cultures that might resist change.

Bridging the digital skills gap is a significant challenge in the digital transformation journey. While younger employees, often termed 'digital natives', might be more comfortable with new technologies, organizations must ensure that all members, irrespective of age or background, are equipped to function in a digital-first environment (Schwartz & Murnane, 2018). Organizational culture should thus emphasize inclusivity, ensuring that no one is left behind in the digital shift.

Digital transformation also reshapes communication dynamics within organizations. The growth of remote working and the reliance on digital communication tools necessitates a culture of transparency and effective communication. The traditional boundaries defined by physical presence are blurred, and teams across geographies must collaborate seamlessly. As Fitzgerald et al. (2013) highlighted, a digitally transformed organizational culture promotes open communication, leveraging digital tools to enhance rather than impede human connection.

Furthermore, digital transformation influences organizational values and ethics, especially concerning data privacy and cybersecurity. As organizations handle vast amounts of data, there's a growing responsibility to protect customer and employee information. This challenge necessitates a cultural emphasis on ethical data handling and robust cybersecurity practices (Verma & Bhattacharyya, 2017).

However, it's not just the challenges that define the digital transformation of culture; it's also the plethora of opportunities. Organizations can foster a culture of global collaboration, leveraging digital tools to unite teams from diverse cultural backgrounds. This can lead to enriched organizational practices, drawing from a broader pool of experiences and insights (Bharadwaj et al., 2013).

The digital transformation of organizational culture is an intricate journey beyond the mere adoption of new technologies. It is about reshaping values, beliefs, practices, and mindsets to thrive in a digital-first world. As organizations navigate this transformation, they must emphasize continuous learning, inclusivity, agility, effective communication, and ethical practices. By doing so, they can harness the full potential of digital tools while fostering a resilient, innovative, and forward-looking culture.

3.3. Concept of Cybersecurity Culture

Culture is everywhere. Just as every organization has its own organizational culture, every organization also has its own security culture. This means that organizations already have a safety culture, even if they do not yet have established culture management programs. Safety culture is often thought of as a separate concept in itself. The idea that security culture is something new, something that exists by itself and for itself in a special, possibly even secret, place in the organization is not true. Safety culture is not independent of the organizational environment but is a part of the organizational culture (Alnathier et al., 2012). It is not separate or more critical than organizational culture. Safety culture is a subculture within a broader organizational culture (Wiley et al., 2020). Just as organizational culture exists throughout the organization, so does security culture. Just as corporate culture changes over time, sometimes intentionally, because it is not managed correctly, the same is true for security culture (Carpenter and Roer, 2022).

Cybersecurity culture is based on an organization's specific attributes, tools, practices, and community values. It is about employees making cybersecurity issues an integral part of their work, habits and behavior and incorporating them into their daily actions. A resilient cybersecurity culture relies on employees willingly adopting and proactively using cybersecurity practices, both professionally and personally. It is up to business managers to ensure that the cybersecurity culture reflects the knowledge, beliefs, values, and behaviors that accurately represent the targeted culture (Triplett, 2021).

When the definitions regarding cybersecurity culture are examined, Huang and Pearlson (2019) state that the concept "is the beliefs, values, and attitudes that guide employee behavior in organizations to protect and defend against cyber attacks" (p.6399); Alshaikh (2020) states that human behavior towards the protection of processed information is addressed in an organizational context through regular communication, awareness, training, and education initiatives in line with the information security policy, and Roer et al. (2022) stated that "an organization has ideas, traditions, and social behaviors that affect its cybersecurity" (p.6).

Although it is not possible to find a standard definition in the literature, the definitions reveal that cybersecurity culture is a combination of thought processes and knowledge, habits adopted by employees, and behaviors exhibited in the workplace. From this point of view, in this study, cybersecurity culture is defined in the most general sense as "the set of behaviors formed by beliefs, values and attitudes that shape an organization's approach to cybersecurity".

Cybersecurity culture has been systematically evaluated in seven different dimensions (Roer et al., 2022; Carpenter and Roer, 2022). These are attitudes, behaviors, cognition, communication, compliance, norms, responsibilities.

1. **Attitudes:** Employees often harbor certain emotions and convictions concerning security procedures. Beyond these feelings about protocols, it is beneficial to grasp the deeper value and motive behind these measures, urging individuals to recognize not only the "what" and "how" but also the underlying "why."
2. **Behaviors:** Employee actions, whether direct or indirect, influence an organization's security posture. Viewing these behaviors as cultivated habits rather than singular actions offers a comprehensive perspective. Cultivating a habitual mindset towards security can make it second nature for employees, driving proactive actions, reducing mistakes, and anticipating threats.
3. **Cognition:** An employee's grasp, awareness, and insight into security topics are paramount. Coupling this understanding with the ability to think critically and adapt swiftly offers a balanced approach. With the evolving nature of cyber threats, continuous learning and upskilling align an employee's cognitive prowess with the latest threat scenarios.
4. **Communication:** The caliber of dialogue channels when broaching security matters determines the organization's responsiveness to threats. Fostering an environment of openness and transparency, combined with quality communication, encourages employees to report security issues, making feedback integral in shaping the organization's security strategy.
5. **Compliance:** Being informed about security policies is essential, and the degree of adherence showcases an organization's commitment to these policies. Compliance, however, benefits from adaptability to the fluctuating cyber environment. Regularly revising and making policies pertinent and viewing compliance in a favorable light facilitates intuitive adherence for employees.
6. **Norms:** Knowledge and alignment with an organization's implicit behavioral rules establish its cultural foundation. These norms, when flexible, adjust to the organization's evolving needs. Underlining shared cybersecurity values fosters a sense of communal responsibility, making accountability a collective endeavor.
7. **Responsibilities:** Employees' sense of duty, whether safeguarding or potentially impacting security, remains a crucial factor. Broadening this sense of responsibility beyond their roles instills a sentiment of collective ownership. When cybersecurity becomes a communal effort, the entire organization, irrespective of its hierarchy, engages in a proactive cybersecurity stance.

These dimensions can be used to increase security awareness and reduce vulnerabilities by covering all aspects of an organization's cybersecurity culture. These dimensions are important for developing safety strategies and influencing employees' safety-related behavior.

3.4. The Importance of Cybersecurity Culture

Cybersecurity culture is an emerging approach for organizations and individuals to develop appropriate behaviors shaping their cybersecurity approach. The primary purpose of cybersecurity culture is to ensure that individuals and organizations take cybersecurity measures to prevent the occurrence of cyber threats and minimize

cybersecurity risks. A resilient cybersecurity culture can help prevent data breaches, protect customer data, and prevent attacks in the first place.

There are many benefits to having a robust cybersecurity culture within an organization. Perhaps most importantly, it helps reduce the likelihood of a successful attack. This is because employees who are aware of the importance of security are more likely to notice potential threats and report them before they cause any harm (Reid and Van Niekerk, 2014). A good cybersecurity culture contributes to developing personnel's knowledge, skills, and abilities to restore the interrupted system as soon as possible during an attack. Organizations with a robust security culture instill trust in customers and business partners, which can help strengthen business relationships. These organizations can make the connection between cybersecurity efforts and business value. Initiatives to improve cybersecurity culture have the power to create a largely positive impact on the following topics (Deloitte, 2023):

Brand Reputation: A robust cybersecurity culture can significantly elevate an organization's brand reputation. As consumers, suppliers, and partners interact with businesses, their trust is invariably linked to the company's security protocols. Ensuring business operations are conducted securely and that data is protected, instills a sense of reliability. By forestalling potential data breaches, an organization not only safeguards its assets but also solidifies the trust of its stakeholders, ultimately amplifying the brand's overall standing.

Customer and Digital Trust: The sanctity of data is paramount in today's digital era, making cybersecurity a cornerstone of building and maintaining trust. When customers and partners have confidence in an organization's commitment to protect their data, it strengthens the foundation of digital trust. An effective cybersecurity culture assures stakeholders of the company's dedication to data protection, which can manifest as increased loyalty and potentially uncover new avenues of business collaboration.

Operational Stability Including Supply Chain and Partner Ecosystem: Operational stability extends beyond an organization's immediate environment. As businesses become more intertwined, the security of external entities, like supply chains and business partners, becomes integral. Cultivating a cybersecurity culture that promotes secure data exchange practices with these external entities ensures that the entire operational ecosystem is safeguarded. By proactively preventing data breaches and fortifying external collaborations, an organization ensures continuity, making its operations more resilient to cyber threats.

Revenues: The financial implications of cybersecurity cannot be overlooked. Strategic investments in cybersecurity not only serve to protect the organization's assets but also have the potential to drive revenue growth. The company can avoid several associated costs by averting data breaches, from potential customer attrition to legal repercussions. In a market where security can be a differentiator, displaying a fortified environment can attract more business opportunities, thereby leading to increased revenues.

Today, businesses are moving away from asking how much cybersecurity costs and towards asking how much it costs not to have a cybersecurity program. However, by eliminating this question, cybersecurity should be integrated into the organizational culture and how security can be maintained as cyber factors change should be questioned.

3.5. Technical and Behavioral Aspects of Cybersecurity

The evolving landscape of cybersecurity emphasizes a dual-pronged approach, as underscored by existing literature. Historically, researchers and industry experts have divided their analysis of organizational cybersecurity into two distinct yet interrelated paradigms: the technical (or technological) and the behavioral (or sociological) dimensions (Schultz, 2005; Corradini, 2020). This division stems from the innate nature of cybersecurity challenges that straddle the realms of tangible technology and intangible human behavior.

While technological solutions are often at the forefront of cybersecurity discussions, they represent only half of the broader equation. The pivotal role of human behavior in determining the efficacy of these technological solutions cannot be understated. A common misconception highlighted by Metalidou et al. (2014, p. 425) is the overreliance on technology as a complete solution for information security challenges, often overlooking the crucial human element that is fundamental to security. Essentially, while advanced software may be used to protect data, the human interaction with these systems can, unintentionally, make them susceptible to vulnerabilities.

Recognizing and understanding this human-centric facet of cybersecurity becomes imperative. The essence of creating a resilient organizational framework hinges on the philosophy of centering people within the design and implementation of security structures and policies. This is more than just understanding technical know-how; it encompasses recognizing the intricacies of human behavior, preferences, motivations, and potential oversights. Nobles (2018) echoed a similar sentiment, highlighting that while there's an overwhelming focus on technical nuances in cybersecurity literature, people's actual behavior, needs, and day-to-day operations are sometimes relegated to the background.

Such a skewed emphasis has tangible repercussions. Decision-makers, swayed by the allure of cutting-edge technologies, may heavily invest in state-of-the-art systems while concurrently sidelining or even bypassing investments in the organizational apparatus. These apparatuses, like nurturing an informed organizational culture, are pivotal in bolstering cyber resilience. As Triplett (2021) aptly posits, technology alone cannot be the bulwark against cyber threats. The linchpin often is the collective behavioral disposition of an organization's members. Irrespective of the technological defenses in place, uninformed or complacent decisions by individuals can jeopardize the entire security framework.

This intertwining of technology and behavior extends from the boardroom to the grassroots of an organization. It's not merely a matter of individual cognition regarding cybersecurity but encompasses broader organizational values, priorities, and collective actions. Ensuring this synergy is maintained requires an understanding that cybersecurity isn't a siloed domain. It necessitates a convergence of technological advancements and organizational behavioral insights.

Corroborating this perspective, recent research findings, such as those presented by Huang and Pearson (2019), underline that the blueprint for a genuinely cyber-resilient organization is predicated on harmonizing technological advancements with strategic organizational investments. This synthesis ensures that while technology provides the tools to counter cyber threats, the informed, vigilant, and proactive behavior of the organization's members ensures these tools are wielded effectively.

The interplay between the technical and behavioral aspects of cybersecurity is akin to a precisely choreographed dance, requiring balanced attention to both elements. For organizations seeking to strengthen their cybersecurity defenses, it's essential to adopt a comprehensive approach that not only incorporates advanced technology but also deeply understands human behavior.

3.6. Conceptual Difference Between Cybersecurity and Information Security

Both cybersecurity and information security are vital areas in the digital world, often generating similar discussions due to their interconnected nature. While they share many similarities, both in concept and in the managerial practices they emphasize, a deeper look reveals distinct differences. Wiegmann et al. (2002) highlighted these shared traits, which are frequently mentioned in scholarly literature on security culture. These include:

- The foundation of shared values within a group or the entire organization.
- A close relationship with management structures and control systems.
- The strong emphasis on full participation, involving every member within the organization.
- A direct impact on the behavioral patterns shown by organizational members in their work roles.

However, these broad similarities should not hide the clear differences between "cybersecurity" and "information security". Although sometimes used interchangeably in academic writing (Reid and Van Niekerk, 2014), these terms cover different aspects of the digital security field. As clarified by Von Solms and van Niekerk (2013, p. 101), "Information security is about protecting information - a valuable asset, from potential harm caused by various threats and security weaknesses." In contrast, "cybersecurity goes beyond just the protection of the digital space to also safeguard the users operating within this space and their assets that can be accessed online."

A key difference appears when considering the role of people in these areas. Information security mainly connects the human element with specific roles people play in security processes. On the other hand, cybersecurity offers a broader view. It sees individuals as possible targets of cyber attacks or even as people who might unknowingly help in these attacks (Reegård et al., 2019).

Using foundational definitions, like those given by the National Institute of Standards and Technology (NIST) in 2013, provides further clarity. While information security focuses on "protecting the safety, completeness, and availability of information and its systems from unauthorized actions that could cause breaches ensuring privacy," cybersecurity aims to build an organizational ability to "defend against possible cyber attacks." While the first stresses following established information security policies, the latter includes this adherence and adds active personal involvement in strengthening the wider cyber environment (Huang and Pearson, 2019).

A different viewpoint by Von Solms (2010) adds another layer to this discussion. He suggests that cybersecurity might be seen as the next step in the development of information security. Such an idea highlights the changing nature of this field and its ongoing growth in response to new threats.

This close relationship between information security culture and cybersecurity culture requires an understanding that while they have similar focuses, they are not the same. At its core, the information security culture is about

the safety and protection of data and information. However, cybersecurity culture, while including these focuses, also looks at a wider network of digital interactions and potential risks (Astakhova, 2014).

The distinction between cybersecurity and information security, while subtle, is important. Recognizing their differences and similarities ensures a more complete and informed approach to digital protection, allowing for a strategy that properly addresses the challenges of today's digital age.

4. FUNDAMENTAL FACTORS FOR ESTABLISHING A ROBUST CYBERSECURITY CULTURE

Uchendu et al., (2021) identified and analyzed 58 research articles between 2010 and 2020 on what elements are required to create and maintain a cybersecurity culture. Elements often considered important for creating and maintaining a cybersecurity culture: senior management support, leadership, security policy, security awareness, security training, change management, compliance, information, accountability and responsibility, security risk, commitment, communication, motivation, trust, national culture, ethical behavior, regulations, rewards and sanctions (Uchendu et al., 2021).

Reegård, Blackett, and Katta (2019), who conducted a literature review of 69 articles to determine the dimensions of cybersecurity culture and how organizations can target them, found that the essential practices for developing cybersecurity culture are similar to those emphasized in security culture in the literature and that these include management support, policy, awareness. He stated that education, participation and communication, and learning from experiences.

As organizational leaders identify human behavior and processes and collaborate with followers aiming for the same goal, cybersecurity culture and strategy within an organization can improve significantly. Cybersecurity has become an expanding focus for human factors. It may be unintentional due to human error, poor execution or planning. The results show that humans are the weakest link when transmitting secure data. Therefore, implementing cybersecurity should focus on education, awareness, and communication (Triplett, 2022). In the light of the literature, this study discussed the factors of leadership, awareness, communication and education among the factors that play an important role in forming a robust cybersecurity culture.

4.1. The Crucial Role of Leadership in Shaping Cybersecurity Culture

Leadership is a pivotal cornerstone in the edifice of an organization's culture, particularly in the realm of cybersecurity. Leaders act as shields at the helm, safeguarding the organization from external influences. Concurrently, they have the authority to allocate limited resources, making them the prime decision-makers. But beyond this functional role, leaders shape the very mindset of their employees. Witnessing leaders actively engaging in and emphasizing the importance of cybersecurity operations greatly boosts the morale and commitment of employees to these practices (Huang and Pearlson, 2019).

While it's apparent that leaders oversee cybersecurity operations at a broad level, the depth of this responsibility is often underestimated. Leadership isn't merely about direction; it's about possessing the right caliber. This involves having an in-depth understanding and the required skills to address the multifaceted challenges that arise in cybersecurity, encompassing its technical, managerial, governance, and institutional dimensions (Kuusisto and Kuusisto, 2013).

Technical proficiency, while undeniably vital, isn't the only requisite in this domain. The ability to engage, communicate, and influence is just as crucial, if not more. Without effective communication and the willingness to shoulder responsibility for the security practices of their subordinates, a leader's technical prowess loses its significance. This underscores the importance of social competencies and the accumulation of social capital for leaders, which enable them to effectively guide non-technical personnel in the realm of cybersecurity (Rotherberger, 2016).

Setting the right objectives is another critical aspect of leadership. In the context of cybersecurity, these objectives should ideally be aligned with ensuring the sanctity of the digital business framework. Moreover, leadership isn't just about being proactive but also reactive. Being equipped to handle unforeseen challenges, managing disruptions, and orchestrating coherent action plans are paramount. The strength and clarity of leadership, particularly on cybersecurity matters, are indispensable in realizing an organization's vision for digital safety (Lehto and Linnell, 2020).

Now, understanding the historical context further underscores the importance of leadership in cybersecurity. In the early days of digital transformation, cybersecurity was often an afterthought. However, as cyber threats evolved and became more sophisticated, organizations began to realize the importance of a proactive approach to cybersecurity. Influential leaders recognized these evolving threats early on and took decisive actions to mitigate

risks. As the digital landscape changed, so did the nature of threats. Leaders had to deal with external and internal threats. Insider threats, often overlooked, became a significant concern for many organizations. In this case, effective leadership involved creating a culture of trust, transparency, and continuous education. Encouraging employees to report suspicious activities without fear of repercussions became an essential strategy, and leaders played a crucial role in instilling this culture. With the advent of new technologies such as the Internet of Things (IoT) and Artificial Intelligence (AI), the attack surface for cyber threats expanded exponentially. Leaders had to be agile, constantly updating their knowledge and strategies to address these ever-evolving challenges. They also had to ensure that their teams were equipped with the necessary skills and tools to tackle new threats. Leadership's role in cybersecurity is multifaceted, encompassing the strategic and operational aspects of an organization's defense mechanisms. Leaders not only set the tone and direction for cybersecurity practices but also play a critical role in molding the mindset of their employees. Their actions, decisions, and priorities significantly influence how cybersecurity is perceived and practiced within an organization.

4.2. Communication as a Pivotal Element in Fostering Cybersecurity Culture

The interplay between communication and cybersecurity is multifaceted and profound. Communication, at its core, acts as a linchpin that reinforces cybersecurity principles. In contexts where collaboration is essential, communication emerges as a crucial component driving the overarching strategy for security (Kuusisto and Kuusisto, 2013).

For corporate entities, the role of communication extends beyond just cybersecurity implementations. It significantly impacts both cyber and human dimensions within and beyond organizational boundaries. This vital function determines not just the efficacy of cybersecurity measures but also the long-term viability of an enterprise. A discordant communication strategy or approach can, conversely, impede the desired outcomes of cybersecurity initiatives (Uchendu et al., 2021). The restrictive flow of information within the IT sector, especially, can set managers up for failure. The incessant challenge of keeping up with evolving cyber threats can amplify the stress and strain on both managers and their teams, potentially leading them to become detached from colleagues. In this light, companies aiming for a robust cybersecurity posture should expand their competency evaluations, moving beyond mere technical prowess to include facets of communication and interpersonal skills (Dawson and Thompson, 2018).

Creating a resilient cybersecurity ethos necessitates leaders to be not just articulate but also resonant in their communication. Tailoring messages to align with varied audiences is indispensable. Additionally, in an era marked by global operations, leaders' proficiency in cross-cultural communication becomes paramount. Such leaders often find themselves steering teams hailing from diverse cultural backdrops, thereby presenting distinct challenges (Matveev and Nelson, 2004). Mastery over the nuances of such communication is essential, demanding both acumen and adaptability to ensure harmonious interactions with individuals of assorted cultural affiliations.

The labyrinth of cross-cultural interactions is intricate, and successfully maneuvering through it isn't trivial. Building a robust cybersecurity ethos while simultaneously managing cultural transitions calls for a blend of patience, adeptness, and strategic insights. The requisite tools and resources further complement this, all anchored by unwavering leadership support. As the landscape of cybersecurity and cultural challenges augments, there will be an escalating need for leaders adept in mending communication fissures (Triplett, 2021).

As organizations ventured into the digital domain, the focus primarily lay on technical advancements. However, with the rise of global operations, the emphasis on effective communication, especially in the context of cybersecurity, has seen a substantial surge. Leaders today recognize that a holistic cybersecurity approach goes beyond just technology; it necessitates a seamless integration of communication strategies, both within and outside the organization. The changing nature of threats in the digital era, both from internal and external sources, highlights the importance of transparent and effective communication. Organizations have now realized that fostering a culture of open communication can significantly mitigate risks by encouraging employees to report suspicious activities promptly. Understanding local norms, behaviors, and cultural nuances becomes crucial as organizations expand their operations across different regions. In such scenarios, communication isn't just about language but understanding and adapting to these local nuances, which can significantly impact cybersecurity practices. Communication stands at the confluence of effective cybersecurity practices and cultural understanding. As organizations traverse the digital transformation journey, the role of effective communication, both in terms of strategy and execution, will be paramount in shaping a resilient and adaptive cybersecurity culture.

4.3. Importance of the Awareness Factor in Nurturing a Cybersecurity Culture

Safeguarding an organization's digital assets has transcended beyond being just an obligation for the IT sector. Today, fostering a culture of cybersecurity demands collective awareness and participation from all tiers of the organization (NIST, 2018). The commencement of this security-oriented culture pivots on the axis of awareness.

Indeed, one of the most influential factors bolstering an organization's resilience to cyber threats is heightened employee cognizance regarding cyber-attacks. When employees grasp the nuances of cyber threats and recognize their individual roles in combatting these risks, the organization's cyber defenses naturally amplify (World Economic Forum, 2023).

Achieving optimal cybersecurity within professional environments hinges on the proactive involvement of employees in risk mitigation and enhancement of cyber defenses. This necessitates fostering a heightened sense of cyber awareness among the workforce. This initiative, termed the "human factor of cybersecurity," delves deep into shifting human behaviors in synergy with technological systems, policies, and protocols. The essence of this approach is to acknowledge the pivotal role of human interactions with technology and craft security strategies that resonate with this understanding (Da Veiga et al., 2020).

When dissecting the anatomy of a robust security culture, the recurring motif is that of security awareness. This facet is either the core of security culture definitions or a dominant element of it (Nel and Drevin, 2019). Security awareness can be encapsulated as a state where organizational members are aligned with and deeply committed to the security agenda (Siponen, 2000). The transition towards a culture steeped in cybersecurity aims to seamlessly integrate organizational cyber awareness with its broader cultural ethos, ensuring the human element remains central to this transformation.

Historically, as technology rapidly permeated the organizational landscape, there was a disproportionate focus on technological advancements, often sidelining the human elements. However, as cyber threats grew in complexity and stealth, it became evident that technology alone wasn't the panacea. Studies showed that human error or oversight was a recurring theme in many cybersecurity breaches. This revelation shifted the narrative towards integrating human-centered strategies in cybersecurity frameworks. Organizations started recognizing that even the most advanced technological defenses could be rendered futile if employees were not cognizant of basic cyber hygiene practices. Simultaneously, the ever-evolving digital landscape brought forth challenges like social engineering attacks, which specifically targeted the human element. Phishing, for instance, became a prevalent method where attackers duped employees into revealing sensitive information. Such threats underscored the need for continuous employee training and awareness programs, ensuring they remain vigilant and updated about emerging threats (Adams and Rogers, 2016).

Another dimension to consider is the diverse makeup of modern workplaces. With employees from varied backgrounds and varying degrees of tech-savviness, it became essential to tailor awareness programs that catered to this diverse audience. Tailored training modules ensured that all employees, regardless of their technical proficiency, understood the basics of cyber threats and the best practices to counter them. In essence, the interplay between humans and technology is at the heart of contemporary cybersecurity strategies. An organization's cybersecurity posture is as robust as its least informed member. Hence, instilling a culture of continuous learning, awareness, and vigilance is indispensable in today's digital age.

4.4. The Impact of Education in Shaping a Cybersecurity Culture

Cybersecurity, an ever-evolving domain, greatly benefits from comprehensive educational undertakings designed to elevate skills, deepen knowledge, and amplify awareness. The essence of these educational ventures is not merely about information absorption, but an active transformation in the way individuals perceive and engage with information security. A widespread practice among organizations is the initiation of new recruits into the world of cybersecurity through dedicated training modules, ensuring they start their journey with a firm grasp of organizational security protocols. Yet, a single bout of onboarding training might not suffice in ensuring persistent secure behaviors. Instead, a rhythmic cadence of updated, periodic, and varied training sessions is advocated for true cybersecurity mastery (Huang and Pearlson, 2019).

To truly instill a culture that prioritizes cybersecurity, the educational lens must focus on ensuring every employee is adept at identifying potential breaches, making them sentinels against vulnerabilities. Tailoring training to resonate with individual needs can be achieved by profiling employees based on their awareness and inclination towards adhering to cybersecurity norms. At its heart, the human element emerges as the linchpin in an organization's cyber defense mechanism, effectively dictating the triumph or setback in cybersecurity endeavors (Glaspie and Karwowski, 2018).

The promotion of formidable cyber defense mechanisms leans heavily on education and training. The onus of championing these pillars rests on the shoulders of organizational leaders. Their role transcends mere policy implementation; it's about stewarding and infusing vitality into training regimes (Parenty and Domet, 2019). This leadership role isn't limited to orchestrating employee training. Cybersecurity stalwarts stand as bulwarks against sophisticated cyber adversaries, achieved by crafting a holistic learning ecosystem. Such systems amalgamate both technical acumen and sociocultural insights, continuously honing their competencies for unparalleled cybersecurity prowess (Burrell, 2021).

Historically, as organizations burgeoned in the digital landscape, there was a keen emphasis on rapid digitalization, often sidelining the importance of robust security education. However, as cyber threats began to loom larger and became intricate, the narrative experienced a shift. A study revealed that well-informed employees acted as the first line of defense against potential cyber threats, significantly reducing breaches' incidence (Smith and Patel, 2020).

Education and training, thus, became indispensable tools for organizations aiming to bolster their cybersecurity posture. As digital transformations took organizations to global frontiers, the need for a unified cybersecurity culture became paramount. Tailored training sessions catering to regional nuances and sensitivities ensured that global teams were in sync with the organization's cybersecurity ethos, irrespective of their geographical locations. Additionally, with the advent of new-age technologies and practices, organizations recognized the importance of continuous learning. Training sessions evolved from being mere theoretical knowledge dissemination sessions to hands-on, scenario-based training modules. Simulating real-world cyber threats in a controlled environment ensured that employees could practice their responses, making them better prepared for real-world scenarios. The fabric of a robust cybersecurity culture is interwoven with threads of comprehensive education and training. As organizations navigate the intricate maze of the digital world, fostering a culture steeped in cybersecurity awareness and preparedness will be their guiding light.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study, findings from a literature review trying to explain the concept of cybersecurity culture in organizations are presented. The study's findings highlight the definition and significance of cybersecurity culture, identifying human vulnerability as a critical aspect in security systems. Cybersecurity culture is not for computers, but primarily for people, who are the key to a secure culture. They are people who click on things they receive in email and unintentionally believe what bad actors tell them, while computers do exactly what they are told to do. A cybersecurity culture is needed to provide this awareness, training and support to people who want to do the right things in organizations and seek a safe working atmosphere. It has been determined that among the main concepts similarly emphasized in the literature on improving cybersecurity culture are issues such as leadership, awareness, communication and education (Reegård, Blackett and Katta 2019; Uchendu et al., 2021; Triplett, 2022).

Cybersecurity has become increasingly important in the digital age as businesses must ensure the security of their digital data and networks. A secure cybersecurity culture is essential for any business to protect its data, reputation and customers. Creating a safe cybersecurity culture is a process that requires ongoing dedication and investment. Identifying and addressing potential risks, training employees, and implementing the right security measures are essential components of a safe cybersecurity culture. This study discusses basic information on how to create a safe cybersecurity culture for businesses through organizational mechanisms. Business owners and senior executives can use this information to protect their data and networks against cyber threats.

In a safe cybersecurity culture, employees understand their roles and responsibilities regarding cybersecurity. Employees know how to identify and report potential risks and are trained to prevent or reduce these risks. They also understand how their actions and habits affect the cybersecurity of the business. Ensuring a safe cybersecurity culture means engaging employees in an ongoing process of cybersecurity awareness and training. It also means integrating cybersecurity into all business processes, including recruiting, operations and management. If employees understand how their actions impact cybersecurity, they will be more likely to report potential risks or make cybersecurity improvements. Additionally, a safe cybersecurity culture means the organization is prepared to respond to and recover from cyber incidents.

In enhancing cybersecurity values and attitudes, managerial decisions about performance, oversight, and governance play a pivotal role. This research highlights actionable steps for building a cybersecurity-focused organizational culture, which is vital for enhancing cyber resilience. The study points out four main areas: the importance of top management actively engaging in cybersecurity actions, raising awareness of cyber threats across the organization, the need to craft effective communication strategies, and ensuring ongoing and current training in cybersecurity.

Among these, the foremost is effective leadership. It's up to the managers to shape an organizational culture that prioritizes cybersecurity. Effective leadership, especially from senior executives familiar with cybersecurity challenges, is crucial. Such leaders can institute transformative changes. A culture endorsed by upper management can foster a collaborative and innovative workspace. It's essential for senior leaders to work closely with chief information security officers in charting out a cybersecurity roadmap.

The second element, communication, is one of the best ways to ensure employees understand cybersecurity policies and practices. It is important to communicate cybersecurity policies and practices to employees in a way that is easy to understand and follow. In this regard, effective leadership is needed to help overcome

communication difficulties. Therefore, leaders should not ignore the importance of communication skills to increase their followers' participation in the culture.

Third, once security risks are identified, it is important to raise awareness about them throughout the organization. It's about ensuring employees are informed about the importance of protecting data and understand what they can do. Employees can be made aware of issues such as password management, phishing scams and social engineering attacks through security awareness programs. Survey studies can be used to determine the level of cybersecurity awareness. This can help gauge how well employees understand and follow safety protocols. Additionally, the number of cyber incidents occurring within the organization can also be tracked. By tracking these trends, one can understand whether awareness efforts positively impact overall security.

Fourth, once employees understand the risks of cybersecurity, they can be trained to handle these risks appropriately. Organizations can use a variety of cybersecurity training tools to train their employees, including virtual training programs, internal training programs, or online training portals. The type of training depends on the needs of organizations and the level of cybersecurity training employees require. Advanced training is only required for specialized roles such as cybersecurity engineers, security analysts and network architects. However, almost every employee needs to receive basic, general cybersecurity training.

For future research, it is crucial not only to make cybersecurity culture conceptually understandable but also to make it measurable and manageable so that it can be better understood how the security level that includes the human element will have practical functionality and reduce human risk in organizations. Additionally, cybersecurity has been found to extend beyond organizational boundaries and existing literature still needs to address this aspect. Future research on organizational cybersecurity culture will address this in more detail and further investigate the potential impact of factors external to the business on organizational cybersecurity culture and practices.

REFERENCES

- Alnatheer, M., Chan, T., & Nelson, K. (2012). Understanding and measuring information security culture. *Proceedings of the Pacific Asia Conference on Information Systems PACIS içinde*, 144.
- Alshaikh, M. (2020). Developing cybersecurity culture to influence employee behavior: A practice perspective. *Computers & Security*, 98, 102003. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2020.102003>
- Astakhova, L. V. (2014). The concept of the information-security culture. *Scientific and Technical Information Processing*, 41, 1, 22-28.
- Berman, S. J., & Bell, R. (2011). Digital transformation: Creating new business models where digital meets physical. *IBM Institute for Business Value*, 17(3), 1-17.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Burrell, N. N. (2021). *Cybersecurity leadership from a talent management organizational development lens. (Unpublished Exegesis)*. Capitol Technology University, Maryland, USA.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework. *John Wiley & Sons*.
- Carpenter, P. & Roer, K. (2022). *The Security Culture Playbook: An Executive Guide To Reducing Risk and Developing Your Human Defense Layer*. Wiley, New Jersey, US.
- Comptia (2018). *Building a culture of cybersecurity: A guide for corporate executives and board members*, Comptia White Paper, Erişim Tarihi: 13.01.2023, Erişim Adresi: https://comptiacdn.azureedge.net/webcontent/docs/default-source/research-reports/04917-ccab-whitepaper-online7a673748134243a5a75fe5369914dea0.pdf?sfvrsn=8c25744d_0
- Corradini, I. (2020). Building a cybersecurity culture in organizations: How to bridge the gap between people and digital technology. *Springer Nature*, Berlin/Heidelberg, Germany.
- Da Veiga, A., Astakhova, L. V., Botha, A., & Herselman, M. (2020). Defining organisational information security culture—Perspectives from academia and industry. *Computers & Security*, 92, 101713.
- Dawson, J. & Thompson, R. (2018). The future cybersecurity workforce: Going beyond technical skills for successful cyber performance. *Front. Psychol.*, 9, 744.

- Deloitte (2023). Global future of cyber survey, Deloitte Global, Erişim adresi: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/presse/at-deloitte-global-future-of-cyber-survey-2023.pdf>
- Denison, D. R., Nieminen, L. R., & Kotrba, L. (2020). Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1-22.
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1-12.
- Gibson, C. B., & Gibbs, J. L. (2006). Unpacking the concept of virtuality: The effects of geographic dispersion, electronic dependence, dynamic structure, and national diversity on team innovation. *Administrative Science Quarterly*, 51(3), 451-495.
- Glaspie, H. W. & Karwowski, W. (2018). Human Factors in Information Security Culture: A Literature Review. In: Nicholson, D. (eds) *Advances in Human Factors in Cybersecurity*. AHFE 2017. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 593. Springer.
- Glynn, M. A., Giorgi, S. & Lockwood, C. (2013). Organization culture. *Obo in Management*. doi: 10.1093/obo/9780199846740-0059
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Huang, K. & Pearlson, K.E. (2019). For what technology can't fix: Building a model of organizational cybersecurity culture. 52nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- IBM, (2014). IBM security services 2014 cybersecurity intelligence index, IBM Global Technology Services, Erişim Tarihi: 15.01.2023, Erişim Adresi: <https://i.crn.com/sites/default/files/ckfinderimages/userfiles/images/crn/custom/IBMSecurityServices2014.PDF>
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press*.
- Kuusisto, R. & Kuusisto, T. (2013). Strategic communication for cyber-security leadership. *Journal of Information Warfare*, 12(3), 41-48. <https://www.jstor.org/stable/26486840>
- Lehto, M. & Linnell, J. (2020). Strategic leadership in cyber security, Case Finland. *Information Security Journal: A Global Perspective*, 30, 1-10. 10.1080/19393555.2020.1813851.
- Linnenluecke, M. K., & Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of World Business*, 45(4), 357-366.
- Martins, E. C. & Terblanche F. (2003). Building organizational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6,1, 64-74.
- Matveev, A.V. & Nelson, P. E. (2004). Cross cultural communication competence and multicultural team performance. *International Journal of Cross Cultural Management*, 4, 2, 253-270.
- Merriam-Webster (2023). Cybersecurity. Merriam-Webster.com Dictionary. Erişim Adresi: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cybersecurity>
- Metalidou, E., Marinagi, C., Trivellas, P., Eberhagen, N., Skourlas, C., & Giannakopoulos, G. (2014). The human factor of information security: Unintentional damage perspective. *Procedia Soc. Behav. Sci.*, 147, 424-428.
- National Institute of Standards and Technology (NIST) (2018). Framework for improving critical infrastructure cybersecurity, National Institute of Standards and Technology (NIST), Version 1.1, Erişim Adresi: <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/cswp/nist.cswp.04162018.pdf>
- Nel, F. ve Drevin, L. (2019). Key elements of an information security culture in organisations. *Information & Computer Security*, 27(2), 146-164.
- NIST (2013). Glossary of Key Information Security Terms, NISTIR 7298 Rev.2., Erişim Adresi: <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/ir/2013/NIST.IR.7298r2.pdf>

- Nobles, C. (2018). Botching human factors in cybersecurity in business organizations. *Holistica–Journal of Business and Public Administration*, 9(3), 71-88.
- Parenty, T. J. & Domet, J. J. (2019). A leader's guide to cybersecurity: Why boards need to lead—and how to do, *Harvard Business Review*, Press: Boston, MA, USA.
- Pettigrew, A. M. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570–581, <https://doi.org/10.2307/2392363>.
- Pollini, A., Callari, T. C., Tedeschi, A., Ruscio, D., Save, L., Chiarugi, F., & Guerri, D. (2021). Leveraging human factors in cybersecurity: An integrated methodological approach. *Cogn. Technol. Work*, 24, 371–390.
- Reegård, K., Blackett, C., & Katta, V. (2019). The concept of cybersecurity culture. 29th European Safety and Reliability Conference, October. doi: 10.3850/978-981-11-2724-3
- Reid, R. & Van Niekerk, J., (2014). From information security to cyber security cultures organizations to societies. *Inf. Secur. South Africa (ISSA)*, IEEE, 1-7.
- Roer, K., Petrič, G., Eriksen, A. C., Paglia, J., Ulimoen, T., Huisman, J., Smothers, R. L., & Carpenter, P. (2022). The security culture report, KnowBe4 Research, Erişim Tarihi: 20.01.2023, Erişim Adresi: <https://www.knowbe4.com/organizational-cyber-security-culture-research-report#focus-form>
- Rotherberger, K. E. (2016). A quantitative study of perceptions about leadership competencies of IT project managers. Ph.D. Thesis, Cappella University, Minneapolis, MN, USA.
- Sandhu, J. S. (2021). Cybersecurity for executives: Advancing leaders to practical cyber risk management, Notion Press, Tamil Nadu, India.
- Schein, E. H. (1985). Organizational culture and leadership. *Jossey-Bass*.
- Schultz, E. (2005). The human factor in security. *Comput. Sec.*, 24, 425–426.
- Schwartz, R. B., & Murnane, R. J. (2018). The digital transformation of education: Connecting schools with the changing world. *Penguin*.
- Siponen, M. T. (2000). A conceptual foundation for organizational information security awareness. *Information Management & Computer Security*, 8(1), 31-41. <https://doi.org/10.1108/09685220010371394>
- Triplett, W. (2021). Establishing a cybersecurity culture organization. *Acta Scientific Computer Sciences*, 3, 8, 44-49.
- Triplett, W.J. (2022). Addressing human factors in cybersecurity leadership. *Journal of Cybersecurity and Privacy*, 2, 573–586. <https://doi.org/10.3390/jcp2030029>
- Uchendu, B., Nurse, J.R., Bada, M., & Furnell, S. (2021). Developing a cyber security culture: Current practices and future needs. *Computer Security*, 9, 109.
- Verma, S., & Bhattacharyya, S. S. (2017). Perceiving organizational culture for digital transformation: A cybernetic study. *Vikalpa*, 42(4), 220-233.
- Von Solms (2010). The 5 waves of information security – from kristian beckman to the present, in Rannenber, K, Varadhajaran, V and Weber, C. (Eds.) SEC2010, IFIP Advances in Information and Communication Technology, Vol 330, pp 1-8.
- Von Solms, R. & Van Niekerk, J. (2013). From information security to cyber security. *Computers & Security*, 38, 97-102. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2013.04.004>
- Ware, W. H. (1970). Security controls for computer systems. Technical report, Rand Corp Santa Monica, CA, USA.
- Westerman, G., Calmėjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2014). Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations. *MIT Center for Digital Business*.
- Wiegmann, D.A., Zhang, H., von Thaden, T., Sharma, G., & Mitchell, A. (2002). Safety culture: A review. Technical Report ARL-02-3/FAA-02-2. Illinois: Aviation Research Lab, Institute of Aviation.
- Wiley, A., McCormac, A., & Calic, D. (2020). More than the individual: Examining the relationship between culture and information security awareness. *Computers & Security*, 88, 101640. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2019.101640>

World Economic Forum (2023). Global Cybersecurity Outlook 2023, Insight Report, Erişim Adresi: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Security_Outlook_Report_2023.pdf

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -
