



T.C.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Canakkale Onsekiz Mart University

YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ
JOURNAL OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

CİLT 19. SAYI 41. 2021
Volume 19. Number 41. 2021

YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE SCIENCES



Yılda Dört Kez Yayınlanır/*Published Quarterly a Year*

Yönetim Bilimleri Dergisi (YBD) yılda dört kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar ilk olarak editörler ve yazı kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmalarını ile tanınmış en az iki ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayınlanır veya yayınlanmaz.

Yönetim Bilimleri Dergisi (YBD)/Journal of Administrative Sciences (JAS)
Yönetim Bilimleri Dergisi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale, Turkey
Phone: +90 (286) 335 8738 Fax: +90(286) 3358736
Web: <http://ybd.dergi.comu.edu.tr> / E-mail: ybd@comu.edu.tr

YBD’de yayınlanan yazılarda fikirler yalnızca yazar(lar)ına aittir. Dergi sahibini, yayıncıyı ve editörleri bağlamaz.

Bu yayında yer alan tüm çalışmalar başvuru anında ve yayın öncesi olmak üzere iki kez iThenticate uygulaması aracılığıyla benzerlik taramasından geçirilmiştir.

Yayın Türü: Yaygın Süreli Yayın
Yayın Şekli: 3 aylık (Ocak-Mart-Temmuz-Ekim) Türkçe ve İngilizce

Tasarım-Baskı Hazırlık: Punto Ajans
Siyavuşpaşa Mah. Mustafa Kemal Paşa Cd. Oğuzhan Sok. No:6 D:4 Bahçelievler / İstanbul
Web: www.puntodizgi.com / Tel: 0553 199 95 59 / E-mail: info@puntodizgi.com

Yönetim Bilimleri Dergisi (YBD); EBSCOHOST Academic Search Complete, International Bibliography of the Social Sciences (IBSS), Worldwide Political Science Abstracts Database, TÜBİTAK ULAKBİM, TÜBİTAK DERGİPARK, Index Islamicus, Ulrichs Periodical directory, International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences (IBZ), International Bibliography of Book Reviews of Scholarly Literature in the Humanities and Social Sciences (IBR), ASSOS INDEX, ProQuest Political Science Database, PROQuest Social Science Journals Database, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Discovery Service (EDS), EBSCO Business Source Database (BSI), DergiPark ve SOBİAD tarafından indekslenmektedir.

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden basılamaz.

Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or introduced into a retrieval system, or transmitted in any form, or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written consent of the JAS editors

Disclaimer: Statements of acts or opinions appearing in the Journal of Administrative Sciences (JAS) are solely those of the authors and do not imply endorsement by the editors, other authors or publishers.

ISSN: 1304-5318
E-ISSN: 2147-9771

YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE SCIENCES



JAS is published quarterly a year
Vol. 19 No. 41 Year 2021

Journal of Administrative Sciences is a peer reviewed interdisciplinary journal (both Turkish and English) sponsored by Çanakkale Onsekiz Mart University. The Editorial board and editors take consideration whether submitted manuscript follows the rules of scientific writing. The appropriate articles are then sent to three international referees known for their academic reputation in their respective areas. Send your articles to ybd@comu.edu.tr

JAS publishes original research articles that engage with but not limited to the following subjects: economics, politics, history, international relations, business, accounting and public administration.

Manuscripts submitted to JAS should be original and challenging, and should not be under consideration by another publication at the time of submission.

All the works in this publication have been subjected to similarity screening through iThenticate application twice, at the time of application and before publication.

JAS Indexed or/and Abstracted in

EBSCOHOST Academic Search Complete, International Bibliography of the Social Sciences (IBSS), Worldwide Political Science Abstracts Database, TÜBİTAK ULAKBİM, Index Islamicus, Ulrichs Periodical Directory, International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences (IBZ), International Bibliography of Book Reviews of Scholarly Literature in the Humanities and social Sciences (IBR), ASSOS INDEX, ProQuest Political Science Database, ProQuest Social Science Journal Database, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Discovery Service (EDS), EBSCO Business Source Database (BSI), DergiPark and SOBIAD.

Editorial Office **Journal of Administrative Sciences (JAS)**

Yönetim Bilimleri Dergisi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale, Turkey
Phone: +90 (286) 335 8738 Fax: +90(286) 3358736
Web: <http://ybd.dergi.comu.edu.tr> / E-mail: ybd@comu.edu.tr

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or introduced into a retrieval system, or transmitted in any form, or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written consent of the JAS editors

Disclaimer: Statements of acts or opinions appearing in the Journal of Administrative Sciences (JAS) are solely those of the authors and do not imply endorsement by the editors, other authors or publishers.

ISSN:1304-5318
E-ISSN: 2147-9771

YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ
Journal of Administrative Sciences

Cilt 19, Sayı 41, 2021 / Volume 19, Number 41, 2021
ISSN:1304-5318 E-ISSN:2147-9771

SAHİBİ / Owner

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Sedat MURAT

EDİTÖR / Editor

Prof. Dr. Selçuk İPEK (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Serkan IŞIK (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

ALAN EDİTÖRLERİ / Field Editors

Yönetim ve Organizasyon / Management and Organization

Prof. Dr. Kittisak JERMSITTIPARSERT (Henan University)

Prof. Dr. Donta S. HARPER (University of Washington Tacoma)

Prof. Dr. Nazan YELKİKALAN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Doç. Dr. Yener PAZARCIK (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Doç. Dr. Ali Şahin ÖRNEK (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Doç. Dr. Muhammed Abid MALİK (Virtual University of Pakistan)

Doç. Dr. Letitia Carmen LUCESCU (Technical University of Iasi)

Doç. Dr. Iqbal QAISAR (Universiti of Sains Malaysia)

Dr. Öğr. Üyesi Erdem TEMELOĞLU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Defne AKDENİZ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Görevlisi Bülent AKKAYA (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)

Üretim Yönetimi ve Pazarlama / Production Management and Marketing

Doç. Dr. Erdal AYDIN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Shahnaz IBRAHİM (University of Southampton)

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi / Political Science and Public Administration

Dr. Öğr. Üyesi Safiye Yelda KAYA KARAKATSANİS (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Tanju AKYOL (Kamu Yönetimi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Nihal EMİNOĞLU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Didem SAYGIN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

İktisat ve Sayısal Yöntemler / Economics and Numerical Methods

Doç. Dr. Cüneyt KILIÇ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Yavuz YILDIRIM (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Rüya Ataklı YAVUZ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Bütçeleme, Muhasebe ve Finansman / Budgeting, Accounting and Finance

Prof. Dr. Metin ATMACA (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Sabri Sami TAN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri / Labor Economics and Industrial Relations

Dr. Öğr. Üyesi Canan Öykü DÖNMEZ KARA (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Tanju ÇOLAKOĞLU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gonca GEZER (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

YAZI İŞLERİ / Assisting Editor

Arş. Gör. Kendal DENİZ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Arş. Gör. Semra TAŞ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

YAZI VE DANIŞMA KURULU/ Editorial Board

Alfabetik Sıra ile / In Alphabetical Order

ACER, Yücel (Yıldırım Beyazıt Ü.)	GÖRÜN, Mustafa (ÇOMÜ)
AGUN, Hakan (Trakya Ü.)	HARPER, Donta S. (UW Tacoma)
AKKAYA, Bülent (CBÜ)	İBRAHİM, Shahnaz (SOTON U.)
AKYOL, İbrahim Tanju (ÇOMÜ)	İNCEKARA, Ahmet (İstanbul Ü.)
ALPER, Yusuf (Uludağ Ü.)	İPEK, Selçuk (ÇOMÜ)
AYDIN, Erdal (ÇOMÜ)	JERMSITTIPARSERT, Kittisak (Henan U.)
BABA, Gürol (Ankara SBÜ)	KANTEN, Pelin (ÇOMÜ)
BACAK, Bünyamin (ÇOMÜ)	KANTEN, Selahattin (ÇOMÜ)
BENLİ, Abdurrahman (Sakarya Ü.)	KARA, Mustafa (ÇÖMÜ)
BİÇERLİ, M. Kemal (Anadolu Ü.)	KARADENİZ, Oğuz (Pamukkale Ü.)
BOZKURT, Veysel (İstanbul Ü.)	KARAGÜL, Soner (ÇOMÜ)
CAM, Erdem (Ankara Ü.)	KARATAŞ-ÖZKAN, Mine (SOTON U.)
ÇETİNKAYA, Özhan (Uludağ Ü.)	KAYA, İbrahim (İstanbul Ü.)
DÖNMEZ KARA, C. Öykü (ÇOMÜ)	KILIÇ, Cüneyt (ÇOMÜ)
ENER, Meliha (ÇOMÜ)	KORKUSUZ Refik (İst. Medeniyet Ü.)
GÖKTEPE, Ahmet Orkun (ÇOMÜ)	KURT, Sendar (ÇOMÜ)

LUCESCU, Letitia Carmen (TUIASI)	TOPBAŞ, Ferhat (Balıkesir Ü.)
MALİK, Muhammad Abid (VU of Pakistan)	TORUN, Mustafa (ÇOMÜ)
ÖRNEK, Ali Şahin (ÇOMÜ)	TINKER, Vanessa (Collegium Civitas)
ÖZDEMİR, Süleyman (İstanbul Ü.)	TUNÇ, Metin (İstanbul Ü.)
PAZARCIK, Yener (ÇOMÜ)	UĞUR, Suat (ÇOMÜ)
SİĞİRCİ, Özge (Kırklareli Ü.)	ULUDAĞ, M. Bülent (Onbeş Kasım Ü.)
SÖNMEZLER, Gökhan (Trakya Ü.)	ULUYOL, Osman (Adıyaman Ü.)
ŞAHİN, Levent (İstanbul Ü.)	UZUNOĞLU, Sadi (Trakya Ü.)
TAN, Sabri Sami (ÇOMÜ)	YELKİKALAN, Nazan (ÇOMÜ)
TAVŞANCI, Aykut (Trakya Ü.)	YİĞİT, Yusuf (ÇOMÜ)
TAYŞİR, Eyüp Aygün (Marmara Ü.)	QAISAR, Iqbal (US of Malaysia)

BU SAYININ HAKEM KURULU / Referees of this Issue
Alfabetik Sıra İle/ In Alphabetical Order

AKÇAY, Ekrem Yaşar (Hakkâri Üni.)	KIZILDAĞ, Duygu (İDÜ)
AKYÖN, Fehmi Volkan (ÇOMÜ)	ÖZCAN, Arif Behiç (Selçuk Üni.)
AYDOĞMUŞ, Ceren (Bilkent Üni.)	ÖZDEMİR, Murat (Hacettepe Üni.)
BOSTAN, Aziz (Aydın Adnan Menderes Üni.)	ÖZDEN, Ünal Halit (İstanbul Ticaret Üni.)
EROĞLU, Filiz (ÇOMÜ)	ŞENER, Emine (Ahi Evran Üni.)
GENÇLER, Ayhan (Trakya Üni.)	TOPKAYA, Özgür (ÇOMÜ)
GÜL, Hasan (Sivas Ondokuz Mayıs Üni.)	TÜRE, Hasan (Ankara Hacı Bayram Veli Üni.)
GÜMÜŞTEKİN, Gülten (ÇOMÜ)	YALMAN, İlkay Noyan (Cumhuriyet Üni.)
KALE, Emine (Nevşehir Üni.)	YILANCI, Veli (Sakarya Üni.)
KARAGÖZ, Kadir (Manisa Celal Bayar Üni.)	YILDIZ, Kemal (Bandırma Üni.)
KAYAOĞLU, AHMET (Artuklu Üni.)	

İçindekiler / Contents

Editörden/ Editor's Noteix

Customer Satisfaction from the Services of Retailing Markets: A Model Proposal with Multiple Logistic Regression529

Marketlerin Sundukları Hizmetten Duyulan Memnuniyet: Çoklu Lojistik Regresyon ile Bir Model Önerisi

Halil İbrahim Şengün, Nurettin Mentem

Doğrudan Yabancı Yatırım Çıktılarının Ana Ülkenin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi551

The Effect of Outward Foreign Direct Investment on Economic Growth of the Home Country

Nur Aydın

İŞKUR'dan Hizmet Alan İşarayanların Danışmanlık Faaliyetlerinden Memnuniyeti: Çanakkale İŞKUR Örneği575

Satisfaction Levels of Job Seekers about the Counselling Services of İŞKUR: The Case of Çanakkale İŞKUR

Ahmet Şarman, Ebru Kanyılmaz Polat, Bünyamin Bacak

Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması 603

Behavioral Decision Scale in Organizations: Reliability and Validity Study

Sevilay Güler, Hasan Tutar, Mahmut Akbolat

Sağlık Çalışanlarının İş Becerikliliği ile Çalışmaya Tutkunluk İlişkisinde Örgütsel Erdemliliğin, Öz-Yeterliliğin ve Duygusal Zekânın Aracılık Rolü631

Intermediary Role of Organizational Virtuousness, Self-Efficacy and Emotional Intelligence in the Correlation between Job Crafting and Work Engagement in Healthcare Professionals

Şerife Güzel, Şebnem Aslan

Pandemi Döneminde Sağlık Çalışanlarının Duygusal Zekâ Durumları ile Prososyal Davranışları Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Bir Araştırma	665
<i>A Research to Explore the Relationship between the Emotional Intelligence and Prosocial Behaviors of Healthcare Employees during the Pandemic Period</i>	
Murat Sucu	
The Varying Impact of Self and Other-Oriented Message Appeals on Volunteering	699
<i>Kendine Odaklı ve Diğer Odaklı Mesaj Çekiciliklerinin Gönüllülük Üzerindeki Değişen Etkisi</i>	
Ash Elif Aydın, Özge Kirezli, Elif Yurdakul	
Determining the Country-Specific Variables Affecting the Market Value of Turkish Eurobonds: NARDL Approach	723
<i>Türk Avrovillerinin Piyasa Değerini Etkileyen Ülkeye Özgü Değişkenlerin Belirlenmesi: NARDL Yaklaşımı</i>	
Fatih Yiğit, İsmail Canöz	
Türkiye’de Diplomasinin Dijital Uygulamalarının Değerlendirilmesi	745
<i>Evaluation of the Digital Implementations of Diplomacy in Turkey</i>	
Kenan Arpacıoğlu	
The Evaluation of Financial Performances of Logistics Companies in Turkey: A Data Envelopment Analysis Approach	773
<i>Türkiye’deki Lojistik Firmaların Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi: Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı</i>	
Elgün Aliyev, Merve Ertok Onurlu	
Yazarlar Hakkında	799
Yazarlar için Bilgi Notu	804
<i>About the Authors</i>	807
<i>Notes for Contributors</i>	813

EDİTÖRÜN NOTU

Hakemli akademik yayın olarak faaliyetini sürdüren Yönetim Bilimleri Dergisine yayınlanması üzere gönderilen makaleler hakem sürecinden geçirilerek olumlu rapor alanların yayınlanması kabul edilmiş ve yayına hazır hale getirilerek 41. sayı oluşturulmuştur. Zengin bir içeriğe sahip olan 41. sayıda emeği geçen değerli hakem ve yazarlara çok teşekkür ederiz.

Dergimizin bu sayısında; çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, ekonometri, iktisat, işletme, kamu yönetimi, maliye ve uluslararası ilişkiler alanından çok çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Dergimizde 41. sayıdan itibaren editör değişikliği gerçekleştirilmekle birlikte derginin yayın ilkeleri gereği araştırma makalelerine öncelik verilmeye devam edilmektedir. Bu nedenle, dergimize eserlerini gönderecek yazarların çalışmalarında nitel ya da nicel bir araştırmaya yer vermelerini önemle rica ederiz.

İçten saygılarımızla.

Editör

Prof. Dr. Selçuk İPEK

Dr. Öğr. Üyesi Serkan IŞIK

EDITOR'S NOTE

Various articles have been received, reviewed and made ready for publication in the 41nd issue by the editor's office of the Journal of Administrative Sciences. The issue has articles from diverse fields of social sciences. We would like to thank all reviewers and authors who have contributed for the formation of the issue.

In this issue there are several articles in the fields of business management, economics, econometrics, finance, international relations, labor economics and industrial relations, public administration. Although editorial changes have been made in our journal since the 41st issue, priority continues to be given to research articles in accordance with the journal's publication principles. Therefore, we kindly ask authors to include either one quantitative or a qualitative research in their manuscripts.

Best Regards.

Editor

Prof. Dr. Selçuk İPEK

Dr. Öğr. Üyesi Serkan IŞIK

- RESEARCH ARTICLE -

CUSTOMER SATISFACTION FROM THE SERVICES OF RETAILING MARKETS: A MODEL PROPOSAL WITH MULTIPLE LOGISTIC REGRESSION¹

Halil İbrahim ŞENGÜN² & Nurettin MENTEŞ³

Abstract

As time passes, purchasing habits of consumers have been changing constantly. Consumption has become a phenomenon that turned into madness due to the acceleration of aggressive sales enhancing efforts based on fierce competition and to the fact that consumers confuse the concepts of need and desire. Confronting the consumers with easily reachable products and broad distribution channels, markets are vital institutions for people. The first aim of this study is to determine the factors increasing and decreasing customer satisfaction. The second aim is to determine whether there is a meaningful correlation between markets and demographic elements. To this end, perceptions of 407 consumers in Diyarbakir who were chosen by convenience sampling method were measured by face-to-face questions. Then their answers were subjected to frequency analysis and chi-square test. In addition, multiple logistic regression analysis has been utilized to see the model. As a result of the study, meaningful differences have been found between consumers' gender and marital status according to the markets they choose to shop. For the proposed model, gender of the customer, gender of the cashier, convenience of entering and exiting the market and satisfaction from hygiene of the market have become prominent variables increasing the satisfaction from retailing.

Keywords: *Customer Satisfaction, Retail Satisfaction, Market Shopping, Multiple Logistic Regression Analysis.*

JEL Codes: *M30, M31.*

Başvuru: *06.04.2020*

Kabul: *01.04.2021*

-
- 1 This study is an expansion of the IKSAD Social Sciences Congress in Mardin on March 9-11.
 - 2 Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, Diyarbakır, Türkiye. ibrahim.sengun@dicle.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3933-787X.
 - 3 Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, Diyarbakır, Türkiye. nurettin.mentesh@dicle.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5650-4342.

MARKETLERİN SUNDUKLARI HİZMETTEN DUYULAN MEMNUNİYET: ÇOKLU LOJİSTİK REGRESYON İLE BİR MODEL ÖNERİSİ⁴

Öz

Tüketicilerin satın alma alışkanlıklarında değişen zamana bağlı olarak sürekli farklılık gözlenmektedir. Tüketicilerin ihtiyaç ve istek kavramını birbirine karıştırmaları, rekabete bağlı olarak agresif satış artırıcı çabaların ivme kazanması gibi sebeplerden ötürü tüketim çılgınlık haline dönüşmüştür. Kolayda ürünlerle ve yaygın dağıtım kanalıyla tüketicilerin karşısına çıkan marketler, insanlar için hayati öneme sahip işletmelerdir. Araştırmanın birinci amacı marketlerin sunduğu hizmetten duyulan memnuniyeti arttıran ve azaltan unsurları tespit etmektir. İkinci amaç ise alışveriş yapılan marketler ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin var olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaçlar doğrultusunda Diyarbakır ilinde kolayda örnekleme yöntemine göre seçilen 407 tüketicinin konu hakkındaki algılarını ölçmeye yönelik yüz yüze anket yöntemine yönelik çeşitli sorular yöneltilmiştir. Gelen yanıtlar istatistik paket programında Frekans analizi ve Ki-kare testlerine tabi tutulmuştur. Ayrıca model kurma noktasında çoklu lojistik regresyon yönteminden faydalanılmıştır. Çalışma sonucunda cinsiyet ve medeni durum ile tercih edilen marketler arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca tahmin edilen model için müşterinin cinsiyeti, kasiyerin cinsiyeti, markete giriş çıkış kolaylığı ve market temizliğinden duyulan memnuniyet, marketleri sunduğu hizmetlerden memnuniyeti arttıran değişkenler olarak öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Memnuniyeti, Market Memnuniyeti, Market Alışverişi, Çoklu Lojistik Regresyon.

JEL Kodları: M30, M31.

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. INTRODUCTION

Production capacity of firms has increased rapidly with industrial revolution and accompanying mass production. It came to a point that firms with increasing production capacity felt themselves obliged to bring their products and the buyers together in the market. As a result of the perception of meeting the buyer in the market, the term of marketing has come up. In this vein, firms have set aside the conception of “*I sell whatever I produce*” and have been obliged to say “*I sell whatever I produce, only if I know how to sell*” (Altunışık, Özdemir ve Torlak 2012: 16-17). Firms succeeding in selling have made a name for themselves, overcome the harsh competition conditions and eventually got significant market shares. In the definition of modern marketing, human desire and needs are shown to be the source of power

4 Genişletilmiş Türkçe Özet, İngilizce makalenin aşağısında yer almaktadır.

activating firms. These desire and needs have to be categorized properly and target markets must be determined accordingly. If looked pragmatically rather than academically, it will be seen that with globalization following 70's and 80's competition increased more and more and businesses were forced to take strategic decisions to meet quantitatively and qualitatively increasing needs of consumers (Ghemawt, 2002: 58).

Markets, from where people shop frequently, have an irreplaceable place in everyday life of people with the help of their ability to market convenience goods and their broad distribution web. Increase in population and diversity in consumer desire provided the transition from general store culture to supermarkets and hypermarkets. Moreover, heterogenous character of the consumers made markets targeting different income levels more popular. Such that, it is a crucial example that there are very valuable discount markets in the stock exchange in Turkey. It is another important indication to the level of competition that these markets once did not advertise are now spending money on advertisement. Lastly, digitalization and the effects of Covid-19 pandemic increase the number of markets that reach their customers by e-trade. Thus, markets have been obliged to develop new strategies by taking into consideration demographic, economic and cultural properties of consumers. In this study, the relationship between purchasing habits of market customers and their demographics is examined. In addition, the factors affecting the customer satisfaction are determined. Accordingly, this study is considered to be a field study and realized by establishing face to face survey. The questions in the survey targeted to measure the relationship between the characteristics of the customers and their expectations from the markets they shop.

A model was established with Multiple Logistics Regression Analyses in relation to the customer satisfaction. In this regard, participants who faced the question "Are you satisfied with the service of the market?" were asked to rate their satisfaction level between "0" and "5". Independent variables subject to logistics regression are demographic variables and customer satisfaction from the service of the markets.

1.1. Literature Review

Service quality of the markets is very significant for customers. Customers care about quality-price-presentation trio when deciding what to buy. In this regard, in correlation with the aim of the study, literature on that matter has been scanned and the expectations of the customers from the markets have been investigated.

According to Örüçü & Tavşancı (2001:11, 12), packaging has a prominent place in marketing variables influencing the purchasing decision while shopping for food products. Accordingly, if the importance of packaging is understood sufficiently by firms, increase in sales can be obtained with some improvement efforts. Gavcar & Didin's (2007: 31) found out that customers value quality over retail branded promotions. Slack et al. (2020, b) came to the conclusion that the quality of the service of the supermarkets has a profound impact on the

customer satisfaction and loyalty. It was also determined with the said study that customer satisfaction plays a partially intermediary role between quality of the service and loyalty of the customers.

Sapmaz & Yercan (2015) investigated the behaviors of consumers from different perspectives regarding retail branded products. From consumers' perspective, BİM is considered as the cheapest, Kipa is considered as the most reliable and Migros is considered as the most expensive market. It is found out that the most purchased product by consumers is pasta and the least is alcoholic beverages. Fliers and brochures were detected to be the most effective advertisement source. One of the reasons why consumers choose retail branded products is the fact that there are more frequent promotions for them. In Eru's (2013) study, it was found out that mobile advertisement messages from subscribed markets were influential on the consumers' behaviors.

According to the survey results of study of Penpace (2006: 144) factors effecting the purchasing habits have been found respectively as prior experience about the product, recommendation from family members, recommendation from close friends, wandering the markets, seeing the product in someone else, buying from a relative, recommendation of the cashier (Penpace, 2006: 144). Uyar & Oralhan (2019: 47) found the important factors affecting the preference of the customers respectively as; price, properties of the product, discounts. They ranked working hours, having mobile application, having retail branded products among the least effective factors.

In the study of Erkmen and Yüksel, it is pointed out that consumer groups have different purchasing habits in accordance with their different demographic factors like age, gender, education and income level. It is also indicated that consumer groups tend to do shopping with different motives (Erkmen ve Yüksel, 2008: 713). According to the study of Bahar and Durmaz (2011), fathers were found out to be the main shopping members of the families.

In Okumuş & Bulduk's (2003) study, it was found out that, in choosing the market to be shopped, females consider transportation as the most important factor while males consider other factors. Another conclusion drawn from the study was that food products are bought weekly, and cleaning products are bought monthly. Another finding was that while buying food products consumers give utmost attention to expiration date followed by checking whether they are useful for health or not. In the study of Tatlı (2014), it was found that layout of the market, physical condition of the market, non-market features, easiness of shopping, opportunity to try the products and the qualities of the personnel have been found out as important factors affecting the decisions of customers. In the study of Fazlzadeh et al. (2012), diversity of the products, additional services, atmosphere of the market, services, quality images of the markets and their economic values were determined as the factors affecting customer satisfaction positively. The study of Yapraklı and Orhan (2020) revealed that having a wide and easy-going entrance have a positive effect on the purchasing habits. In addition, it

was found that hygiene plays a positive role in the choice of market. However, Merchan et al. (2020) determined that the level of direct connection between hygiene of the markets and customer satisfaction is little.

Chandra (2020) found that majority of consumers (%60,6) in India check expiration dates of food products. According to Demir (2011, p.774) female cashiers are more favorable than male cashiers. In the study of Savaşkan and Çatı (2021) it was found that, female customers spend more time while shopping, pay more attention to discount products, carry reusable bags more often and ask more help from personnel than males customers. Slack et al. (2020) came to the conclusion that showing empathy towards customers have a profound effect on customer satisfaction and reinforce the intent of repurchase.

2. METHOD

This part of the article consists of two parts. The first part will be dealing with determining sociodemographic factors of market customers and in the second part variables affecting the customer satisfaction in retailing will be determined and a model will be proposed. In the survey, big local markets and market chains operating in the province center are taken into account. In this study, Lebe (2006)'s scale to determine the factors that is related to the personal characteristics of customers and their market choice was utilized. And the survey is adapted to Diyarbakir province. Survey results were obtained by convenience sampling method and face-to-face survey technique carried out in busy streets. Survey was applied in proportion to the population of central districts (Kayapınar, Yenişehir, Sur ve Bağlar). Survey was conducted on 420 people 13 of whom didn't answer the questions properly. Therefore, analysis was applied to 407 survey data. In the first part, frequency and Chi-square analyses were done to determine general customer behavior and hypothesis were tested for the variables that have a correlation amongst. In the second part of the study, customer satisfaction from retailing on the basis of the given points and variables affecting this satisfaction were tried to be determined. In addition, a model is proposed by multiple logistic regression analysis. Although there is not a boundary for sampling size in logistic regression, 20 is considered to be a sufficient number for lower boundary. To be able to get stable results there should be at least 50 observations in each independent variable set (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk 2014: 59). Moreover, to be able to test the success of the model at least 400 observations are needed according to Hosmer and Lemeshow (Alpar 2013: 669). As seen, the set of data in the study meets the requirements.

3. RESULTS

In this section, various results related to the research will be presented.

3.1. Sociodemographic Factors of the Participants and Descriptive Results

In this part of the study, sociodemographic factors of the market customers are provided and hypothesis regarding the variables, which have correlation, are tested. For this, frequency and Chi-square analysis are utilized. Meaningfulness of the hypothesis is tested through cross tables.

3.1.1. Sociodemographic Factors of the Participants

56.3 % of the participants are male and 43.7% are female. 66.3% are married and 33.7% are single. Of the participants, 53.6% are between 18-24, 25.3% are between 25-31, 11.8% are between 32-38, 5.7% are between 39-45, and 3.7% are 46 +. In regard to the answers of the participants about their education level 10.9% are primary school graduate, 48% are high school graduate, 20% are junior college graduate, 17.3% are college graduate and 3.8% have a masters or doctorate degree. 14% of the participants are civil servants, 14% are workers, 10.1% are tradesmen, 13.3 % are self-employed, 8.1% are students, and 39.6% are unemployed. While 34.2% of the participants have an income level more than 2000 TL per month, 65.8% have less than 2000 TL monthly income.

When participants were asked from where they usually shop, their preference was as: 27.3% BİM, 19.7% Carrefour, 13.5% Migros, 13.5% Carmar, 11.3% A101, 5.2% Tezgel Kom, 2.7% Armina and 6.9% other markets. It has been understood that consumers prefer widespread national markets over local ones. 63.1% of the participants stated that they consider the markets they shop clean. They also stated that they usually find the products they look for in the markets (53.3%). 60.4 % of the participants stated that they did not complain when they saw an unstandardized product in the markets they shop. Majority of the participants said that they check the production and expiration dates of the products they purchase. 42.3 % of them stated that they check, 37.1% stated that they always check. Furthermore, when the participants were asked to rate the perception of retailing in Diyarbakir between 1-5, 1 being minimum, 4.2% chose 1, 15.2% chose 2, 42.3% chose 3, 30% chose 4 and 8.4% chose 5.

3.1.2. Descriptive Results

In this part of the study, the degree of correlation between market choices of participants and their age and marital status will be determined. Hypotheses will be tested accordingly.

H1: There is a meaningful correlation between market chosen by participants and their gender.

According to the analysis of H1, Chi-square test statistics is 31.585 and p significance value is $0.000 < 0.05$. Under these circumstances, H1 is true. Therefore, there is a meaningful correlation between market and gender of the participant.

When the cross table created to investigate the relationship between the markets and the genders of the participants is analyzed it can be seen that 30.1% of the males prefer BİM and 25.8% of the females prefer Carrefour.

H2: There is a meaningful correlation between markets chosen by participants and their marital status.

According to the analysis of H2, Chi-square test statistics is 14.840 and p significance value is $0.038 < 0.05$. Under these circumstances, H2 is true. Therefore, there is a meaningful correlation between market and marital status of the participant.

When the cross table is analyzed it can be seen that 33.6% of married participants choose BİM. The reason for BİM to be preferred more by married people can be associated with BİM becoming a discount store. Because with marriage, costs increase, and people think twice before spending money and choose economically.

3.2. Model Proposal for Market Satisfaction

In this part of the study, a model will be proposed on market satisfaction of the participants with regard to the points given to the retailing perceptions.

3.2.1. Logistic Regression

In recent years, there has been a considerable increase in usage of special statistical methods for categorical data especially in social and biomedical sciences (Agresti 2007: XV).

In many socio-economic research, variables can be in binary format like yes-no, positive-negative, satisfied-not satisfied. In the case where variables are categorized into two or more, cause and effect relation between dependent and independent variable is determined by logistic regression analysis (Kayri & Çokluk, 2010: 259).

Mathematical form of the relation between variables is carried out by regression analysis (Güriş ve Astar 2015: 295). To be able to do the regression analysis, some assumptions need to be taken into account. Forecasts realized with the method of least squares are insufficient for nominal scale data since normality of the dependent variable needs to be ensured. And when the dependent variable is nominal scaled this situation cannot be realized (Kalaycı 2010: 273). In addition, logistic regression analysis doesn't require the assumptions like normality of independent variables, linearity and variance, equality of covariance matrices. Besides, logistic regression uses maximum likelihood method instead of the method of least squares (Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2014: 62). Therefore, logistic regression is a more easily applicable method.

In logistic regression method, aim is to predict the categorical dependent variable. Therefore, it contains two main goals. First goal is classification, and second goal is to investigate the

relations between independent variables (Mertler & Vannatta, 2005). These are the reasons why this method has gained more attention in recent years:

- It doesn't bring a limitation to continuity of independent variables.
- Parameters of logistic model are easily interpretable and there are many package programs to be applied.
- It doesn't produce negative estimation possibility. In addition, variables don't need to be in linear relationship. And it can be in exponential and polynomial form (Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2014: 60).

Briefly, logistic regression method is used when dependent variable is categorized into two or more. When dependent variable is categorized into two, binary logistic regression method is used; when dependent variable is categorized into more than two and the variables are not in order multinomial logistic regression method is used; and when dependent variable is categorized into more than two and the variables are ordinal, ordinal logistic regression method is used (Alpar, 2013: 632).

In the study, satisfaction level determined by the given points and variables affecting this satisfaction level have been investigated in Diyarbakir. The scale used by Lebe was utilized and participants were asked to answer a survey of 29 questions. Participants were asked to rate retailing perception in Diyarbakir from 1 to 5, 1 being minimum and feedbacks were gathered accordingly. Afterwards, 3-and-more-point giving participants were considered as satisfied and coded as 1 "satisfied" and 2-and-less-point giving participants were considered as not satisfied and coded as 0 "not satisfied" for the further steps of the analysis. Thus, dependent variables were categorized into two and since independent variables were more than two, it was suitable to use multiple regression method.

3.2.2. Multiple Logistic Regression Analysis

The effect of independent variables those are more than one on dependent variables categorized into two can be determined by multiple regression analysis. Given that, k is the number of variables, independent variables vector x and n is the frequency:

$$\pi(x) = P(Y = 1|x) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k)}}$$

and,

$$\frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} = e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k}$$

is the odds ratio.

$$g(x) = \ln \left(\frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} \right) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k$$

By taking the natural logarithm of odds, logit transformation is realized, and the model becomes linear.

Before starting multiple logistic regression, it is advised to exclude irrelevant variables from the model by investigating the univariate analysis of the independent variables. To this end, tests such as Chi-square or Mann Whitney U can be utilized to add the variables that have a meaningful correlation to the model or univariate logistic regression analysis of the independent variables can be made and as a result of the analysis, variables with $p < 0,25$ significance value can be added to the model (Alpar, 2013: 659).

3.3. Evaluation of the Satisfaction from Retailing in Diyarbakir with Multiple Logistic Regression

Participants were asked to rate their retailing perception in Diyarbakir from 1 to 5, 1 being minimum. Then, 3-and-more-point giving participants were considered as satisfied and coded as 1 “satisfied” and 2-and-less-point giving participants were considered as not satisfied and coded as 0 “not satisfied” for the further steps of the analysis. Thus, dependent variables were categorized into two and multiple regression method could be used. To determine which independent variable to be added to the analysis, the assessment of “*univariate logistic regression analysis of each independent variable can be made and as a result of the analysis, variables with $p < 0,25$ significance value can be added to the model*” (Alpar, 2013: 659) was utilized. Independent variables used in the model and their levels are shown in the Table 1 below.

Table 1: Independent Variables and Their Level

Independent Variables	The Level of Independent Variables
X1:Gender	1:male 2:female
X2:Age	1: (18-24), 2 : (25-31) 3: (32-38) 4: (39-45) 5 (46and+)
X3:Marital Status	1 : Married, 2:Single
X4:Profession	1:civil servant 2: worker, 3 tradesman, 4: self-employed , 5:farmer, 6: retired 7: unemployed, 8: student
X5:Education	1 Primary school,2 :secondary school,3: high school, 4: university 5; postgraduate
X6:Income	1: 0-500 2:501-1000 3:1001-1500 4:1501-2000 5: 2001 and +
X7: What gender would you like the cashier/ clerk to be?	1:male 2: female 3: doesn't matter
X8:Do you want markets to have parking space?	1: Not at all 2:I don't want 3 I don't know 4:I want 5: Very much
X9:How effective is the convenience of entrance and exit on your decision?	1: Not effective in any way 2: Not effective 3: Not sure 4: Effective 5: Very effective
X10:Is good-humored personnel important factor for you?	1 .Not at all, 2:It is not important 3: Not sure 4: Important 5. Very important

X11:Would you like to listen to the music when shopping?	1: Not at all, 2: I don't 3: Not sure 4:I do 5. I like it very much
X12:Do you find the market you shop clean enough?	1:Not clean at all 2: Not clean 3:Not sure 4: Clean 5. Very clean
X13:To what degree do the width and decoration of the market matter?	1 :Not at all, 2:Not important 3: Not sure 4: Important 5. Very important
X14:Are promotions and sales effective on your shopping decision?	1: Not at all 2: Not effective 3: Not sure 4: Effective 5: Very effective
X15S:Would you like your purchases to be taken home for free?	1.:Not at all 2: I don't 3: Not sure 4:I do 5. Very much
X16: Do you think a reception desk to help in various issues is necessary?	1: Not at all 2.Not necessary,3: Not sure,4: Necessary 5:Very necessary
X17:Would you like signs showing the aisles of products?	1: Not at all 2: I don't 3: Not sure 4:I do 5. Very much
X18:Would you like the opportunity of phone and internet order?	1:Not at all 2: I don't 3: Not sure 4:I do 5. Very much
X19:What do you think should be the important thing in a market?	1 Hygiene 2 Quality of the products 3 Closeness 4 Cheapness 5 Width

Results of univariate logistic regression analysis of independent variables are shown in Table 2.

Table 2: Results of Univariate Logistic Regression Analysis of Independent Variables

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
X1	-,472	,252	3,508	1	,061	,624
X2	,170	,126	1,804	1	,179	1,185
X3	-,260	,273	,905	1	,342	,771
X4	-,078	,051	2,317	1	,128	,925
X5	-,183	,148	1,539	1	,215	,832
X6	,220	,104	4,449	1	,035	1,246
X7	-,696	,238	8,535	1	,003	,499
X8	,030	,137	,047	1	,828	1,030
X9	,381	,115	10,870	1	,001	1,463
X10	,217	,149	2,142	1	,143	1,243
X11	,253	,111	5,187	1	,023	1,287
X12	,807	,143	31,809	1	,000	2,241
X13	,233	,135	2,969	1	,085	1,262
X14	,253	,108	5,483	1	,019	1,287
X15	-,186	,103	3,270	1	,071	,830
X16	,110	,139	,626	1	,429	1,117
X17	-,067	,141	,226	1	,635	,935
X18	,223	,106	4,408	1	,036	1,250
X19	-,115	,132	,760	1	,383	,891

According to the Table 2, p significance values of X1, X2, X4, X5, X6, X7, X9, X10, X11, X12, X13, X14, X15, X18 are smaller than 0,25 while p significance values of X3, X8, X16, X17, and X19 are bigger than 0,25. In this situation X3, X8, X16, X17 and X19 are removed from the model.

For the determination of the proper model backward LR is used. When this method is used, computer begins with a model that adds single estimations to the model and then the computer starts removing the predictors until none of the remaining predictors have a significant score statistic (Field, 2009: 272).

In this vein, proper model in the study was determined in 11 steps. Data regarding the model is shown in Table 3.

Table 3: Variables Added to the Model

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender (1)	,692	,278	6,185	1	,013	1,997
Cashier			9,044	2	,011	
Cashier(1)	,873	,713	1,500	1	,221	2,395
Cashier(2)	,851	,295	8,339	1	,004	2,342
S9	,284	,130	4,772	1	,029	1,329
S12	,791	,152	27,029	1	,000	2,206
Constant	-3,076	,718	18,344	1	,000	,046

Variables 1: Gender, Age, Marital status, Profession, Education, Income, Cashier, X9, X10, X11, X12, X13, X14, X15, X18. In the variable gender “females” were taken as base category, in the variable cashier, “it doesn’t matter” was taken as base category.

In the predicted model, constant term -3,076 gives the log probability value when the other variables are 0. Gender of the participants, gender of the cashier, convenience of entering and exiting the market and the hygiene of the market were determined to be very important factors.

If the model is analyzed; firstly, when females are considered as the base category, it can be seen that customer satisfaction of females is 1.997 times higher than the satisfaction of males. Secondly, when “it doesn’t matter” is taken as the base category in regard to the responses given to the “gender of the cashier”, it can be noticed that customer satisfaction of participants who are in favor of female cashier is 2,342 times higher than the satisfaction of participants who answer as “it doesn’t matter”. Customer satisfaction of participants who are in favor of male cashier is 2,395 times higher than the satisfaction of participants who answer as “it doesn’t matter”.

It can be seen that customer satisfaction is 1,329 times higher when entrance and exit to the market is easier. In addition, customer satisfaction is 2,206 times higher when markets

are cleaner. In the sense of the compliance of the model, these results were found: Chi-square=53.336; $p=0,000<0,05$; Cox-Snell = 0,123; and Nagelkerke =0,196. These results being close to 0,20 makes the model meaningful (Alpar, 2013). Hence, established model is statistically meaningful. According to Hosmer-Lemeshow test results, predicted model is considered to be sufficient in regard to guessing the degree of customer satisfaction from markets in Diyarbakir (Chi-square=10,980, $sd=8$ and $P=0,203$).

At the end of the study, a model is proposed and gender of the customer, gender of the cashier, convenience of entrance and exit, satisfaction from the hygiene of the market have been identified as the factors affecting the general degree of customer satisfaction from the service of the markets for the said model. In this regard, in a market where cashier is female, if a male customer gives 3 to the convenience of the entrance and exit and hygiene has a probability of 84.4% of being satisfied from the service of the market. Again, if a male customer gives 1 to the convenience of entrance and exit and hygiene to a market where cashier is female, he has a probability of 38.7 % of being satisfied from the service of the market.

Classification success of logistic regression model is shown in Table 4.

Table 4: Classification Success of the Logistic Regression Model

Observation	Prediction			
	Not satisfied	Satisfied	Satisfaction	
Not satisfied	Not satisfied	10	69	12,7
	Satisfied	10	318	97,0
Total percentage			80,6	

Classification table shows the classification success of the model based on the points given by the participants that determine the satisfaction level. When Table 4 is analyzed logistic regression model seems to be 80,6% successful in assigning the observations. As a result, 10 participants who were actually satisfied were assigned as not satisfied and 10 participants who were not satisfied were assigned as satisfied.

4. DISCUSSION

This study aims to determine the factors increasing and decreasing satisfaction level of customers. The second aim of the study is to detect whether there is a meaningful relation between markets and demographic factors of the customers. If the literature is studied, it will be seen that customers evaluate the quality of the service provided by the markets thoroughly.

The fact that the expectations of customers on hygiene have been met by markets coincide with the finding of Yapraklı and Orhan (2020) that hygiene is a crucial factor in choosing the market. Nevertheless, Merchan et al. (2020) determined that the level of direct connection

between hygiene of the markets and customer satisfaction is little. Cultural differences on hygiene will naturally yield different results for different samples. The fact that customers who prefer female cashiers are more than customers who prefer male cashiers matches with the results of the study of Demir (2011). The fact that female cashiers are more favored can be attributed to the kindness of females and their positive attitude towards customers. Not complaining when faced a problem in the markets is a sociological matter of which background should be studied.

Participants generally check expiration dates of products. This finding indicates a similar result drawn in the study of Chandra (2020). It is evident that customers are conscious on that matter. Participants are usually in favor of national and international markets and local markets seem to be less favored. This finding overlaps with the results of the study of Sapmaz and Yercan (2015). The finding that males favor BİM and females favor Carrefour can be explained by males' rational shopping habits. For women, product range and general atmosphere of the market can be effective factors since emotional dynamics play role. This can be the reason why females prefer Carrefour. Besides, Savaşkan ve Çatı (2021) discovered that female customers follow promotions more closely and are more inclined towards discount products. In this respect, Results in aforementioned study coincide with the results of this study. Different research done with different samples set forth that there is a shift between rationality and emotionality in regard to gender. For example, Şengün (2016) found that females are more conscious customers than males. However, in literature, Results showing males as more conscious are generally observable. This is substantially a result of different samples.

Participants generally check expiration dates of products. This finding indicates a similar result drawn in the study of Chandra (2020). It is evident that customers are conscious on that matter. Participants are usually in favor of national and international markets and local markets seem to be less favored. This finding overlaps with the results of the study of Sapmaz and Yercan (2015). The finding that males favor BİM and females favor Carrefour can be explained by males' rational shopping habits. For women, product range and general atmosphere of the market can be effective factors since emotional dynamics play role. This can be the reason why females prefer Carrefour. Besides, Savaşkan ve Çatı (2021) discovered that female customers follow promotions more closely and are more inclined towards discount products. In this respect, Results in aforementioned study coincide with the results of this study. Different research done with different samples set forth that there is a shift between rationality and emotionality in regard to gender. For example, Şengün (2016) found that females are more conscious customers than males. However, in literature, Results showing males as more conscious are generally observable. This is substantially a result of different samples.

The fact that married couples favor BİM can be associated with BİM being a discount store. Because after marriage, costs increase, and people act more carefully while shopping. In the

study of Sapmaz and Yercan (2015), BİM is positioned as the cheapest market in the minds of people. Again, this can be attributed to the fact that BİM is a discount store. Gender of the customer, gender of the cashier, convenience of entrance and exit and the hygiene of the market have been determined as the factors affecting customer satisfaction and this situation overlaps with the discoveries of the studies of Bahar (2008), Bahar and Durmaz (2011), Demir (2011), Fazlzadeh et al. (2012), Tatlı (2014) and Yapraklı and Orhan (2020).

This study aims to determine customer satisfaction of individuals living only in the city of Diyarbakır. When this fact is considered, it can be said that this study cannot be generalized. Future studies can focus on how markets should get ready to stand to the changes in the concept of service with different samples given the conditions created by Covid-19 pandemic. While importance of hygiene differentiated by each person before pandemic, pandemic brought people under the same umbrella since everyone must obey the hygiene rules anymore. Besides, online shopping has the potential to add another dimension to the studies. It is known that with people getting accustomed to using internet more and more, online shopping has become a daily habit for people. In this context, what markets should do in terms of digitalization to meet the requests and needs of people can be scrutinized.

CONCLUSION

Most of the results of this study, which aims to determine the factors decreasing and increasing the satisfaction level of customers, support the literature while a little do not. According to the first hypothesis, the idea that there is a meaningful relation between market choices of participants and their gender was put forward. According to the Chi-square test statistics p significance value was found to be $0,038 < 0,05$ and hence hypothesis is verified. According to the cross table analysis, it was found out that 30.1% of the males prefer BİM and 25.8% of the females prefer Carrefour. As a contribution to the literature, markets chosen by customers and gender were found to be related. In the second hypothesis, the idea that there is a meaningful relation between market chosen and marital status of customers was put forward. According to the Chi-square test statistics p significance value was found to be $0,038 < 0,05$ and hence second hypothesis is also verified. When the cross table is analyzed it can be seen that 33.6% of married participants choose BİM.

The second aim of the study is to detect the factors that increase and decrease satisfaction level of customers. To this end, market customers in the city of Diyarbakır were asked to score the services of the markets. As a result, satisfaction level from the services of female cashiers were found to be higher. In addition, it was found that entrance and exit convenience of markets increase satisfaction level of customers from these markets by 1,329 times. Satisfaction level of customers who find markets clean was found to be 2,206 times higher.

In a market where cashier is female, if a male customer gives 3 to the convenience of the entrance and exit and hygiene has a probability of 84.4% of being satisfied from the service

of the market. Again, if a male customer gives 1 to the convenience of entrance and exit and hygiene to a market where cashier is female, he has a probability of 38.7 % of being satisfied from the service of the market. These Results prove that hygienic markets with female cashiers, and easy entrance and exit are more favored. Therefore, it can be iterated that the quality of the services of the markets is closely related to factors such as the existence of female cashiers, hygiene and easy entrance and exit.

If the results of the study are scrutinized, it can be iterated that some Results which can be labelled as subjective are evident. Expectations from the service of the markets will differ according to the changes in quality and quantity of demographic variables. In addition, the results of this study will serve as important data for markets in gaining competitiveness.

In the light of the results of the study below suggestions can be made:

Local markets need to focus on promotional activity. It will also be logical for them to have broad distribution webs to be able to meet customer needs. Having fierce competition with discount markets, local markets should look for ways to satisfy customers with extra standard services. Customers should be taught their rights to complain to relevant authorities when necessary so that quality of the service will increase eventually. Furthermore, markets making entrance and exit easier for customers, giving attention to the hygiene and keeping the shelves clean will increase customer satisfaction.

In the light of the model proposed on the basis of logistics regression analysis, gender of the customer, gender of the cashier, convenience of entrance and exit and the hygiene of the market have been determined as the factors affecting customer satisfaction. Thereby, these factors should be given due attention.

This study aims to determine customer satisfaction of individuals living only in the city of Diyarbakır. When this fact is considered it can be said that this study cannot be generalized. Future studies can focus on how markets should get ready to stand to the changes in the concept of service with different samples given the conditions created by Covid-19 pandemic. While importance of hygiene differentiated by each person before pandemic, pandemic brought people under the same umbrella since everyone has to obey the hygiene rules anymore. Besides, online shopping has the potential to add another dimension to the studies. It is known that with people getting accustomed to using internet more and more, online shopping has become a daily habit for people. In this context, what markets should do in terms of digitalization to meet the requests and needs of people can be scrutinized.

MARKETLERİN SUNDUKLARI HİZMETTEN DUYULAN MEMNUNİYET: ÇOKLU LOJİSTİK REGRESYON İLE BİR MODEL ÖNERİSİ

1. GİRİŞ

Kolayda ürünler ve yaygın dağıtım ağıyla tüketicilerin sıkça alışveriş yaptıkları marketler, günlük hayatta önemli bir yere sahiptir. Nüfusun artması ve tüketici isteklerindeki çeşitlilik bakkal kültüründen süpermarket ve hipermarketlere geçişi sağlamıştır. Bunun yanında farklı gelir gruplarına da hitap etme adına indirimli mağazalar da popüler hale gelmeye başlamıştır. Ayrıca dijitalleşmenin ve günümüzde etkisini sürdüren Covid -19 pandemisinin etkisiyle e-ticaret kanalıyla da müşterilerine hitap eden marketlerin sayısı hızla artmaktadır.

Bu çalışmada market müşterilerinin satın alma alışkanlıklarının demografik değişkenler ile ilişkisi araştırılmıştır. Ayrıca marketlerin sunduğu hizmetten duyulan memnuniyeti arttıran veya azaltan unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla araştırma, bir alan araştırması niteliğinde olup anket uygulanmıştır. Bunun için de katılımcıların demografik bilgilerinin yansırı daha çok tercih ettikleri marketleri ve bu marketlerden beklentilerini ölçmeye yönelik sorular yöneltilmiştir.

2. YÖNTEM

Diyarbakır ilinden 407 tüketici, marketlerin sunduğu hizmetlerin kendi beklentilerini ne ölçüde karşılayıp karşılamadığını ifade etmişlerdir. Gelen yanıtlar Frekans analizi ve Ki-kare testlerine tabi tutulmuştur. Ayrıca model kurma noktasında çoklu lojistik regresyon yönteminden faydalanılmıştır. Çalışmada, Lebe (2006)'nin ölçeğinden faydalanılmış ve anket Diyarbakır iline göre uyarlanmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmanın bulgularına bakıldığında ilkin tercih edilen market ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Katılımcıların cinsiyeti ile tercih ettikleri market arasındaki ilişki için oluşturulan çapraz tablo incelenmiş ve erkeklerin %30,1'inin BİM'i; kadınların ise %25,8'inin Carrefour'u tercih ettikleri görülmüştür. Tercih edilen market ile katılımcıların medeni durumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumları ile tercih ettikleri market arasındaki ilişkiyi gösteren çapraz tablo incelendiğinde evlilerin %33,6 sının BİM'i tercih ettikleri görülmüştür.

Model katsayıları incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre kadınlar referans kategori olarak alındığında kadın market müşterilerine göre erkeklerde marketlerin sundukları hizmetlerden memnuniyetin 1,997 kat fazla olduğu görülmüştür. Kasiyerin cinsiyeti değişkenine "*fark et-*

mez” referans kategorisine göre kasiyerin “kadın” olmasını isteyenlerde marketlerin sundukları hizmetlerden duyduğu memnuniyeti 2,342 kat fazladır. “Kasiyerin cinsiyeti farketmez” diyenlere göre erkeklerde memnuniyet 2,395 kat fazladır ancak bu fark anlamlı değildir.

Çalışmada önerilen model için müşterinin cinsiyeti, kasiyerin kim olduğu market giriş çıkışı kolaylığı ve market temizliğinden duyulan memnuniyet, marketlerin sundukları hizmetlerden duyulan memnuniyeti etkileyen değişkenler olarak belirlenmiştir. Kasiyeri kadın olan markete giriş çıkışı kolaylığını ve temizliği 3 üzerinden değerlendirilen bir markette alışveriş yapan erkek müşterinin marketlerin sundukları hizmetlerden memnun olma olasılığı %84.4 tür. Yine bay müşterinin kadın kasiyer olan bir markette giriş çıkışı kolaylığını 1 ve temizliği 1 olarak değerlendirdiği bir marketten memnun olma olasılığı %38.7 dir. Lojistik regresyon modelinin gözlemleri doğru atama genel yüzdesi %80.6 olarak hesaplanmıştır.

4. TARTIŞMA

Araştırmanın amacına yönelik elde edilen bulguların literatürce genel olarak desteklendiği; bazen de desteklenmediği gözlenmiştir. Temizlik konusunun market tercihinde önemli bir faktör olduğuna ilişkin Yapraklı ve Orhan (2020)’in araştırmalarındaki bulgularla bu araştırmadan elde edilen bulgular örtüşmektedir. Bununla beraber Merchan vd. (2020)’nin araştırmasında market temizliğinin tüketici memnuniyeti ile çok az doğrudan bir ilişki tespit edilmiştir. Temizlik konusundaki kültürel farklılıklar, tabiatıyla farklı örneklemelerde farklı sonuçlar ortaya koyacaktır. Kadın kasiyerdan memnun olma oranının daha fazla olması, Demir (2011)’in elde ettiği sonuçla örtüşmektedir. Bu da kadınların müşteriler ile daha çok ilgilenmesi ve yaratılış itibarıyla daha nezaketli olmaları ile ilişkilendirilebilir. Katılımcıların marketlerde karşılaştıkları olumsuzlukları genel olarak şikayet yoluna gitmemesi, konunun sosyolojik arkaplanının da araştırılmasını gerektirmektedir.

Katılımcıların, son kullanma tarihine büyük oranda bakmaları Chandra (2020)’nin çalışmasıyla benzer bir sonucu belirtmektedir. Dolayısıyla katılımcıların bu konuda bilinçli oldukları görülmektedir. Market tercihlerinde ulusal ve uluslararası markaların daha fazla tercih edilmesi yönünde elde edilen bulgu, Sapmaz ve Yercan (2015)’in çalışmasındaki sonuçla örtüşmektedir. Erkeklerin daha çok BİM’i; kadınların ise daha çok Carrefour’u tercih etmelerinde erkeklerin tüketim alışkanlıklarının rasyonelliği ile açıklanabilir. Kadınlarda ise daha çok duygusal dinamikler hâkim olduğundan ürün çeşitliliği ve mağaza atmosferi kadınların alışverişlerinde daha etkili olabilmektedir. Kadınların bu sebepten Carrefour’u tercih etmiş oldukları söylenebilir. Bunun yanında Savaşkan ve Çatı (2021)’nin çalışmalarında kadın müşterilerin promosyonları yakından takip ettikleri, indirimli ürünlere erkeklere göre daha fazla yönelindikleri bulgulanmıştır. İlgili araştırmadaki bu bulgu ile bu çalışmadaki bulgu örtüşmemektedir.

Evlilerin BİM’i diğer marketlere göre daha fazla tercih etmesi BİM’in ucuzluk mağazası olması ile ilişkilendirilebilir. Evlilikle birlikte maliyetlerin artması sebebiyle harcamaların daha

dikkatlice yapılması gerekmektedir. Sapmaz ve Yercan (2015)'in araştırmasında BİM'in, en ucuz market olarak konumlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu da BİM'in ucuzluk mağazası olması ile ilişkilendirilebilir. Müşterinin ve kasiyerin cinsiyetinin, markete giriş **çıkış** kolaylığının ve market temizliğinden duyulan memnuniyetin, marketlerin sundukları hizmetlerden duyulan memnuniyeti etkileyen değişkenler olarak tespiti; Erkmen ve Yüksel (2008), Bahar ve Durmaz'ın (2011), Demir (2011), Fazlzadeh vd.(2012), Tatlı (2014), Yapraklı ve Orhan (2020)'in araştırmalarında elde ettikleri bulgularla örtüşmektedir.

Bu çalışma sadece Diyarbakır ilinde yaşayan bireylerin marketlerden memnuniyetlerini ortaya koymayı hedeflemiştir. Bu yönüyle bakıldığında araştırma genellenemez. Yaşanan Covid-19 pandemi süreci de düşünüldüğünde, sonraki çalışmalarda farklı örneklemelerde ve özellikle de marketlerin sunacakları hizmet konseptinde krizle beraber ne tür değişikliklere hazır olmaları gerektiği konusuna bakılabilir. Müşterilerin temizlik konusundaki beklentileri geçmişe göre daha da önem arzetmekteyken; bu süreçle beraber hijyen kurallarına uymak zorunlu hale gelmiştir. Ayrıca, özellikle Covid-19 pandemi sürecinde önemli bir gündem olan online alışveriş konusuyla da bu çalışmaya yeni bir boyut kazandırılabilir. İnternet kullanımına olan ilginin her geçen gün artmasının yanında salgın gibi zorunlu nedenler ile bireylerin günlük alışverişlerini de online ortamda yapmaya başladıkları bilinmektedir. Marketlerin bu noktada müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için dijitalleşme ve ötesinde neler yapmaları gerektiği irdelenebilir.

SONUÇ

Marketlerin sunduğu hizmetten duyulan memnuniyeti arttıran ve azaltan unsurları tespit etmek amaçlı yürütülen bu çalışmada bu ilk amaca ilişkin oluşturulan ilk hipotezde katılımcıların alışveriş yaptıkları marketler ile cinsiyetleri arasında anlamlı ilişki olduğu fikri ortaya atılmıştır. Hipotez doğrulanmıştır. Cinsiyet olgusunun alışveriş kültürü üzerindeki etkisini göstermesi açısından bu sonuç önemlidir. Ayrıca literatüre katkı olması anlamında tercih edilen marketin de cinsiyet ile ilişkili olduğu saptanmıştır. İkinci hipotezde alışveriş yapılan market ile medeni durum arasında bir ilişkinin var olduğu yönünde fikir ortaya atılmıştır. Bu hipotez de doğrulanmıştır. Medeni durum değiştikçe tercih edilen marketin daha realist bir düzlemde ele alınması gerektiğini ortaya koyması açısından bu bulgu önemlidir.

Araştırmanın ikinci amacı marketlerin sunduğu hizmetten duyulan memnuniyeti arttıran veya azaltan unsurları belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Diyarbakır ilinde market müşterilerinin marketlerin sunduğu hizmetleri puanlamaları istenmiştir. Bu puanlama neticesinde özellikle kadın kasiyerlerden memnuniyetin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca giriş çıkış kolaylığı ve hijyen kurallarına uymanın sunulan hizmetlerden memnuniyeti arttırdığı tespit edilmiştir. Tüm bunlar kasiyeri kadın, hijyenik ve giriş çıkış kolaylığı olan marketlerin daha fazla tercih edildiği sonucunu ortaya koymaktadır. Sunulan hizmetin niteliğinde yapılacak olası değişiklikler için bu sonuç önemli bir yol göstericidir.

Çalışmada çıkan sonuçlara bakıldığında öznel olarak nitelendirilebilecek saptamalara ulaşıldığı ifade edilebilir. Marketlerin sunduğu hizmetlerden beklenenler demografik değişkenlerin sayı ve niteliğindeki değişimlere bağlı değişiklik arz edecektir. Bunun yanında rekabet gücü de kazanmaları açısından bu çalışmada elde edilen sonuçlar marketlere önemli bir veri olacaktır.

REFERENCES

- Agresti, A. (2007). *An Introduction to Categorical Data Analysis*, . New Jersey: JohnWiley & Sons, Inc.
- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş., & Torlak, Ö. (2012). *Modern Pazarlama*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Bahar (Oruç), R., & Durmaz, Y. (2011). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 69-72.
- Chandra, B. (2020). Do customers pay attention to nutrition labels when they buy an online food product?. *Studies in Indian Place Names*, 40(60).
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, M.(2011). İş yaşamında ayrımcılık: Turizm sektörü örneği, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1).
- Erkmen, T., & A.Yüksel, C. (2008). Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri İle Demografik ve Sosyo Kültürel Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(2), 683-727.
- Erkmen, T., & Yüksel, C. (2008). Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(2), 683-727.
- Eru, O. (2013). *Süpermarket Sektöründeki Mobil Pazarlama Uygulamalarının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Aydın Örneği* . Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi S.O.B.E.
- Fazlzadeh, A., Sahebalzamani, S., & Sarabi, B. (2012). Key Factors Affecting Customer Satisfaction with Iranian Retailer Stores: Evidence from Hypermarkets and Supermarkets. *IUP Journal of Marketing Management*, 11(4).
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS Third Edition*. London: SAGE.
- Gavcar, E., & Didin, S. (2007). Tüketicilerin “Perakendeci Markalı” Ürünleri Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler: Muğla İl Merkezinde Bir Araştırma. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 21-32.

- Ghemawt, P. (2002). Competition and Business Strategy in Historical Perspective. *Business History Review*, 76(1), 37-73.
- Güriş, s., & Astar, M. (2015). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*. İstanbul: DER Yayınları.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kayri, M., & Çokluk, Ö. (2010). Using Multinomial Logistic Regression Analysis In Artificial Neural Network: An Application. *Ozean Journal of Applied Sciences*, 3(2), 259-268.
- Lebe, F. (2006). *Tüketici Davranış ve Tercihlerinin Analizi: Erzurum İçin Bir Uygulama*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Merchan, D., Agila, M., Criollo, M., & Arteaga, M. (2020). Food Market Hygiene in the Consumer Experience. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(4), 253-261.
- Okumuş, A., & Bulduk, S. (2003). Tüketicilerin Süpermarketlerdeki Alışveriş Alışkanlıkları ve Ürün Seçimini Etkileyen Etmenler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(4), 71-82.
- Örücü, E., & Tavşancı, S. (2001). Gıda Ürünlerinde Tüketicinin Satın Alma Eğilimini Etkileyen Faktörler ve Ambalajlama. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*(3), 11-12.
- Penpece, D. (2006). *Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi*. Kahramanmaraş: Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Polat, C., & Külter, B. (2007). Tüketicilerin Perakende Mağaza Tercihini Etkileyen Faktörler: Niğde İli Örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 109-126.
- Sapmaz, K., & Yercan, M. (2015). Tüketicilerin Market Markalı ve Üretici Markalı Gıda Ürünlerinin Analizi: İzmir İli Örneği. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 52(3), 317-325.
- Savaşkan, A. G., & Çatı, K.(2021). Investigation Of Consumer Behavior In Market Shopping In The Gender Context. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(77), 255-272.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Impact of perceived value on the satisfaction of supermarket customers: developing country perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(11).
- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction. *The TQM Journal*, 32(3).
- Şengün, H. İ. (2016). *Tüketicilerin Yeşil Ürünleri Tercih Etme Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Diyarbakır Örneği*. Malatya: İnönü Üniversitesi S.O.B.E. Basılmamış Doktora Tezi.

- Tatlı, H. (2014). Market Müşterilerinin Tercihini Etkileyen Faktörler: Bingöl İli Örneği. *Es-kişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 233-252.
- Uyar, K. & Oralhan, B. (2019). Tüketicilerin Süpermarket Tercih Kriterlerinin ve Mobil Uygulama Davranışlarının İncelenmesi, *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 27-52.
- Yapraklı, T. Ş., & Orhan, M. (2020). Mağaza Atmosferinin Satın Alma Davranışına Etkisi: Hazır Giyim Ve Gıda Perakendeciliği Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *ETÜ Sentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (1), 81-104.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM ÇIKIŞLARININ ANA ÜLKENİN EKONOMİK BÜYÜMESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ¹

Nur AYDIN²

Öz

Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneğinde araştırılmıştır. Bu kapsamda çalışma, 1993-2018 dönemi için panel veri analiz yöntemleriyle test edilmiştir. Çalışmada yatay kesit bağımlılığı; Pesaran ve Yamamata (2008) LM_{adj} testiyle analiz edilmiş ve ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Serilerin durağanlığı; Hadri ve Kurozumi (2012) panel birim kök testiyle sınanmış ve seriler birinci farkları alındığında durağandır. Seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Durbin-Hausman panel eşbütünleşme testiyle sınanmış ve serilerin eşbütünleşik olduğu görülmüştür. Eşbütünleşme katsayıları ise Panel AMG (2009) analiziyle sınanmıştır. Analiz sonucunda; bu ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki %10'luk bir artış ana ülkenin ekonomik büyümesini uzun dönemde %2.1 oranında arttırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışları, Ekonomik Büyüme, Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler, Panel AMG.

JEL Kodları: C23, F21, O40.

Başvuru: 18.04.2020

Kabul: 17.04.2021

1 Bu çalışma, 2019 yılında Doç. Dr. Necmiye CÖMERTLER danışmanlığında Nur AYDIN tarafından hazırlanan ve Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen “Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarının Ana Ülkenin Ekonomik Büyümesi, Dış Ticareti ve Yurt İçi Yatırımları Üzerindeki Etkileri” başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

2 Dr., Bağımsız Araştırmacı, Denizli/Türkiye, nurhepkarsi@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7068-9400

THE EFFECT OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH OF THE HOME COUNTRY³

Abstract

In this study, the effect of outward foreign direct investment on the economic growth of the home country are investigated in the example of developed and developing countries. In this context, the study has been tested with panel data analysis methods for the period 1993-2018. Cross-sectional dependence has been analyzed with LM_{adj} of Pesaran and Yamagata (2008) and it is concluded cross-sectional dependence among these countries. Stationarity of the series has been tested by means of Hadri and Kurozumi (2012) panel unit root test and they became stationary in the first difference. Cointegration relationship among series is tested by Durbin-Hausman panel cointegration test and series are observed to be cointegrated. Cointegration coefficients are tested by means of the Panel AMG (2009) analysis. As a result of the analysis; in these countries, a 10% increase in outward foreign direct investment has increased the home country's economic growth by 2.1% in the long term.

Keywords: *Outward Foreign Direct Investment, Economic Growth, Developed and Developing Countries, Panel AMG.*

JEL Codes: *C23, F21, O40.*

“Bu çalışma, Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırımlar, ulusal ekonomilerdeki kıt kaynakların etkin şekilde dağıtılmasını ve kullanılmasını sağlayan önemli araçlardan biridir. Bu yatırımlar, ülkeleri küresel ekonomiyle bütünleştirerek ülkelerin sermaye birikimlerini artırır. Bu sebeple ülkeler üretim kapasitelerini ve kârlarını arttırmak, küresel ekonomideki paylarını büyütme ve nitelikli işgücünden faydalanabilmek için doğrudan yabancı yatırımlara yönelirler. Ayrıca doğrudan yabancı yatırımlar, kıyasıya rekabetin söz konusu olduğu küresel ekonomide gelişmekte olan ülkeler için büyük ülke olma yolunda itici bir güç olabilmektedir.

Küresel ekonomide doğrudan yabancı yatırım çıkış miktarı⁴ 2007 yılında 18 trilyon dolar iken, 2018 yılında yaklaşık 31 trilyon dolardır. Doğrudan yabancı yatırım çıkış miktarı, gelişmiş ülkelerde 2007 yılında 15 trilyon dolar iken 2018 yılında 23 trilyon dolar; gelişmekte olan ülkelerde ise 2007 yılında 2 trilyon dolar olan doğrudan yabancı yatırım çıkış miktarı 2018 yılında 7 trilyon dolardır (UNCTAD-WIR, 2019: 216- 219). Bu durum, doğrudan ya-

3 The Extended English Summary is located below the Turkish article.

4 Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının stok değerleri kullanılmıştır.

bancı yatırım girişleri yanında doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının da küresel ekonomide payının giderek arttığını belirtmektedir.

Ülkelere göre doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ele alındığı 2018 yılında, gelişmiş ülkeler arasında 6 trilyon dolarla ABD ilk sırada yer almaktadır. Hollanda 2 trilyon 427 milyar dolarla ikinci sırada ve 1 trilyon 696 milyar dolarla İngiltere üçüncü sırada yer almaktadır⁵. Gelişmekte olan ülkelerde ise Çin 1 trilyon 938 milyar dolarla⁶ ilk sıradadır (UNCTAD-WIR, 2019: 216- 219). Gelişmekte olan ülkeler arasından Çin, yurt içine yabancı yatırım çekme üstünlüğünün yanında yabancı piyasalara yatırım yapma da da önemli bir pozisyonadadır.

Günümüzün küreselleşen dünyasında doğrudan yabancı yatırım çıkışları özellikle gelişmekte olan ülkeler için oldukça yeni bir olgudur. Gelişmekte olan ülkeler başta, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını sermaye çıkışı olarak görmüştür. Fakat doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ülke ekonomisine katkıları hissedildikçe bu yatırım çıkışlarıyla ilgili politikalar da geliştirilmeye başlanmıştır. Doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülkedeki yatırım rekabetini arttırmada, uzun soluklu ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamada, üretim süreçlerini geliştirmede, ana ülkeye ileri teknoloji- nitelikli eleman transferinde ve yeni ihracat pazarlarını arttırmada önemli rol oynamaktadır (Banga, 2005: 195-196; Luo ve Tung, 2007: 482). Bu sebeple gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının önemi büyüktür.

Bu kapsamda çalışmanın amacı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneğinde, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Aynı zamanda çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından gelişmiş ülkeler mi yoksa gelişmekte olan ülkeler mi daha fazla etkilenmektedir?
- Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi bakımından ülkeler arasında büyük farklılıklar var mıdır?
- Uzun ve kısa dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışları ekonomik büyümeyi ne yönde etkilemektedir?

Çalışmayı özgün kılan hususlar ise doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin ekonomik büyümesine olan etkisinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneğinde araştırılacak olması, gelişmekte olan ülkelere doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını analiz eden çalışmaların kısıtlı olması ve Türkiye'nin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını ele alan çalışmaların

5 Yukarıdaki değerler doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının stok değerleridir. Bu nedenle Japonya 1 trilyon 665 milyar dolar yatırım çıkışıyla dördüncü, Almanya 1 trilyon 645 milyar dolarla beşinci, Fransa 1 trilyon 507 milyar dolarla altıncı, Kanada ise 1 trilyon 325 milyar dolar ile yedinci sıradadır.

6 Yukarıdaki değerler doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının stok değerleridir. Bu nedenle Rusya 344 milyar dolar ile ikinci, Güney Afrika 237 milyar dolarla üçüncü, Brezilya 229 milyar dolar ile dördüncü, Hindistan 166 milyar dolar ile beşinci, Meksika 152 milyar dolar ile altıncı sırada yer almaktadır. Türkiye ise 49 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım çıkışı yapmış olup analize yazar tarafından ilâve edilmiştir.

az olması olarak sıralanabilir. Bu nedenlerle çalışmanın literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca doğrudan yabancı yatırım çıkışlarıyla ilgili karar vericiler için bir kılavuz olabilir.

Bu çalışmada, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi 1993-2018 dönemi ele alınarak incelenmiştir. Çalışmada panel birim kök testi ve panel eşbütünlük testi kullanılarak faydalanılmıştır. Çalışmanın giriş sonrası bölümünde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi literatür özetleriyle birlikte verilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki etki ekonometrik analizlerle test edilmiştir. Sonuç ve tartışma bölümünde araştırma neticesinde elde edilen bulgular tartışılarak ele alınmıştır.

1.1. Literatür Taraması

Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY, Foreign Direct Investment: FDI), yerleşik bir işletmenin yabancı bir ekonomide fabrika, arazi, bina gibi fiziki varlıkları edinmesine denir (UNCTAD, 1999: 465). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2014)'na göre doğrudan yabancı yatırımlar, ülke içerisinde bulunan yerleşik firmaların, yabancı piyasada yeni bir şirket kurması, mevcut bir şirkete ortak olması veya şube açması sonucunda yönetimde söz hakkı sağlayan yatırımlardır. Doğrudan yabancı yatırımlar, iki türlü ölçülmektedir. Bunlar Akım DYY ve stok DYY'dir. Akım DYY, belirli bir zaman diliminde (genellikle bir yıl) üstlenilen DYY miktarını belirtirken; stok DYY, belirli bir zamanda yabancı sermayeli varlıkların toplam birikmiş değerlerini belirtmektedir (Hill, 2009: 250).

Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışları (DYYÇ, Outward Foreign Direct Investment: OFDI) ise yerli yatırımcı tarafından yurt dışındaki kaynaklara yönelik gerçekleştirilen yatırımlardır. Yerel bir firmanın faaliyetlerini sıfırdan yabancı yatırım, birleşme/satın alma veya mevcut bir yabancı tesisin genişletilmesi yoluyla yabancı ülkeye girdiği iş stratejisine de Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışları denmektedir (Investopedia, 2017). Örneğin; Türkiye'den dışarı giden doğrudan yabancı yatırımlar, DYY çıkışı olarak adlandırılır. Bu yabancı yatırımların yapıldığı ve sermaye ithâl eden ülkeye, ev sahibi ülke; yabancı yatırımların kaynağını belirten ve sermaye ihraç eden ülkeye ana ülke veya yatırımcı ülke denir (UNCTAD, 2001: 5).

Küresel değer zinciri genişledikçe ve firmalar uluslararasılaşmasını sürdürdükçe yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarına karşı olanlara göre firmalar ihracat yaparak girdiği piyasaya, doğrudan yabancı yatırım yaparak girerse bu yatırımlar yerli üretimin yerine geçer. Bu durum ana ülkede ekonomik büyümeyi azaltır. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını savunanlara göre ise DYY, yeni pazarlara girişi kolaylaştırır ve düşük maliyetle ara malı erişimini sağlar. Bu durum ise ana ülkede çıktı artışına sebep olur ve ekonomik büyümeyi artırır (Herzer, 2011: 1355).

Son zamanlarda yapılan araştırmalar, uzun dönemde DYYÇ'nin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin pozitif olduğunu göstermektedir (Herzer, 2010; Chen ve Zulkifli, 2012; Her-

zer, 2012; Behbehani ve Hallaq, 2013; Memdani, 2016; Panyagometh, 2016; Chen, 2018). Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkileri, yatay DYY ve dikey DYY olmak üzere yatırımlar ikiye ayrılarak aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Yatay DYY, aynı mal ve hizmet üretimini çeşitli ülkelerde gerçekleştirmek ve yeni pazarlara erişmek için yapılan yatırımlardır. Yatay DYY ile yabancı yatırım çıkışında bulunan ana firma, ana ülkenin ekonomik büyümesini kısa ve uzun dönemde farklı şekilde etkileyebilir. Ana firma, yabancı piyasaya ihracat yerine yatay DYY ile girerse, ana ülkenin üretimi azalabilir (Herzer, 2010: 478- 479; Aydın ve Cömertler, 2017: 38). Üretimdeki bu azalış kısa dönem için geçerlidir. Uzun dönemde ise yatay DYY, ana firmanın yeni pazarlara girmesini ya da mevcut pazarlara başarılı bir şekilde nüfuz etmesini sağlar. Yabancı pazara nüfuz eden ana firma, diğer firmalara karşı rekabet gücünü artırır. Artan rekabet, ana ülkede verimlilik ve üretim artışını sağlar (Desai, Foley ve Hines, 2005: 4). Böylece ana ülkenin ekonomik büyümesi artar.

- Dikey DYY, uluslararası faktör fiyatlarındaki farklılıklardan dolayı yapılan yatırımlardır. Bu yatırımlar ana firmaya, ara mallarını yabancı firmadan düşük maliyetle ithâl etmelerini sağlar (Herzer, 2010: 479). Ayrıca ana firma, yabancı piyasada daha düşük maliyetle nihai mal üretebilir. Dikey DYY sayesinde ana firmalar yurt içinde üretimini artırır. Böylece ana ülkenin ekonomik büyümesi pozitif etkilenir (Kokko, 2006: 8).

Doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan firma, yaptığı yatırımlarla ev sahibi ülkedeki hammadde ve sermaye mallarına erişimini kolaylaştırır. Böylece DYYÇ yapan ana ülke, yabancı ülkedeki arz güvenliğini sağlamış olur. Arz güvenliğini sağlayan ana firma, ülke içinde üretim kapasitesini arttırarak ekonomik büyümesine katkıda bulunabilir (Zang, 2012: 74; Knoerich, 2018: 1).

Yabancı yatırım yapan firmaların, yabancı piyasada kazandığı kârın ana ülkeye transferi, ana ülkenin ödemeler dengesini iyileştirir⁷. Ödemeler dengesindeki pozitif etki, ana ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunabilir (Hill, 2009: 270).

Ana firmalar, ileri teknolojiye sahip olan yabancı bir piyasada, firma satın alabilir ya da bu piyasada Ar-Ge tesisleri kurabilir. Ana firma yaptığı bu doğrudan yabancı yatırım faaliyetiyle yabancı piyasadaki ileri teknolojiyi kopyalayabilir veya bu piyasadan kaynak sağlayabilir. Ana firma böylece, ev sahibi ülkede elde ettiği teknolojik bilgi birikimi, yönetim teknikleri, tüketici tercihleri gibi kazanımları geriye doğru bağlantılarla kendi ülkesine aktarır. Aktarılan yeni bilgiler, ana ülkenin çıktısında artışa neden olabilir (Fosfuri ve Motta, 1999: 618).

Williams (2009)'a göre DYYÇ, ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde iki etki doğurmaktadır. Birincisi, DYYÇ'nin ana ülkenin büyümesini tamamlayıcı etkisi, ikincisi ise ikame edici etkisidir. Ana ülkedeki çok uluslu şirketler, üretimde maliyet avantajı sağlamak için ev

7 Örneğin; Toyota'nın Avrupa'daki oto montaj operasyonlarına yatırımı, Japonya'nın ödemeler dengesini pozitif etkilemiştir. Çünkü Toyota, Avrupa merkezli otomatik montaj operasyonları için bazı bileşenleri doğrudan Japonya'dan ithal etmektedir (Hill, 2009: 270).

sahibi ülkeye dikey yatırım yaparsa yabancı piyasada üretim daha kârlı hâle gelir. Ana ülke sağladığı maliyet avantajıyla kendi ülkesinde üretim faktörlerini daha etkin kullanır ve yurt içinde çıktı artışına neden olur. Artan çıktı artışı, ana ülkenin ekonomik büyümesini pozitif etkiler. Bu duruma, DYYÇ'nin, ekonomik büyümeyi tamamlayıcı etkisi denir. Ana firma, ev sahibi ülkede gümrük tarifesi ve kota gibi ticareti engelleyen faktörlerden dolayı yatay yatırım yaparsa yabancı üretim yurt içi üretimi azaltır. Azalan yurt içi üretim ana ülkenin ekonomik büyümesinde azalışa neden olur. Buna DYYÇ'nin, ekonomik büyümeyi ikame edici etkisi denir. Başka bir deyişle yabancı üretim, yurt içi üretimin yerine geçer.

Herzer (2011)'e göre ise gelişmekte olan ülkelerde DYYÇ'nin ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi negatif olabilir. Çünkü gelişmekte olan ülkelerin yabancı sermaye piyasalarına erişimi, gelişmiş ülkelere göre daha kısıtlıdır. Bu durumda, gelişmekte olan ülkelerin firmaları, gelişmiş ülkelerdeki firmalara göre daha fazla doğrudan yabancı yatırımda bulunabilir. Gelişmekte olan ülkelerin sahip olduğu yetersiz sermaye birikimi, artan doğrudan yabancı yatırımlarla daha da azalabilir. Yetersiz sermaye birikimi yabancı piyasada kullanıldığında, ana ülkede çıktı azalışına sebep olabilir.

Keynesyen dışa açık bir ekonomi modelinde DYYÇ ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki şu şekilde gösterilebilir (Göçer, 2013: 47):

$$Y_{it} = C_{it} + I_{it} + G_{it} + (X_{it} - M_{it}) \quad (1)$$

Denklem (1)'de Y_{it} ; GSYİH'yi (milli gelir), C_{it} ; özel tüketim harcamalarını; I_{it} ; özel yatırımları; G_{it} ; kamu harcamalarını; X_{it} ; ihracatı ve M_{it} ise ithalatı belirtir. Cari dönemdeki özel yatırımlar, yerli ve yabancı yatırımcılar aracılığıyla gerçekleştiğinden ikiye ayrılabilir:

$$I_{it} = I_{it}^d + I_{it}^f \quad (2)$$

Burada I_{it}^d ; yerli yatırımcılar tarafından yapılan yatırımları I_{it}^f , yabancı yatırımcılar tarafından yapılan yatırımları temsil etmektedir. Yerli yatırımcılar tarafından yapılan yatırımlar I_{it}^d ; ülke içinde gerçekleştirilen yatırımlar (I_{it}^{dd}) ile doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından (DYYÇ) oluşmaktadır.

$$I_{it}^d = I_{it}^{dd} + DYYÇ \quad (3)$$

Bu durumda toplam yatırım harcamaları şu şekilde gösterilmektedir:

$$I_{it} = I_{it}^{dd} + DYYÇ + I_{it}^f \quad (4)$$

Denklem (4)'teki sonuç denklem (1)'de yerine yazıldığında;

$$Y_{it} = C_{it} + I_{it}^{dd} + DYYÇ + I_{it}^f + G_{it} + X_{it} - M_{it} \quad (5)$$

haline gelir. Denklem (5)'e göre DYYÇ arttığında, toplam yatırımlar artacağından ülkenin

milli geliri de artar. Denklem (5), ekonomik büyüme (GDP) ile doğrudan yabancı yatırım çıkışları (DYYÇ) arasındaki ilişkiyi yansıtacak biçimde yeniden düzenlendiğinde:

$$GDP_{it} = \alpha_{0i} + \alpha_{1i}DYYÇ_{it} + u_{it} \quad (6)$$

Denklem (6)'da yer almayan bağımsız değişkenlerin etkisi sabit terimde toplanmaktadır. Eşitliğe göre DYYÇ arttığında ana ülkenin ekonomik büyümesi de artmaktadır.

Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkilerini ele alan çalışmaların literatür taraması tarih sırasına göre aşağıda düzenlenmiştir:

Barba Navaratti ve Castellani (2004), panel veri analizini kullanarak İtalya için yaptığı çalışmada İtalyan şirketlerinin doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulduktan sonra yurt içindeki toplam faktör verimliliğinde ve ekonomik büyümede artış olduğunu görmüştür.

Herzer (2008), 14 endüstrileşmiş ülke için panel veri analiziyle DYYÇ ile ana ülkenin ekonomik büyümesi arasındaki nedensellik ilişkisini ele almıştır. Yapılan analiz sonucunda DYYÇ ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde çift yönlü bir nedensellik vardır.

Apergis (2009), 16 gelişmiş ve 19 gelişmekte olan ülke için ekonomik büyümeden DYYÇ'ye doğru nedensellik ilişkisi söz konusudur. Panelin geneli için ekonomik büyümedeki %1 oranındaki artış DYYÇ'yi %0.37, gelişmekte olan ülkelerde %0.56 ve gelişmiş ülkelerde %0.48 oranında arttırdığı görülmüştür.

Herzer (2010), 50 ülke ve ABD'yi baz alarak yaptığı çalışmada, analize alınan 50 ülkede DYYÇ miktarı %10 oranında arttığında ana ülkenin ekonomik büyümesi %2.9, ABD'nin ekonomik büyümesi ise %1.8 oranında arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca artan doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyümenin hem nedeni hem de sonucu olduğunu belirtmiştir.

Lee (2010a) çalışmasında Japonya örneğinde DYYÇ ile ana ülke büyümesi arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Nedensellik analizi sonucunda Japonya'da, DYYÇ'den ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Claassen, Loots ve Bezuidenhout (2011) çalışmasında Çin'in Afrika'ya yapmış olduğu doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ekonomik büyümesi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz sonucuna göre Çin'in Afrika'daki yatırımlarının başlıca nedenlerinin; tarımsal alan ve doğal kaynağa erişim sağlama olduğu görülmüştür. Bu durum çalışmada, Çin'in Afrika'da arz güvenliğini sağladığının kanıtı olarak belirtilmiştir.

Herzer (2011) çalışmasına göre 43 gelişmekte olan ülkede doğrudan yabancı yatırım çıkışları %10 oranında arttığında ekonomik büyüme %0.26 oranında artmaktadır.

Chen ve Zulkifli (2012) çalışmasına göre Malezya'da uzun dönemde DYYÇ miktarı %10 oranında arttığında ekonomik büyüme %0.11 oranında artmaktadır. İki değişken arasında ise kısa dönemde herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

Behbehani ve Al Hallaq (2013), DYYÇ ile ana ülke ekonomik büyüme ilişkisini EKK yöntemiyle Kuveyt için test etmişlerdir. Analiz sonucunda Kuveyt'te doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülkenin ekonomik büyümesini etkilememektedir.

Anupam (2014), DYYÇ'nin ana ülke ekonomik büyümesine olan etkisini BRIC ülkeleri için araştırmıştır. Araştırma sonucunda BRIC ülkelerinde doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde herhangi bir etkiye sahip değildir.

Başar ve Özkılbaç (2016), Türkiye'de DYYÇ'nin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ele almıştır. Yapılan sonuçlara göre uzun dönemde Türkiye'nin DYYÇ miktarı ekonomik büyümeyi etkilemezken, kısa dönemde ise pozitif etkilemektedir.

Memdani (2016), 21 gelişmiş ülke ve 19 gelişmekte olan ülke örneğinde panel veri yöntemiyle DYYÇ'nin ana ülke ekonomik büyümesindeki etkisini araştırmıştır. Analiz sonucuna göre gelişmiş ülkelerde DYYÇ miktarı %1 oranında arttığında ekonomik büyüme %2.8-2.7 artarken gelişmekte olan ülkelerde %1.5 oranında azalmaktadır.

Chen (2018), Çin için panel veri yöntemini kullanarak DYYÇ'nin ana ülke ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini incelemiştir. Analiz sonucunda Çin'de doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ülke içindeki ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği görülmüştür. Ayrıca DYYÇ'nin ana ülke içerisinde teknolojik gelişmeyi ve endüstrileşmeyi hızlandırdığı vurgulanmıştır.

Kazemia, Azman-Saini ve N.A.M (2018), ABD, Japonya ve İngiltere örneğinde DYYÇ'nin ana ülke ekonomik büyüme üzerindeki yönünü panel veri analiziyle incelemiştir. Sonuçlara göre doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ABD'nin ekonomik büyümesi üzerinde pozitif etki-lyken; Japonya ve İngiltere'nin ekonomik büyümesinde herhangi bir etkiye sahip değildir.

2. YÖNTEM

2.1. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışma kapsamında incelenen ülkeler IMF tarafından yayınlanan Dünya Ekonomik Görünüm Raporu sınıflandırmasına⁸ göre yedi gelişmiş; ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Japonya, Kanada, yedi de gelişmekte olan ülke; Brezilya, Çin, Güney Afrika, Hindistan, Meksika, Rusya ve Türkiye'dir. Çalışmada, 14 ülkeye ait 1993-2018 dönemi verilerinden faydalanılmıştır. Bu ülkelerin çalışmaya dâhil edilmesinin nedeni; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında küresel ekonomide en fazla doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan ilk yedi ülke grubu olmasıdır⁹. Bu çalışmada, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının stok

8 Dünya Ekonomik Görünüm Raporu'nda ülkeler, GSYİH büyüklüğüne göre sınıflandırılmaktadır.

9 Gelişmiş ülkeler arasında en fazla doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan ilk yedi ülke; ABD, Hollanda, İngiltere, Japonya, Almanya, Fransa ve Kanada'dır. Gelişmekte olan ülkeler arasında ise ilk altı ülke; Çin,

değerleri kullanılmıştır. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının tam etkisini ortaya koyabilmek için çalışmada tek bağımsız değişkenle çalışılmıştır. Ele alınan değişkenlerden DYYÇ; Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarını (Milyon Dolar), GDP; Gayrisafi Yurt İçi Hasıla'yı (%) temsil etmektedir. DYYÇ, analizlerde logaritması alınarak kullanılmıştır.

Bu çalışma kapsamında ülkelere ait doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının verileri UNCTAD'dan (<http://unctadstat.unctad.org>); Gayrisafi Yurt İçi Hasıla verisi ise Dünya Bankası'ndan (www.worldbank.org) alınmıştır. Bu çalışmada, DYYÇ ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemek için Herzer (2008), Herzer (2010), Lee (2010b) takip edilmiş ve aşağıdaki regresyon modelinden faydalanılmıştır.

$$GDP_{it} = \alpha_{0i} + \alpha_{1i} DYYÇ_{it} + u_{it} \quad (7)$$

Çalışma sonucundaki önsel beklenti, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki artış, ana ülkenin ekonomik büyümesini arttıracak yönündedir. Bu etki, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde pozitif beklenilmektedir. Ayrıca uzun dönemde gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere kıyasla doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından daha fazla etkileneceği düşünülmektedir.

Çalışmada ekonometrik analizin ilk aşamasında ülkeler arasındaki yatay kesit bağımlılığı LM_{adj} (Adjusted Lagrange Multiplier) testiyle yapılmıştır. Analizin ikinci aşamasında, Hadri ve Kurozumi (2012) panel birim kök testiyle serilerin durağanlığı incelenmiştir. Analizin üçüncü aşamasında, seriler arasındaki eşbütünlük katsayılarının homojenliği, eşbütünlük ilişkisinin durumu ise Durbin-Hausman (Durbin-H) panel eşbütünlük testiyle analiz edilmiştir. Son aşamada, panelin geneline ait uzun ve kısa dönem katsayıları, Panel AMG (Güçlendirilmiş Ortalama Grup Etkisi: Augmented Mean Group Estimator) yöntemiyle araştırılmıştır.

2.2. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Bir seride yatay kesit bağımlılığı varsa seriye gelen şok/şoklar yatay kesit birimlerini aynı biçimde etkilerken; bağımlılık yoksa seriye gelen şok/şoklar yatay kesit birimlerini farklı şekilde etkilemektedir. Breusch-Pagan (1980) LM ve Pesaran (2004) CD testi yatay kesit bağımlılığını inceleyen testlerdir. Fakat Breusch-Pagan (1980) LM ve Pesaran (2004) CD testinin grup ortalaması sıfır, bireysel ortalaması sıfırdan farklı olduğundan sapmalı sonuç verir. Pesaran vd., (2008: 108), test istatistiğine varyans ve ortalamayı ekleyerek bu sapmayı düzeltmişler ve test sapması düzeltilmiş LM testi (LM_{adj}) olarak adlandırılmıştır. Test

Rusya, Güney Afrika, Brezilya, Hindistan ve Meksika'dır. Türkiye, analize yedinci ülke olarak yazar tarafından dâhil edilmiştir.

istatistiklerinin boş hipotezi “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindedir (Pesaran, vd. 2008: 108- 109).

2.3. Hadri ve Kurozumi Panel Birim Kök Testi

Hadri ve Kurozumi (2012) panel birim kök testi, birimler arasında yatay kesit bağımlılığını göz önünde bulunduran, seriyi oluşturan ortak faktörlerin varlığına ve otokorelasyona izin veren yöntemdir. Hadri ve Kurozumi (2012: 31-32) testinin veri üretme süreci Denklem(8) yer almaktadır:

$$y_{it} = z'_i \delta_i + f_t y_i + \epsilon_{it} \quad (8)$$

$$\epsilon_{it} = \phi_{i1} \epsilon_{it-1} + \dots + \phi_{ip} \epsilon_{it-p} + v_{it} \quad (9)$$

Denklem (8)'deki ; gözlenemeyen ortak faktörleri temsil etmektedir. En küçük kareler yöntemi sonucunda AR(p) süreci için aşağıda Denklem (10)'da belirtildiği gibi yeni bir denklem elde edilmiştir:

$$y_{it} = z'_i \hat{\phi}_{i1} y_{it-1} + \dots + \hat{\phi}_{ip} y_{it-p} + \hat{\psi}_{i0} \bar{y}_t + \dots + \hat{\psi}_{ip} \bar{y}_{t-p} + \hat{v}_{it} \quad (10)$$

Denklem (10)'un uzun vadeli tahmincisi kurulduğunda;

$$\hat{\sigma}_{iSPC}^2 = \frac{\sigma_{vi}^2}{(1-\hat{\phi}_i)^2} \text{ denklemi burada; } \hat{\phi}_i = \min \left\{ 1 - \frac{1}{\sqrt{T}}, \sum_{j=1}^p \hat{\phi}_{ij} \right\} \text{ ve } \hat{\sigma}_{vi}^2 = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \hat{v}_{it}^2$$

denklemleriyle hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar neticesinde Denklem (11)'de verilen istatistiği elde edilmiştir:

$$Z_A^{SPC} = \frac{1}{\hat{\sigma}_{iSPC}^2 T^2} \sum_{t=1}^T (S_{it}^w)^2 \quad (11)$$

Denklem (8)'deki seriye, LM yönteminden faydalanılarak AR(p+1) süreci eklenmiştir. Bu işlemler neticesinde elde edilen genişletilmiş Denklem (12)'de verilmiştir:

$$y_{it} = z'_i \tilde{\delta}_i + \tilde{\phi}_{i1} y_{it-1} + \dots + \tilde{\phi}_{ip} y_{it-p} + \tilde{\phi}_{ip+1} y_{it-p-1} + \tilde{\psi}_{i0} \bar{y}_t + \dots + \tilde{\psi}_{ip} \bar{y}_{t-p} + \tilde{v}_{it} \quad (12)$$

Denklem (12)'de test istatistiği kullanılarak uzun dönem varyansı;

$$\left(\hat{\sigma}_{vi}^2 = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \hat{v}_{it}^2 \right) \quad (13)$$

şeklinde bulunur. Uzun dönem varyans denklemiyle beraber LA

$$\left(\hat{\sigma}_{iLA}^2 = \frac{\hat{\sigma}_{vi}^2}{(1-\tilde{\phi}_{i1}-\dots-\tilde{\phi}_{ip})^2} \right) \text{ varyansına ulaşılır. Bu hesaplamalar sonrasında istatistiği;}$$

$$Z_A^{LA} = \frac{1}{\hat{\sigma}_{iLA}^2 T^2} \sum_{t=1}^T (S_{it}^w)^2 \quad (14)$$

elde edilmiştir. Testin boş hipotezi “seride birim kök yoktur” şeklindedir (Hadri ve Kurozumi, 2012: 32):

2.4. Homojenite Testi

Eşbütünleşme denkleminde eğim katsayılarının homojenliğini ele alan ilk çalışma Swamy (1970) ile başlamıştır. Daha sonra Pesaran ve Yamagata (2008), Swamy (1970)’in modelini geliştirmiştir. Testin boş hipotezi “eğim katsayıları homojendir” şeklindedir (Pesaran ve Yamagata, 2008: 2). Pesaran ve Yamagata (2008) çalışmasında, hipotezleri sınamak amacıyla örneklemin büyüklüğüne göre iki tür test istatistiği ortaya koymuştur (Pesaran ve Yamagata, 2008: 8- 9):

$$\text{Büyük örneklem için: } \hat{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{2k} \right) \sim X_k^2$$

$$\text{Küçük örneklem için: } \hat{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{v(T, k)} \right) \sim N(0,1)$$

Test istatistiklerinde bulunan N ; yatay kesit sayısını, S ; Swamy test istatistiğini, k ; açıklayıcı değişken sayısını, standart hatayı belirtmektedir.

2.5. Durbin-Hausman (Durbin-H) Panel Eşbütünleşme Testi

Seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığı ve ortak faktörleri baz alan (Westerlund, 2008: 201) Durbin-H testi, eşbütünleşme ilişkisini Durbin-H panel istatistiği ve Durbin-H grup istatistiği olmak üzere iki farklı şekilde ölçmektedir. Durbin-H grup test istatistiği otoregresif parametrenin heterojen olmasına izin verirken Durbin-H panel test istatistiği, otoregresif parametrenin homojen olmasına izin verir. Test istatistiklerinde H_0 hipotezinin reddi, eşbütünleşme ilişkisinin varlığını göstermektedir.

Durbin- H panel eşbütünleşme testinde, Durbin-H grup (DH_g) istatistiği ve Durbin-H panel (DH_p) istatistiği aşağıdaki denklem yardımıyla tahmin edilir.

$$DH_g = \sum_{i=1}^n \hat{S}_i (\tilde{\phi}_i - \hat{\phi}_i)^2 \sum_{t=2}^T \hat{e}_{it-1}^2 \quad (15)$$

$$DH_p = \hat{S}_n (\tilde{\phi} - \hat{\phi})^2 \sum_{i=1}^n \sum_{t=2}^T \hat{e}_{it-1}^2 \quad (16)$$

Denklemler (15 ve 16)'da ; uzun dönem varyansı, eşbütünleşme parametrelerini ve ise kalınlıkları ifade eder. Durbin-H testinin boş hipotezi “eşbütünleşme ilişkisi yoktur” şeklindedir (Westerlund, 2008: 196- 199).

2.6. Uzun ve Kısa Dönem Analizi

Eberhardt ve Bond (2009: 1) tarafından ele alınan *Ağırlıklandırılmış Ortalama Grup yöntemi yatay kesit bağımlılığını* ele alan bir testtir. Panel AMG yönteminde, panelin tamamına ait sonuçlar ve bireysel katsayılar ağırlıklandırılarak hesaplanmaktadır. Ayrıca bu yöntem, serilerdeki ortak faktör dinamik etkileri de göz önünde bulundurur (Kurt, Sezgin ve Sart, 2018: 294), dengesiz panellerde de etkili sonuçlar verebilir ve içsellik problemi varlığında da kullanılabilir (Eberhardt ve Bond, 2009: 4). Bu yöntemde değişkenlerin ayrıştırılması aşağıdaki gibidir (Eberhardt ve Bond, 2009: 2; Bond ve Eberhardt, 2013: 11):

$$y_{it} = \beta'_i x_{it} + u_{it} \quad (17)$$

$$u_{it} = \alpha_i + \lambda'_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (i = 1 \dots N, t = 1 \dots T) \quad (18)$$

$$x_{mit} = \pi_{mi} + \delta'_{mi} g_{mt} + \rho_{1mi} f_{1mt} + \dots + \rho_{nmi} f_{nmt} + v_{it} \quad (19)$$

$$(m = 1 \dots k \text{ ve } f_{mt} \subset f_t)$$

$$f_t = \tau' f_{t-1} + \varepsilon_t \quad \text{ve} \quad g_t = \kappa' g_{t-1} + \varepsilon_{it} \quad (20)$$

Yukarıdaki denklemlerde ; gözlemlenebilen ortak değişken vektörünü, ve gözlenemeyen ortak faktörleri, ; ülkelere ait faktör yüklerini ifade etmektedir.

Çalışmanın kısa döneminde, farkı alınmış serilerin gecikmelileri ve hata teriminin bir dönem gecikmelisi (Error Correction Term: ECT_{t-1}) kullanılmıştır. Kısa dönem analizinde hata düzeltme modelinin genel formülü Denklem (21)'de verilmiştir.

$$\Delta Y_t = \kappa_0 + \kappa_1 ECT_{t-1} + \sum_{i=0}^m v_i \Delta X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \omega_i \Delta Y_{t-i} + d_t \quad (21)$$

Denklem (21)'de Y , bağımlı değişkeni; X , bağımsız değişkeni ve m optimum gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. Çalışmada aşağıdaki model tahmin edilmiştir.

$$\Delta GDP_t = \alpha_0 + \alpha_1 ECT_{t-1} + \sum_{i=0}^m \beta_i \Delta DYY_{t-i} + \sum_{i=1}^m \gamma_i \Delta GDP_{t-i} + u_{it} \quad (22)$$

3. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde panel veri analiz yöntemlerinin sonuçları verilmiştir. Öncelikle serilere uygulanan birim kök testi, daha sonra eşbütünleşme testi en son ise Panel AMG testi

sonuçlarına yer verilmiştir. Bu çalışmanın yatay kesit bağımlılığı testine ait sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Değişkenler	Breusch-Pagan LM	Pesaran Scaled LM	Pesaran CD	Bias-corrected Scaled LM
DYYÇ	1342.38***(0.00)	131.63***(0.00)	42.40***(0.00)	130.24***(0.00)
GDP	404.73***(0.00)	21.13***(0.00)	13.34***(0.00)	21.09***(0.00)
Eşbütünleşme Denklemi	394.13***(0.00)	20.71***(0.00)	14.30*** (0.00)	-

Not: ***, %1 anlamlılık düzeyinde yatay kesit bağımlılığını belirtmektedir. Tabloda, olasılık değerleri parantez içinde gösterilmiştir.

Analiz sonucuna göre H_0 hipotezi reddedilmiş, H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Sonuçlara göre serilerde ve eşbütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır. Bu durum, ele alınan ülkelerden birinin doğrudan yabancı yatırımları üzerine gelen şokların diğer ülkeleri de etkilediğini göstermektedir. Böylece, ülkeler doğrudan yabancı yatırımlarıyla ilgili politikalar alırken etkileşim hâlinde oldukları diğer ülkelerdeki politikaları da dikkate almalıdır.

Serilerin birim köke sahip olup olmadığı Hadri ve Kurozumi (2012) birim kök testi ile ele alınmıştır. Çalışmanın birim kök testine ait sonuçlara Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2: Hadri ve Kurozumi (2012) Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Düzy Değerleri		Birinci Farkları	
DYYÇ	-2.01 (0.01)	-1.69 (0.00)	1.68*** (0.73)	2.36*** (0.66)
GDP	-0.85 (0.00)	-0.06 (0.00)	3.99*** (0.53)	4.89*** (0.23)

Not: ***, %1 anlamlılık düzeyinde durağanlığı temsil etmektedir. Serilerin düzey değerlerinde sabitli model, birinci farklarında sabitli ve trendli model seçilmiştir. Olasılık değerleri parantez içinde verilmiştir.

Tablo 2’deki bulgulara göre bütün serilerin birinci farkları alındığında durağan olduğuna karar verilmiştir. Bu bulgular, çalışmaya dâhil edilen ülkelerin, doğrudan yabancı çıkışlarına gelen şokların ana ülkedeki makroekonomik değişkenleri uzun süre etkileyeceğini göstermektedir.

Çalışmanın homojenite testi sonucunda elde ettiği değerler ise Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Homojenite Testi Sonuçları

Örneklemler	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$\tilde{\Delta}$	12.38***	0.000
$\tilde{\Delta}_{adj}$	10.63***	0.000

Not: ***, %1 anlamlılık düzeyinde eğim katsayılarının heterojenliğini göstermektedir.

Analiz sonucuna göre H_0 hipotezi reddedilmiş; H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir deyişle, eşbütünleşme denklemindeki eğim katsayıları heterojendir. Analize dâhil edilen ülkelerin ekonomik yapılarındaki farklılıklar, yapılan analiz neticesinde elde edilen bulgularla desteklenmektedir. Eğim katsayılarının heterojen oluşu nedeniyle analizin ilerleyen aşamalarında grup istatistikleri baz alınmıştır. Çalışmanın eşbütünleşme denklemindeki eğim katsayıları heterojen olduğundan Durbin-H analizinde grup istatistikleri dikkate alınmıştır. Çalışmanın eşbütünleşme analiz sonuçları Tablo 4’te paylaşılmıştır.

Tablo 4: Durbin-H (2008) Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	Kritik Değer (%1)	Karar
Durbin-H Grup İstatistiği	29.93	0.000	2.326	Eşbütünleşme İlişkisi vardır
Durbin-H Panel İstatistiği	32.86	0.000	2.326	Eşbütünleşme İlişkisi vardır

Analiz sonucuna göre elde edilen grup istatistikleri %1 anlamlılık düzeyinde 2,326’dan büyüktür. Bu durumda, H_0 hipotezi reddedilmiş; H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde elde edilen sonuç, bu çalışma kapsamında dâhil edilen ülkelerin seriler arasında eşbütünleşme ilişkisini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın uzun ve kısa dönem analizleri, Panel AMG testiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda bulunan eşbütünleşme katsayıları Tablo 5 ve Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 5. Uzun Dönem Eşbütünleşme Katsayıları

Gelişmiş Ülkeler	Katsayı	t-istatistiği	Gelişmekte Olan Ülkeler	Katsayı	t-istatistiği
ABD	1.011*	1.37	Brezilya	-0.141	-0.16
Almanya	1.009***	2.64	Çin	0.692**	2.20
Fransa	0.194	0.66	Güney Afrika	0.472**	2.23
İngiltere	0.320**	1.72	Hindistan	0.358**	2.15
Hollanda	-0.398	-1.14	Meksika	0.140	0.32
Japonya	0.157***	2.72	Rusya	0.215***	4.36
Kanada	-0.210	-1.19	Türkiye	0.027***	2.70
Panel	0.218**	1.65			

Not: *, **, *** ifadeleri %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

Tablo 5’te görüldüğü üzere ele alınan 14 ülkenin doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülkenin ekonomik büyümesini arttırmaktadır. Panelin geneli için doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki %10’luk bir artış, ana ülkenin ekonomik büyümesini %2.1 oranında arttırmaktadır. Panel AMG testiyle elde edilen sonuçlar, istatistiki olarak anlamlı ve yorumlanabilir düzeydedir. Sonuçlar aynı zamanda, beklentilerimizle uyumludur. Bu çalışma kapsamında

elde edilen sonuçlardan biri de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ekonomik büyümesi arasında tamamlayıcı ilişkinin varlığıdır. Bu ülkelerin firmaları, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarıyla, faaliyet gösterdikleri ev sahibi ülkelerde belirli bir sermaye birikimine ulaşır. Bu firmalar, ev sahibi ülkede elde ettikleri sermaye birikimini ana ülkeye aktararak ileri teknolojiye, maliyet avantajına ve rekabet gücüne sahip olur. Doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan firmalar, ana ülkede faaliyet gösteren yerel firmalar üzerinde de olumlu etkiler (geri-ileriye doğru bağlantılarla) yaratır. Bu olumlu gelişmeler, ana ülkede yayılma etkileri sağlayarak ana ülkenin ekonomik büyümesini arttırır.

Doğrudan yabancı yatırım çıkışları ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde, dördü gelişmiş (ABD, Almanya, İngiltere, Japonya), beşi gelişmekte olan ülke (Çin, Güney Afrika, Hindistan, Rusya, Türkiye) olmak üzere toplam dokuz ülkede pozitif etki göstermektedir. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının, ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin yüksek olduğu ülkeler; ABD, Almanya, Çin, Güney Afrika, Hindistan ve İngiltere'dir. Bu ülke ekonomileri için DYYÇ'deki %10'luk bir artış, ana ülke (ABD, Almanya, Çin, Güney Afrika, Hindistan ve İngiltere) büyümesini sırasıyla %10.1, %10, %6.9, %4.7, %3.5 ve %3.2 oranında arttırmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen gelişmiş ülkeler arasında ABD, küresel ekonomide en fazla doğrudan yabancı yatırım çıkışı yaparak en yüksek katsayıya ulaşan ülke olmuştur. Gelişmekte olan ülkeler arasında ise Çin'in DYYÇ miktarındaki %10'luk bir artış, ana ülke büyümesini %6.9 oranında arttırdığı görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, Çin'in ekonomik büyümesini ve uluslararası alanda rekabet edilebilirliğini sürdürmek için DYYÇ'yi başarılı bir şekilde kullanmayı amaçladığı söylenebilir.

Uzun dönem analizine göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğrudan yabancı yatırım çıkışları ana ülkenin ekonomik büyümesini pozitif etkilemektedir. Bu doğrultuda doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının, gelişmiş ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkeler üzerinde daha fazla olumlu etkiler yarattığı saptanmıştır. Çünkü gelişmekte olan ülkeler, rekabetçi küresel piyasalarda var olabilme mücadelesi verdiklerinden gelişimlerini hızla sürdürmeyi hedefler.

Bununla birlikte uzun dönem analiz bulguları, BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) ülkelerine ait yatırım çıkışlarının, bu ülkelerin ekonomik büyümesi üzerinde pozitif bir etki yarattığını ortaya koymuştur. Gelişmekte olan ülkeler arasında BRIC ülkeleri üzerinde bu etkinin, genellikle daha büyük olduğu görülmektedir. BRIC ülkeleri, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından elde ettiği sermayeyi, yurt içi kaynaklarına aktararak ekonomilerine dinamizm kazandırmayı hedefler. Ayrıca BRIC ülkelerinin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki sahip oldukları üstünlük, bu ülkelerin küresel ekonomiye daha hızlı entegre olabilme becerisinden ileri gelebilir. Bu doğrultuda doğrudan yabancı yatırım çıkışları, gelişmekte olan ülkeler için bir kalkınma stratejisi olarak görülebilir.

Kısa dönem analiz sonuçları:

Tablo 6: Hata Düzeltme Modeline Ait Katsayı Tahminleri

Gelişmiş Ülkeler				
	Katsayı	t-istatistiği	ECT _{t-1}	t-istatistiği
ABD	0.932**	1.79	-0.511***	-3.22
Almanya	0.065	0.02	-1.103***	-7.69
Fransa	0.021	0.08	-0.932***	-6.52
İngiltere	2.757	1.19	-0.736***	-4.21
Hollanda	0.210	0.12	-0.692***	-4.62
Japonya	-1.160	-0.29	-1.319***	-3.69
Kanada	0.750	0.59	-1.099***	-2.21
Gelişmekte Olan Ülkeler				
Brezilya	0.142*	1.33	-0.616***	-3.53
Çin	-1.003	-0.49	-0.201**	-1.92
Güney Afrika	0.159**	2.09	-0.937***	-3.59
Hindistan	0.185**	2.31	-1.059***	-3.71
Meksika	0.157	0.03	-1.218***	-6.63
Rusya	1.112	0.28	-0.552***	-3.91
Türkiye	0.011**	1.83	-1.242***	-6.49
Panel	0.162	0.12	-0.826***	-6.11

Not: *, **, *** ifadeleri %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

Tablo 6'daki hata düzeltme katsayılarının negatif ve anlamlı çıkması, analize dâhil edilen ülkelerin hata düzeltme teriminin çalıştığını göstermektedir. Başka bir deyişle, serilerin kısa dönemdeki sapmaları yok olmakta ve seriler tekrardan uzun dönem denge değerine yakın-samaktadır.

Kısa dönem analizinden elde edilen sonuçlara göre analize dâhil edilen gelişmiş ülkeler arasından ABD, gelişmekte olan ülkeler arasından da Hindistan, Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye'nin doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülkenin ekonomik büyümesini pozitif etkilemektedir. Bu ülke ekonomileri için DYYÇ'deki %10'luk bir artış ana ülkenin (ABD, Hindistan, Güney Afrika, Brezilya ve Türkiye) ekonomik büyümesini sırasıyla %9.3, %1.8, %1.5, %1.4 ve %0.1 oranında arttırmaktadır.

Uzun ve kısa dönem analiz sonucunda her iki ülke grubunda doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının uzun dönemdeki etkisinin, kısa döneme göre çok daha yüksek olduğu görülmüştür. Çünkü, doğrudan yabancı yatırım çıkışları ana ülkenin makroekonomik değişkenlerini ancak uzun dönemde etkileyebilmektedir. Bu nedenle uzun dönem eşbütünleşme katsayıları daha yüksek ve istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır.

4. TARTIŞMA

Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarıyla ilgili literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alındığı çalışmalar son derece kısıtlıdır. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarıyla ilgili yapılan araştırmalarda, ev sahibi ülke çalışmanın eksenini oluşturmaktadır. Bu alanda yapılan araştırmaların aksine bu çalışmada; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneğinde, 1993-2018 dönemi için panel veri analiz yöntemiyle doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının, ana ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi ele alınmıştır.

Uzun dönem analiz sonucunda, panelin geneli için doğrudan yabancı yatırım çıkışları arttığında ülkelerin ekonomik büyümesinin de arttığı (Herzer, 2010; Herzer, 2011; Chen ve Zulkifli, 2012; Memdani, 2016; Chen, 2018) tespit edilmiştir. Bu artış, yeni pazarlara nüfuz eden ülkelerin, yerli ve yabancı kaynaklarını birleştirerek ölçek ekonomisinden faydalandığını gösterebilir. Aynı zamanda bu yolla maliyet avantajı elde eden yerli firmalar, ana ülkede üretimlerini arttırabilir. Uzun dönemde ABD, Almanya ve Çin en fazla ekonomik büyüme gösteren ülkelerdir. Bu bulgular ışığında, ABD, Almanya ve Çin'in doğrudan yabancı yatırım çıkışlarıyla maliyet avantajı elde ettikleri ve üretim faktörlerini etkin bir şekilde kullandıkları söylenebilir.

SONUÇ

Çalışmada yedi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri incelenmiştir. Analizde değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisi, 1993-2018 dönemine ait veriler kullanılarak panel AMG yöntemiyle araştırılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre panelin geneli için doğrudan yabancı yatırım çıkışları uzun dönemde ekonomik büyümeyi arttırmaktadır. Ayrıca çalışmadan elde edilen en önemli sonuç, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının, gelişmiş ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesini daha çok etkilemesidir. Küresel piyasada var olma savaşı veren gelişmekte olan ülkelerin hâlâ gelişim süreçlerini devam ettirmeleri bu sonucun bir parçası olabilir. Bununla birlikte gelişmekte olan ülkelerin şu anki doğrudan yabancı yatırımlarının olgunlaşma aşamasında (DEİK, 2014: 33) olması, ana ülkenin ekonomik büyümesinde daha büyük bir etki yarattığı söylenebilir. Bu sonuç, gelişmekte olan ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından daha fazla faydalandığına (Knoerich, 2017: 454) ilişkin diğer yaklaşımlarla da desteklenmektedir.

Bu çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar, gelişmekte olan ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını bir kalkınma aracı olarak görülebileceğini ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülke için bir tehdit değil aksine bir fırsat olarak gö-

rülebilir. Bu doğrultuda, doğrudan yabancı yatırım çıkışları makro düzeyde ele alınmalı ve ana ülke ekonomisine sağlayabileceği katkılar dikkate alınarak dinamik politikalar geliştirilmelidir. Ayrıca ülkeler, yatırım yapılan pazardaki müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini pazar araştırmalarıyla belirleyebilir. Böylelikle günümüzün modern pazarlama yaklaşımına uygun stratejilerle yeni pazarlara nüfuz edebilirler. Bunlara ek olarak politika yapımcılar, çok uluslu şirketlere uluslararası pazar, finansal destek, politika ve projeler hakkında daha fazla bilgi ve hizmet sağlamalıdır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler içerisindeki çok uluslu şirket sayısı çoğaltılabilir.

Elde edilen bulgular neticesinde, Türkiye'nin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin düşük olduğu saptanmıştır. Türkiye, son dönemlerdeki atılımları ve devletin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarına verdiği teşvikler sayesinde, yabancı sermayeye ev sahipliği yapmanın yanında yabancı yatırımlara kaynak ülke olmaya da başlamıştır. Fakat Türkiye'nin doğrudan yabancı yatırım çıkışları diğer gelişmekte olan ülkelere göre oldukça düşüktür. Bunun için Türkiye, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki payını arttırmalı ve ekonomisinin gelişim sürecini hızlandırmalıdır. Bu doğrultuda Türkiye'nin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını arttırabilmesi ve doğrudan yabancı yatırımlarla ekonomik büyümesine katkı sağlayabilmesi için; katma değeri yüksek ürünlere ve doğal kaynaklara ulaşabileceği doğrudan yabancı yatırımlara yönelebilir. Yabancı piyasalara yatırım yapan firmaların finansmana erişimi kolaylaştırılabilir. Türkiye'yi küresel dünyayla bütünleştirecek dışa dönük aktif politikalar uygulanabilir. Son yıllarda sayıları artan Çifte Vergilemeyi Önleme Anlaşmalarının sayısı ve kapsamını arttırabilir (DEİK, 2014: 61; Aydın, 2018: 74).

THE EFFECT OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH OF THE HOME COUNTRY

1. INTRODUCTION

Outward foreign direct investment are examined in two different ways, depending on the position of the investment in the value chain. These are horizontal FDI (foreign direct investment) and vertical FDI. Horizontal FDI is the investment made to produce the same goods and services in various countries and to access new markets. Vertical FDI is the investments made due to the differences in international factor prices. Horizontal FDI affect differently the home country's economic growth in the short and long-run. If parent firm enters the foreign market with horizontal FDI instead of exporting, the production of the home country may decrease. This decrease in production is valid in the short-run. In the long-run horizontal FDI allows parent company to successfully penetrate existing markets or to enter new markets of parent company. Also, the parent company increases its competitiveness against other companies by entering the foreign market. Increasing competition leads to an increase

in production and productivity in the home country. Thus, the economic growth of the home country increases.

2. METHODOLOGY

In this study, the effects of outward foreign direct investment on the economic growth of the home country were investigated in the example of developed and developing countries. In this context, the study has been tested with panel data analysis methods, which consider cross-sectional dependency for the period 1993-2018. Cross-sectional dependence has been analyzed with the test of Pesaran and Yamagata (2008) LMadj and it was seen cross-sectional dependence among these countries. Stationarity of the series has been tested by means of Hadri and Kurozumi (2012) Panel Unit Root Test and when the first differences of the series are taken, it has been determined to become stationary. Existence of cointegration relationship among series was tested by Durbin-Hausman panel cointegration test and cointegration relationship has been observed.

3. FINDINGS

In the study, long and short-run analysis was made by Panel AMG (2009) method. In the long-run analysis, a 10% increase in outward foreign direct investment for the overall panel has increased the economic growth of the home country by 2.1%. One of the results obtained in this study is a complementary relationship between outward foreign direct investment and economic growth of both developed and developing countries.

Countries where outward foreign direct investment have a high impact on economic growth in the long term; USA, Germany, China, South Africa, India and England. A 10% increase in outward foreign direct investment for the economies of this country increases the growth of the home country (USA, Germany, China, South Africa, India and the UK) respectively by 10.1%, 10%, 6.9%, 4.7%, 3.5% and 3.2%. Among the developed countries analyzed in this study, the USA has reached the highest coefficient by making the most outward foreign direct investment in the global economy. Among developing countries, a 10% increase in the China's outward FDI was seen to increase the growth of the home country by 6.9%. In line with these results, it can be said that China aims to use outward foreign direct investment successfully to maintain its economic growth and international competitiveness.

According to the results obtained from the short-run analysis, among the developed countries USA and among the developing countries India, Brazil, South Africa and Turkey's outward foreign direct investment positive effect on the home country's economic growth. A 10% increase in outward foreign direct investment for the economies of this country increases the growth of the home country (USA, India, South Africa, Brazil, and Turkey) respectively by 9.3%, 1.8%, 1.5%, 1.4% and 0.1%.

4. DISCUSSION

The results obtained in this study revealed that outward foreign direct investment of developing countries can be seen as a means of development. Therefore, outward foreign direct investment can be seen as an opportunity, not a threat to the home country. In this direction, outward foreign direct investment should be handled at a macro level and dynamic policies should be developed by taking into account the contributions they can provide to the home country's economy. Also, countries can determine the needs and wants of customers with market research in the invested market. In this way, they can penetrate new markets with appropriate strategies for today's modern marketing approach. In addition, policy makers should provide more information and services to multinational companies on international market, financial support, policy and projects.

CONCLUSION

As a result of the long term analysis, it was determined that the economic growth of the countries increased when the outward foreign direct investments increased for the overall panel. This increase may show countries penetrating new markets benefit from economies of scale by combining domestic and foreign resources. At the same time, domestic firms that gain cost advantage in this way can increase their production in the home country. In the long run, the USA, Germany and China are the countries with the highest economic growth.

The most important result obtained from this study is that outward foreign direct investment affect the economic growth of developing countries more than developed countries. Because developing countries still continue their development processes in the global market. In addition, developing countries are currently in the maturation stage of their foreign direct investments. Therefore, outward foreign direct investment in developing countries have a greater impact on economic growth. This result is supported by other approaches that benefit more from outward foreign direct investment of developing countries.

KAYNAKÇA

- Anupam, Ms. (2014), Impact of FDI Outflows on GDP of BRICS Countries, *Indian Journal of Applied Research*, 4(10), 115-116.
- Apergis, N. (2009), Foreign Direct Investment Inward and Outward; Evidence from Panel Data, Developed and Developing Economies and Open And Closed Economies, *The American Economist*, 54(2), 21-27.
- Aydın, N. ve Cömertler, N. (2017), Doğrudan Yabancı Yatırımların Yatırımcı Ülke Ekonomisine Etkileri: Panel Veri Analizi, *Bankacılar Dergisi*, 103, 34-56.

- Aydın, N. (2018), Türkiye’de Dışa Yabancı Doğrudan Yatırımlar ve İhracat İlişkisi, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55(638), 59-77.
- Banga, R. (2005), Drivers of Outward Foreign Direct Investment from Asian Developing Economies, *Indian Council for Research in International*, 195-215.
- Barba Navaratti, G. ve Castellani, D. (2004), Does Investing Abroad Affect Performance at Home? Comparing Italian Multinational and National Enterprises, *CEPR Working Paper*, 1-23.
- Başar, S. ve Özkılbaç, S. (2016), Effects of Outward Foreign Direct Investment of Turkey on Economic Growth and Domestic Investment, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71(1), 231-247.
- Behbehani, M. ve Al Hallaq, S. S. (2013), Impact of Home Country Outward Foreign Direct Investment on its Economic Growth: A case of Kuwait, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 3(03), 19-33.
- Bond, S. ve Eberhardt, M. (2013), Accounting for Unobserved Heterogeneity in Panel Time Series Models, *Working Paper*.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980), The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification Tests in Econometrics, *Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Chen, J. E. ve Zulkifli, S. A. M. (2012), Malaysian Outward FDI and Economic Growth, *Procedia – Social and Behavioral Science*, 65, 717-722.
- Chen, C. (2018), Impact of China’s Outward Foreign Direct Investment on its Regional Economic Growth, *China & World Economy*, 1-21, 26(3).
- Claassen, C., Loots, E. ve Bezuidenhout, H. (2011), Chinese Foreign Direct Investment in Africa, *Working Paper 261*.
- Desai, M. A., Foley, F. ve Hines, Jr. J. R. (2005), Foreign Direct Investment and Domestic Capital Stock, *NBER Working Paper*, No. 11075, 1-16.
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu-DEİK (2014), *Dünya’da ve Türkiye’de Yurt Dışı Doğrudan Yatırımlar*, <http://www.deik.org.tr> (Erişim Tarihi: 09.07.2016).
- Eberhardt, M. ve Bond, S. (2009), Cross-Section Dependence in Nonstationary Panel Models: A Novel Estimator, *Munich Personal RePEc Archive Paper*, No: 17692.
- Fosfuri, A. ve Motta, M. (1999), Multinationals without Advantages, *Scandinavian Journal of Economics*, 101(4), 617-630.
- Göçer, İ. (2013), *Yabancı Doğrudan Yatırımların Verimlilik ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye, Çin ve Hindistan Örneği*, Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Güloğlu, B. ve İvrendi, M. (2010), Output Fluctuations: Transitory or Permanent? The case of Latin America, *Applied Economics Letters*, 17(4), 381-386.

- Hadri, K. ve Kurozumi, E. (2012), A Simple Panel Stationarity Test in the Presence of Serial Correlation and A Common Factor, *Economics Letters*, 115(1), 31-34.
- Herzer, D. (2008), The Long-Run Relationship between Outward FDI and Domestic Output: Evidence from Panel Data, *Economics Letters*, 100, 146-149.
- Herzer, D. (2010), Outward FDI and Economic Growth, *Journal of Economic Studies*, 37(5), 476-494.
- Herzer, D. (2011), The Long-Run Effect of Outward FDI on Domestic Output in Developing Countries, *Applied Economics Letters*, 18(14), 1355-1358.
- Herzer, D. (2012), Outward FDI, Total Factor Productivity, and Domestic Output: Evidence from Germany, *International Economic Journal*, 26(1), 155-174.
- Hill, C. W. L. (2009), *International Business: Competing in the Global Market Place*, London, McGraw-Hill.
- International Monetary Fund-IMF (2016), *World Economic and Financial Surveys, Subdued Demand, Symptoms and Remedies*, <https://www.imf.org/en/publications/weo> (Erişim Tarihi: 01.12.2016).
- Investopedia (2017), https://www.investopedia.com/terms/o/outward_direct_investment.asp (Erişim Tarihi: 12.03.2017).
- Kazemia, M., Azman-Saini, W. N. W. ve N. A. M., N. (2018), Outward Foreign Direct Investment and Domestic Output: Evidence from East Asian Economies, *Journal Ekonomi Malaysia*, 52(1), 325-339.
- Knoerich, J. (2017), How Does Outward Foreign Direct Investment Contribute to Economic Development in Less Advanced Home Countries?, *Oxford Development Studies*, 45(4), 443-459.
- Knoerich, J. (2018), Do Developing Countries Benefit from Outward FDI?, *Columbia FDI Perspectives*, No: 234.
- Kokko, A. (2006), The Home Country Effects of FDI in Developed Economies, *EIJS Working Paper Series 225, The European Institute of Japanese Studies*.
- Kurt, S., Sezgin, F. ve Sart, G. (2018), G7 Ülkelerinde Patent Üretimini Etkileyen Değişkenler İçin Panel Veri Analizi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 285-298.
- Lee, C. G. (2010a), Outward Foreign Direct Investment and Economic Growth: Evidence from Japan, *Global Economic Review*, 39(3), 317-326.
- Lee, C. G. (2010b), The Nexus of Outward Foreign Direct Investment and Income: Evidence from Singapore, *Applied Econometrics and International Development*, 10(1), 187-194.
- Luo, Y. ve Tung, R. L. (2007), International Expansion of Emerging Market Enterprises: A Springboard Perspective, *Journal of International Business Studies*, 38(4), 481-498.
- Memdani, L. (2016), Fdi and Economic Growth: A Comparative Analysis of Emerging Economies of Asia and Developed Economies of Europe and America, *IJER*, 13(1), 187-193.

- Menyah, K., Nazhoğlu, Ş. ve Wolde-Rufael, Y. (2014), Financial Development, Trade Openness and Economic Growth in African Countries: New Insights from A Panel Causality Approach, *Economic Modelling*, 37, 386-394.
- Panyagometh, K. (2016), Benefit Assessment of Outward Foreign Direct Investment on The Economic Growth: A case of Thailand, *IJABER*, 14(1), 329-338.
- Pesaran, M. H. (2004), General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels, *Cambridge Working Papers in Economics*, 435, 1-39.
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008), Testing Slope Homogeneity in Large Panels, *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.
- Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008), A Bias-Adjusted Lm Test of Error Cross-Section Independence, *Econometrics Journal*, 11(1), 105-127.
- Swamy, P. A. V. B. (1970), Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model, *Econometrica*, 38(2), 311-323.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası-TCMB(2014), *Ödemeler Dengesi İstatistikleri'ne İlişkin Yöntemsel Açıklama*. İstatistik Genel Müdürlüğü, Ödemeler Dengesi Müdürlüğü, http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/94562f9f-fa7d-471e-89f9-c0e0e00cf99f/%C3%96demeler+Dengesi+%C4%B0statistikleri+Y%C3%B6ntemsel+A%C3%A7%28B1klama_BPM6.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE94562f9f-fa7d-471e-89f9-c0e0e00cf99f (Erişim Tarihi: 01.12.2016).
- United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD (1999), World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development, New York ve Geneva: United Nations.
- United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD (2001), Home Country Measures, New York ve Geneva: United Nations.
- United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD (2019), Doğrudan Yabancı Yatırım Çıktıları (Milyon Dolar), <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (Erişim Tarihi: 05.01.2020).
- United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD (2019), World Investment Report 2019: Special Economic Zones, New York ve Geneva: United Nations.
- Westerlund, J. (2008), Panel Cointegration Tests of the Fisher Effect, *Journal of Applied Econometrics*, 23, 193-233.
- Williams, D. A. (2009), Determinants of Outward Foreign Direct Investments from Small Island Developing States, *American Journal of Economics and Business Administration*, 1(2) 47-56.
- World Bank (2020), *GSYİH (%)*, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD> (Erişim Tarihi: 03.01.2020).

Zang, W. (2012), *Foreign Direct Investment: Causes and Consequences. The Determinants of Inward and Outward FDI and Their Relationship with Economic Growth*, Doctoral Thesis, Bradford University.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

**İŞKUR'DAN HİZMET ALAN İŞARAYANLARIN
DANIŞMANLIK FAALİYETLERİNDEN MEMNUNİYETİ:
ÇANAKKALE İŞKUR ÖRNEĞİ¹**

Ahmet ŞARMAN² & Ebru KANYILMAZ POLAT³ & Bünyamin BACAĞ⁴

Öz

Türkiye İş Kurumu'nun (İŞKUR) temel görevleri arasında işsizliğin azaltılması, işsizlerin istihdam edilebilirliklerinin artırılması, işgücü piyasası analizleri yapmak, işverenler ile işsizler arasında aracılık hizmeti sunmak ve işsizlik sigortası faaliyetlerinin yürütülmesi vardır. İŞKUR, bu hizmetleri 2012 yılında özel olarak eğitilmiş ve istihdam edilmiş "iş ve meslek danışmanları" (İMD) aracılığı ile gerçekleştirmeye başlamıştır. Böylece gelişmiş ülkelerde istihdam hizmetlerinde kullanılan yüz yüze, interaktif ve dinamik süreç Türkiye'de de uygulanmaya başlamıştır. Bu çalışmada İMD'lerin sunduğu danışmanlık hizmetlerinden iş arayanların ne kadar memnun olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Çanakkale İŞKUR'a başvuran iş arayanlar ile nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. İŞKUR'a şahsen iş aramak için başvuran 385 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmada İŞKUR'un iş arayanlara sundukları hizmet İMD danışmanlık hizmeti, hizmet sunulan binanın fiziksel ortamı ve İŞKUR'un internet sitesi kullanımı olmak üzere üç boyutta incelenmiştir. SPSS analiz programı ile yapılan analizlerde İŞKUR'un sunduğu hizmetlerden yüksek bir ortalama ile memnun oldukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş ve Meslek Danışmanı, İŞKUR, Memnuniyet.

JEL Kodları: J64, J69.

Başvuru: 14.07.2020

Kabul: 27.12.2020

- 1 Bu çalışma 2018 tarihli, "İşsizliğin Önlenmesinde İş ve Meslek Danışmanlığının Etkinliğinin Değerlendirilmesi: Çanakkale İlinde Bir Alan Araştırması" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.
- 2 İş ve Meslek Danışmanı, Çanakkale Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü, Çanakkale, Türkiye, ahmet.sarman@iskur.gov.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8785-8306>.
- 3 Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Çanakkale, Türkiye, ekanyilmaz@comu.edu.tr (Sorumlu Yazar), <https://orcid.org/0000-0002-3396-0791>.
- 4 Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Çanakkale, Türkiye, bbacak@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1695-1866>.

SATISFACTION LEVELS OF JOB SEEKERS ABOUT THE COUNSELLING SERVICES OF İŞKUR: THE CASE OF CANAKKALE İŞKUR

Abstract

Turkish Employment Agency (İŞKUR) functions to reduce unemployment, increase employability of the unemployed make the labor market analysis provide mediation services between the unemployed with employers and conduct unemployment insurance activities. İŞKUR started to perform these services through "job and vocational counselors" who were specially trained and employed in 2012. Thus, a similar interactive and dynamic process in developed countries which consists of face-to-face interviews began to be implemented in Turkey. In this study, it is aimed to determine how satisfied job seekers are with the consultancy services offered by job and vocational counselors. For this purpose, a quantitative research has been carried out with jobseekers applying to Çanakkale İŞKUR. A questionnaire was applied to 385 people who applied to İŞKUR to search for a job personally. In the research, the service offered by İŞKUR to jobseekers was examined in three dimensions: job and vocational counselors consultancy service, the physical environment of the building served and the İSKUR website usage. In the analyzes made with the SPSS program, it has been determined that they are satisfied with a high average of the services provided by İŞKUR.

Keywords: *Job and Vocation Counsellor, İSKUR, Satisfaction.*

JEL Codes: *J64, J69.*

"Bu çalışma, Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır."

1. GİRİŞ

İşsizlik, gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülkenin başlıca sorunları arasındadır. Yeni iş olanaklarının yaratılması, çalışma isteği ve yeteneğinde olan bireylere istihdam hakkı sağlayabilmek sosyal devlet olmanın da bir gerekliliğidir. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR); Türkiye'deki işgücü piyasasına ilişkin aktif ve pasif politikaları belirlemek, yürütmek, iş ve işçi arayanları eşleştirmek konularındaki faaliyetleri yürütmekle görevli bir kamu kuruluşudur. Daha öncesinde İş ve İşçi Bulma Kurumu adıyla hizmet veren kuruluş, 2003 yılında yapı ve teşkilatının yeniden organize edilmesi ile hizmet vermeye başlamıştır. Bu revizyon kurumun küresel dünyada yaşanan hızlı değişime ayak uydurabilmesi, iş ve işçi bulma hizmetlerinin kağıt üzerindeki eşleştirmeleri aşabilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Mevzuatta yapılan bazı değişikliklerle kurumun faaliyetleri önemli ölçüde küresel ihtiyaçlara cevap verecek nitelikte dönüştürülmüştür.

Bu dönüşüm, İŞKUR'a işgücü piyasalarına yönelik aktif ve pasif nitelikte politika üretebilmesi yönünde hız ve adaptasyon gücü sağlamıştır. Yeni yapısı ile İŞKUR klasik olarak üstlendiği iş ve işçi bulma faaliyetlerinin yanında işgücü piyasalarını etkileyebilecek aktif ve pasif politikalar uygulayabilecek bir kuruma dönüştürülmüştür. Ayrıca Özel İstihdam Bürolarının kurulmasına izin verilerek İŞKUR'un iş ve işçi bulma hizmetlerindeki tekel yetkisi kaldırılmıştır. İŞKUR bölge müdürlüklerinin yerine her ilde İl Müdürlükleri kurulmuş, böylece daha katılımcı ve sosyal diyaloga açık bir örgütlenme modeli benimsenmiştir. Bu hamlelerle İŞKUR'un Türkiye'deki istihdam politikalarının oluşturulmasındaki etkinliği artırılmıştır.

Gelişmiş ülkelerdeki iş ve işçi bulma sistemlerinin temeli çok uzun yıllardır "danışmanlık" hizmetlerinden oluşmaktadır. Örneğin İsveç'te kamu istihdam kurumunda çalışan yaklaşık 12 bin çalışanın 8 binini danışmanlar oluşturmaktadır. Türkiye'de de İŞKUR'un etkinliğinin artırılması için danışmanlık faaliyetleri incelenerek uygulanabilir bir "danışmanlık" sistemi aktive edilmiştir. Bu konuda özel olarak eğitilen ve istihdam edilen İş ve Meslek Danışmanlığı (İMD) sisteme dahil edilerek Türkiye açısından gelişmiş ülkelere benzer bir hizmet yürürlüğe konmuştur. Böylece iş ve işçi arama faaliyetleri işverenlerle ve işsizlerle yüz yüze, derinlemesine görüşme olanağı tanıyan ve eşleştirme faaliyetlerinin etkinliğini arttıran yeni bir şekle dönüştürülmüştür. Böylece İŞKUR'un geçmişten gelen evrak üstünden gerçekleşen iş ve işçi bulma faaliyetleri İMD'ler ile birlikte yüz yüze danışmanlık ve rehberlik hizmetine dönüşmüştür.

2012 yılı itibari ile uygulamaya konulan yeni sistemin işlevselliği İŞKUR tarafından yapılan işe yerleştirme sayılarının artması ile gözler önüne serilmektedir. 2012 yılında toplam 2000 İMD istihdamı ile uygulamaya konulan sistem ile İŞKUR'un işe yerleştirme sayıları artmıştır. 2013 yılında İŞKUR tarafından yapılan işe yerleştirme sayısı 159 bin kişi iken, 2015 yılında 889 bin ve 2017 yılında ise 1.044.912 kişiye ulaşmıştır. İşe yerleştirme sayılarında artış İMD sisteminin işgücü piyasalarını canlandığı ve İŞKUR'un işe yerleştirme hizmetlerine dinamizm kazandırdığını gösterir niteliktedir.

Diğer yandan sistemde meydana gelen aksaklık ya da eksiklikler düzenlenerek Türkiye için en uygun ve kusursuz olacak şekilde dönüşümler devam etmelidir. Bu çalışmada iş arayanların İMD'lerden aldıkları hizmetin değerlendirilmesi yapılarak iş arayanlar açısından sistemde memnun olunan ve eksik kalan taraflar ortaya konmaya çalışılmıştır.

1.1. İş ve Meslek Danışmanlığı Kavramı

İşsizliğin sonuçlarının telafisinde ve azaltılmasında aktif ve pasif istihdam politikalarının rolü büyüktür. İşsiz kalmış bireye sağlanan ödemeler işsiz kaldığı süreçte bireye gelir desteği sağlarken, aktif politikalar ile bireyin yeniden ve hızla işgücü piyasalarına kazandırılması hedeflenmektedir. Türkiye'de Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde işgücü piyasalarının düzenlenmesine yönelik önemli adımlar atılmıştır. 2003 yılında yürürlüğe giren Türkiye

İş Kurumu Kanunu konuyla ilgili önemli örneklerden biridir. İŞKUR, 2002 yılında Avrupa Komisyonu tarafından sağlanan Mali Yardım Programı ile 40 bin Euro'luk hibe desteği almıştır. Bu desteğe ek olarak alınan 10 milyon Euro ile İŞKUR'un kurumsal yapısında önemli gelişim sağlayacak kapsamlı bir proje hayata geçirilmiştir (Biçerli, 2011: 525). İŞKUR'da yaşanan dönüşüm kurumun pasif politikalarındaki rolü kadar aktif istihdam politikalarındaki rolünü de arttırmaya yöneliktir (Yıldız ve Yörübulut, 2017: 98).

Bu faaliyetlerin bir devamı niteliğinde 2011 yılında Türkiye'de ilk kez gelişmiş ülkelerde örnekleri görülen "İMD" bir meslek olarak tanımlanmıştır (Emirgil vd., 2014: 151). İMD hizmetleri, iş arayanların ve işverenlerin beklenti ve taleplerini daha iyi analiz edecek danışmanlık hizmetleri vermesi nedeni ile aktif istihdam politikaları arasında değerlendirilmektedir (Koçak vd., 2017: 270). İMD hizmeti ilk bakışta iş ve meslek yaşamının başlangıcında gerçekleştirilecek bir tercih gibi görülmektedir. Ancak günümüz kariyer yaklaşımlarında yaşanan sınırsızlık ve değişkenlikle aslında "iş ve meslek gelişimi" olarak daha geniş bir bakış açısına sahiptir (Erdoğan, 2011: 7).

Kamunun iş ve işçi bulmada danışmanlık ve eşleştirme hizmetleri aktif istihdam politikaları arasında sayılmaktadır. OECD ve Avrupa Birliği ülkelerinin çoğunda aktif istihdam politikaları arasında önemli miktarda kaynak danışmanlık hizmetlerine ayrılmaktadır (Koçak vd. 2017: 273). Bu hizmetler hem daha düşük maliyetli olması hem de işgücü piyasalarında daha etkili sonuçlar vermesi nedeni ile tercih edilmektedir (Koçak ve Akman, 2011: 138) Türkiye'deki İMD sistemi gelişmiş ülke örneklerin incelenmesi sonucunda uyarlanmış bir sistemdir. 2012 yılında 394 İMD ile başlayan süreç yıllar itibarı ile artarak 2019 Eylül ayı sonunda 4.759 İMD'ye ulaşmıştır (İŞKUR).

İMD'ler iş arayanların arzu, beklenti ve niteliklerini göz önünde bulundurarak açık işlerle eşleştiren kimse olarak tanımlanabilir. Diğer yandan açık işler ile bireylerin niteliklerini eşleştirirken gerekli görülen durumlarda uygun mesleki eğitim kurslarının organizasyonu İMD'lerin görevleri arasındadır. İMD'ler sadece işe yerleştirme esnasında değil işe yerleştirme sonrasında bireylerin işe uyum sürecini takip ederek gerekli destek ve danışmanlığı sağlamaktadırlar. İşverenler görüşmeleri ile de işverenin talep ve beklentilerine en uygun işçi eşleştirmesi İMD'ler tarafından yapılmaktadır (İŞKUR, 2011: 7; Karagülle, 2007: 50).

İMD'lerin amacı genç, işsiz, öğrenci ve iş gücü piyasalarında rehberlik ve danışmanlığa ihtiyacı olan herkese destek olmaktır. Danışmanlık hizmeti meslek seçimi yapacak olan öğrenciler ve üniversiteden mezun olan gençlerin bilgilendirilmesi, mesleklerin tanıtılması, bireylere kendilerine en uygun mesleğin seçiminde destek olmak şeklinde gerçekleşebilir. Bunun yanında mevcut bir işi olup da mutsuz olanlar, farklı kariyer olanaklarını değerlendirmek isteyenler, kariyer platosuna girenler de İMD'lerin danışmanlık hizmetlerinden faydalanabilmektedir. İşgücü piyasalarında dezavantajlı olan grupların desteklenerek, gerekirse mesleki eğitim planlaması yapılması ve işgücü piyasasına katılımları konusunda da İMD'lerin önemli bir görevi bulunmaktadır (İş ve Meslek Danışmanlığı, 2011: 8).

İMD'ler işyeri ziyaretleri, iş arayanlarla gerçekleştirdikleri yüz yüze görüşmeler ile işgücü piyasalarına dinamizm kazandırmıştır. İŞKUR'a kayıtlı iş arayan, işveren ve okullar portföylere bölünerek her danışmanın bir portföyü yönetmesi sağlanmıştır. Böylece her kesimle etkin görüşmeler sağlanabilmesi için İŞKUR'a kayıtlı olan tüm iş arayanlar, işverenler ve okullar için bir İMD sağlanmıştır.

Aynı zamanda İMD'lerin görev alanı; iş arayanlar, öğrenciler ve işverenler olmak üzere üçe ayrılmıştır (Bodur, 2013: 32). Öğrencilere yönelik faaliyetler arasında; meslek seçiminin önemi ve dikkat edilecek hususların anlatılması, mesleklerin tanıtımı, mesleki eğitim olanaklarının tanıtılması sayılabilir. Ayrıca İŞKUR'a ulaşılabilirliğin ve tanınırlığının artırılması için yükseköğretim kurumlarına İŞKUR irtibat büroları açılmaktadır. Böylece öğrencilerle yüz yüze iletişim sağlanabilmektedir. Ayrıca öğrencilere iş görüşmesi nasıl yapılır, özgeçmiş nasıl hazırlanır, etkili iş arama teknikleri nelerdir gibi konularda bilgilendirme faaliyetleri, iş kulüpleri düzenlenmektedir (Bodur, 2013: 33).

İş arayanlara yönelik faaliyetler arasında bireylerin kişisel özellikleri, ilgileri, yetenekleri göz önünde bulundurularak en uygun işe yerleştirme sayılabilir. Bireyin özellikleri ile açık iş olanakları arasında en uygun eşleştirme yapılmaya çalışılmaktadır. Diğer yandan kişi işe yerleştikten sonra da işe adaptasyonu, karşılaştığı sorunların çözümüne yardımcı olmakla da faaliyetler sürdürülmektedir (İŞKUR Faaliyet Raporu, 2017: 55).

İŞKUR'un diğer bir görev alanı işverenlerdir. İşverenler faaliyet gösterdikleri sektörlere, işyeri büyüklüklerine ve coğrafi konumlarına göre portföylere bölünmektedir. Her danışmanın sorumlu olduğu bir işveren portföyü mevcuttur. İMD'ler kendi portföylerindeki işverenleri ziyaret ederek İŞKUR'u tanıtan, işgücü taleplerini toplayan ve gerekli işlemleri gerçekleştirdikleri yüz yüze görüşmeler gerçekleştirmektedir (Bodur, 2013: 35).

Yıllar itibari ile İŞKUR'a başvuran danışan sayısı artmaktadır. İMD'lerin göreve başlamasını takip eden ilk beş yılda, geçmiş on yıla kıyasla bireysel görüşme sayıları 57 kat, işyeri ziyareti 11 kat, eğitim kurumu ziyaret sayısı 26 kat artmıştır (Temur, 2017: 56). 2020 Mayıs ayı istatistiklerine göre Ocak-Mayıs döneminde İMD kapsamında toplam 1.364.499 bireysel görüşme gerçekleştirilmiştir. Aynı dönemde İMD'ler 6.878 okul ziyareti, 174.653 işyeri ziyareti gerçekleştirmiştir. Bahsedilen dönemde İŞKUR 316.976 işe yerleştirmeye aracılık etmiştir. Bu sayılar günümüzde İMD sisteminin ne kadar aktif bir şekilde işlediğini gösterir niteliktedir (İŞKUR, 2020: 4).

Tablo 1: Yıllara Göre İş ve Meslek Danışmanlığı Faaliyetleri (2012-2019)

Yıl	Yapılan İşyeri Ziyareti Sayısı	Danışma Hizmeti Alanların Sayısı	Bireysel Görüşme Sayısı	Öğrencilere Yönelik Danışmanlık (Görüşme Yapılan Öğrenci Sayısı)
2012	183.373	670.876	841.493	277.393
2013	376.654	1.230.544	1.632.850	632.299
2014	410.734	1.854.514	2.564.340	981.238
2015	477.606	2.370.523	3.378.949	1.081.977
2016	552.505	2.800.949	4.072.924	1.185.264
2017	601.202	3.316.884	4.276.025	1.144.573
2018	663.715	3.679.115	5.928.010	1.122.636
2019 ⁵	527.829	3.513.637	5.470.708	574.526

Kaynak: (İŞKUR, 2019, 10. Olağan Genel Kurul Raporu: 63).

2019 yılında İMD'lerin etkinliğini arttırmak üzere görev alanlarında uzmanlaşma arttırılmıştır. Danışmanlar arasında işveren danışmanı, iş arayan danışmanı, meslek danışmanı ve iş kulübü lideri olmak üzere daha sistematik ve profesyonel görev dağılımları yapılmıştır. Verilen hizmetlerin faydalananlar tarafından etkin ve verimli bulunup bulunmadığını belirlemek üzere 2015 yılında “müşteri memnuniyeti anketleri” gerçekleştirilmiştir. Aldıkları hizmeti değerlendirmesi istenen 42.542 işverenin % 97,44'ü, 21.799 iş arayanın % 85,7'si aldıkları hizmetten memnun olduklarını belirtmişlerdir (İŞKUR Faaliyet Raporu 2017: 57). Anketlerde ölçülen kriterler İMD'nin davranışı, hitabet gücü ile sınırlı olsa da konuyla ilgili alınan ilk geri bildirimler olması açısından önem taşımaktadır. Ancak iş ve meslek danışmanlığı sisteminin ne kadar etkin ve faydalı olduğunun belirlenmesi için daha kapsamlı ve profesyonel şekilde gerçekleştirilecek ölçme yöntemlerine ihtiyaç vardır. Böylece sistemin yürütülmesi sırasında hizmeti alanlar açısından eksik, hatalı ya da geliştirilmesi gereken taraflar varsa belirlenmesi ve geliştirilmesi sağlanacaktır.

2. YÖNTEM

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

İMD mesleği Türkiye'de işsizliğin azaltılmasında rehberlik ve danışmanlık göreviyle önemli bir misyon yüklenmiştir. Bu anlamda İMD'lerin görevlerini etkin biçimde yerine getirmesi ve ulaştıkları her kesimin bu hizmetlerden memnuniyet duyması büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmada 2012 yılında görevlerine başlayan İMD'lerin verdikleri hizmetten iş arayanların ne kadar memnun olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır. İş arayanlar İMD arasındaki ilişki, hizmet sunulan binanın fiziki ortamı ve İŞKUR'un internet sitesi gibi boyutlar çerçevesinde araştırılmıştır. Böylece geçmişi çok uzun olmayan iş ve meslek danışmanlığı sisteminin işlevselliği, kullanıcılar tarafından ne kadar faydalı bulunduğu değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

5 2019 verileri Eylül ayı sonuna kadardır

İŞKUR'un hizmetleri, İMD'lerin görevleri, yaşadıkları sorunlar hakkında araştırmalar yapılmış olmakla birlikte, İMD hizmet alan iş arayanların değerlendirmelerine yönelik yapılmış herhangi bir araştırma bulunmamaktadır. Diğer yandan İŞKUR Genel Müdürlüğü hizmet alanların memnuniyetini ölçmeye yönelik bir anket yapsa da bu iki sorudan oluşan ve telefonla gerçekleştirilen yüzeysel bir çalışma olarak kalmıştır. Bu açıdan İMD'lerden hizmet almış iş arayanların sistemi değerlendirmesinin konuyla ilgili önemli bir boşluğu doldurması hedeflenmiştir.

2.2. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Türkiye'de iş aramak üzere İŞKUR'a başvurarak İMD rehberlik ve danışmanlık hizmeti alan "iş arayanlardır". İŞKUR Genel Müdürlüğü tarafından İMD hizmetlerinin değerlendirilmesi için yapılmış iki soruluk bir anket mevcuttur. Ancak bu anket çalışması hem çok dar kapsamlı hem de İl Müdürlükleri arasındaki farklılıkları gösterir nitelikte değildir. Bu nedenle araştırmanın örneklemini Çanakkale Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü olarak belirlenmiştir. Araştırmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. 2018 yılı Nisan – Haziran ayları içerisinde toplanmış olan veriler yatay kesit verilerden oluşmaktadır. 2017 yılı içinde Çanakkale İŞKUR'a iş arayan olarak başvurmuş 16.460 kişi bulunmaktadır. Bu sayı için anket tekniğinden yeterli örneklem büyüklüğünün hesaplanması için faydalanılan eşitlik şu şekildedir;

$$n = \frac{N.P.Q.Z^2}{[(N-1).d^2] + P.Q.Z^2}$$

Oranlara yönelik örneklem hacmi yaklaşımı ile hesaplama yapılmıştır. İŞKUR Genel Müdürlüğünün yaptığı memnuniyet anketinde danışanların İŞKUR ve İMD'lerden memnuniyet oranı 0,80 olarak tespit edilmiştir. Çanakkale İl Müdürlüğü için böyle bir oran bulunmadığından oran değeri 0,50 ile 0,80 arasında verilmiştir. Böylece araştırma için gereken en yüksek örneklem hacmine ulaşmak hedeflenmiştir. Eşitlikte;

N: Ana kütle büyüklüğü, P: Örneklem için Çanakkale ilinde İŞKUR'dan memnun olma olasılığı, Q = (1-P): Örneklem için Çanakkale ilinde İŞKUR'dan memnun olma olasılığı, Z: (1- α) düzeyindeki Z tablo değeri, α : Anlam düzeyi, D: Hata (tolerans) kabul oranıdır.

Anakütle parametrelerinin mümkün olduğu kadar yansız tahmin edilebilmesi için iş arayanların memnuniyet olasılığının 0,5 ile 0,8 arasında olduğu düşünülmüştür. Ek olarak % 5 anlam düzeyi ve % 5 hata payı ile ana kütle temsil edecek örnek büyüklüğünün 242 ile 375 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Örneklem hacmi hesaplaması şu şekildedir;

$$n = \frac{16460 (0,5)(0,5)(1,96)^2}{[(16460-1)(0,05)^2] + (0,5)(0,5)(1,96)^2} \cong 375$$

Araştırmadaki katılımcı sayısı hesaplanan örneklem sayısı açısından yeterlidir. 427 ait veri ile analize başlanmış ancak İŞKUR'un internet sitesini hiç kullanmadıklarını belirten ve internet sitesi memnuniyet ölçüğünü yanıtlamayan 42 kişinin çıkarılması ile analiz 385 kişi

üzerinden gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör ve güvenilirlik analizinde bu kişiler çıkarılmıştır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veriler nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Öncelikle konuyla ilgili herhangi bir ölçek olup olmadığı araştırılmış, çalışmanın amacına uygun bir ölçek bulunamamıştır. Bu nedenle araştırmada kullanılacak ölçek soruları yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Soruların hazırlanması aşağıdaki aşamalarda gerçekleştirilmiştir.

- Öncelikle detaylı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Ölçülmek istenen konuya ait olabilecek boyutlar belirlenmiştir.
- Araştırmacılar tarafından bir soru havuzu oluşturulmuştur.
- Soru havuzu konunun uzmanı 2 öğretim üyesi ile 3 İMD'nin görüşüne sunulurken, katkı yapmak isteyenlerin soruları da soru havuzuna eklenmiştir.
- Araştırmacılar tarafından benzer ve aynı anlama gelebilecek sorular çıkartılmış, bazılarında değişiklik yapılmıştır.
- Soruların son hali yeniden öğretim üyeleri ve İMD'nin görüşüne sunulmuştur. Sorularla ilgili görüş birliği sağlanana kadar ufak değişiklikler yapılmıştır.
- Son şekli verilen ölçek 40 iş arayan pilot olarak uygulanmıştır. Pilot uygulama SPSS ile ön analize tabi tutulmuştur. Pilot uygulama için geçerlik gösteren Cronbach's Alpha sayısı 0,87 olarak tespit edilmiştir. Böylece ölçeğin geçerli ve uygun olduğu düşünülen uygulamaya başlamıştır.

Anketler 2018 yılında Nisan- Haziran ayları arasında İMD tarafından İŞKUR'a şahsen başvuru yapan iş arayanlara uygulanmıştır. İŞKUR'a gelen iş arayanlara önce ihtiyaç duydukları hizmetler verilmiş, daha sonra araştırmadan bahsedilmiştir. Gönüllülük esasına göre ankete katılmayı kabul eden iş arayanlara araştırmacı İMD tarafından anketler yüzyüze uygulanmıştır. Anket sayılarının yetersiz kalması üzerine İŞKUR'a son 6 ay içerisinde başvuru yapmış ve internet sitesi üzerinden sisteme giriş yapmış iş arayanlardan elektronik posta adresi sisteme kayıtlı olan 1600 iş arayan mail atılmıştır. Mailde araştırmanın amacı açıklanmıştır. Anketlerde kesinlikle kimlik bilgileri istenmediği ve toplanan verilerin yalnızca bilimsel bir çalışma için kullanılacağı bilgisi verilmiştir. Anketi sadece İMD ile görüşme yapanların yanıtlaması istenmiştir. 2018 Haziran ayı içerisinde toplam 165 katılımcı online anketleri yanıtlamıştır. Toplam 427 anket toplanmış, eksik ve hatalı doldurulan anketlerin çıkarılması ile 385 anket çalışmaya dahil edilmiştir.

2.4. Araştırma Sorusu ve Hipotezler

Araştırmada dünyada pek çok ülkede uygulanan ancak Türkiye'de 2012 yılından beri uygulanan iş ve meslek danışmanlığı hizmetinin ne kadar verimli ve etkin olduğunun hizmet alanlar tarafından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede araştırma soruları;

Araştırma Sorusu 1) İŞKUR'dan İMD hizmeti alan iş arayanlar bu hizmetlerden memnun mudur?

Araştırma Sorusu 2) İŞKUR'dan hizmet alan iş arayanlar İŞKUR'un fiziki ortamından memnun mudur?

Araştırma Sorusu 3) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar İŞKUR'un internet sitesi kullanımından memnun mudur? şeklindedir.

Bu sorulara yanıt aramak üzere araştırmada 3 hipotez geliştirilmiştir. Hipotezler;

H1) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar aldıkları İMD hizmetinden memnundurlar"

H2) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar hizmet aldıkları fiziki ortamdan memnundurlar"

H3) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar İŞKUR'un internet sitesinden memnundurlar" şeklindedir.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılan iş arayanların % 40,2'si ise erkek, % 59,5'i ise kadınlardan oluşmaktadır. Eğitim düzeyleri açısından bakıldığında katılımcıların % 31,6 oranı ile en yüksek eğitim grubunu lisans mezunları oluşturmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu (% 40,5) daha iyi şartlarda iş arayanlardır. İşsizlik süreleri açısından ise en yoğun katılımcı % 46,7 oranı ile 0-6 aydır işsiz olanlardır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: İş Arayan Katılımcıların Özellikleri ve Dağılımları

Değişkenler	Özellikler	n	%	Değişkenler	Özellikler	n	%	
Cinsiyet	Erkek	173	40,5	Yaş	15-19 yaş	18	4,2	
	Kadın	254	59,5		20-24 Yaş	96	22,5	
Eğitim	İlköğretim	41	9,6		25-29 Yaş	121	28,3	
	Orta Öğretim- Lise	109	25,5		30-34 Yaş	81	19,0	
	Ön lisans	114	26,7		35-39 Yaş	57	13,3	
	Lisans	135	31,6		40-44 Yaş	24	5,6	
	Yüksek Lisans ve üstü	28	6,6		45-49 Yaş	14	3,3	
İşsizlik Durumu	İş hayatına ilk kez atılan	106	25,9		50+ Yaş	16	3,7	
	Daha iyi şartlarda iş arayan	166	40,5		İşsizlik Süresi	0-6 Ay	178	46,7
	Çalışırken işsiz kalan	124	30,2			6 ay- 1 Yıl	67	17,6
	Emekli olup iş arayan	14	3,4	1-3 Yıl		79	20,7	
			3 Yıl ve Üstü	57		15,0		

İş arayanların Çanakkale İŞKUR'daki İMD'lerin hizmetlerinden, kurumun fiziksel yapısından ve internet sayfasından ne kadar memnun olduklarını belirleyebilmek için öncelikle ölçeğin kaç boyutta toplandığı araştırılmıştır. Bu amaçla Açıklayıcı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. Böylelikle ortak faktör yapılarıyla beraber gözlenen değişkenlerinin faktör oluşumlarına katkıları belirlenerek hangi değişkenin hangi faktörde majör rol oynadığı ve faktörlerin olayı tanımlanmasındaki önemleri ortaya konmuştur. Açıklayıcı faktör analizinden sonra ölçek 3 boyutta toplanmış ve bu faktörlerin isimleri; "İMD hizmeti memnuniyeti" (İMD), "İnternet Sitesi Kullanımı Memnuniyeti" (İNT) ve Fiziksel Ortam Memnuniyeti" (FO) olarak ifade edilmiştir. Faktör analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları ve Güvenirlilik

	Faktörler/Maddeler	Faktörler		
		1	2	3
İş ve meslek danışmanlığı hizmeti memnuniyeti	İMD7: Danışmanım ilanlar hakkında yeterince açıklama yaptı	,874	,898	
	İMD9: Danışmanım bana uygun seçenekler sundu	,873	,892	
	İMD12: Danışmanıma iş bulma sürecinde güveniyorum	,847	,886	
	İMD8: Danışmanım bana uygun seçenekler sundu	,866	,886	
	İMD10: Danışmanım kurumun diğer hizmetleri hakkında bilgi verdi	,758	,840	
	İMD6: Danışmanım beni uygun işe yönlendirdi	,788	,840	
	İMD11: Danışmanım alternatif iş arama kanalları hakkında beni bilgilendirdi	,765	,838	
	İMD13: Danışmanıma ihtiyaç duyduğumda rahatlıkla ulaşabilirim	,790	,834	
	İMD2: Danışmanım beni anladı	,826	,825	
	İMD3: Danışmanımın açıklamaları yeterliydi	,765	,793	
	İMD14: Danışmanıma telefon ettiğim zaman ulaşabilirim	,650	,733	
	İMD1: Danışmanım bana güler yüzlü davrandı	,683	,722	
	İMD5: Danışmanıma isteklerimi açıkça ifade edebildim	,563	,660	

İnternet sitesi memnuniyeti	INT3: İnternet sitesi kullanımı kolaydır	,793	,849
	INT2: İnternet sitesi yeterince anlaşılırdır	,778	,834
	INT7: İnternet sitesinden ilanlara ulaşmak kolayca başvuru yapabiliyorum	,747	,810
	INT5: İnternet sitesinden iş ilanlarına ulaşmak kolaydır	,730	,800
	INT4: İnternette kayıt oluşturmak kolaydır	,695	,798
	INT6: İnternet sitesinde CV'mi kolayca oluşturabiliyorum	,647	,791
	INT8: Sosyal medyada İŞKUR'un duyurularına ulaşabiliyorum	,617	,692
	INT1: İnternet sitesine kolayca ulaştım	,569	,677
Fiziksel ortam memnuniyeti	FOM2: Bina İŞKUR'un hizmetleri için uygun değildir	,602	,769
	FOM4: Danışmanlık hizmeti almak için çok sıra bekledim	,423	,635
	FOM7: Hizmet binası danışmanlık hizmeti için uygun dekore edilmiştir	,513	,552
	FOM6: Hizmet binası temizdi	,518	,544
	FOM1: İŞKUR binasına kolayca ulaştım	,519	,504
	FOM5: Numaratör sistemi yeterince kullanışlı	,436	,434
Özdeğerler	9,801	6,114	2,721
Varyans açıklama oranı (%)	36,299	22,644	10,079
Kümülatif varyans açıklama oranı (%)	36,299	58,942	69,022
Cronbach Alpha değeri	,973	,934	,756
Ölçek ortalaması	3,968	4,006	4,017
KMO = 0,948 Barlett's Test of Sphericity =10310,87 P=0,0001			

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach's Alpha istatistiği kullanılmıştır. Cronbach's Alpha güvenirlüğün bir ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Ölçeklere ait Cronbach's Alpha değerleri İMD Hizmeti Memnuniyeti için ,973; İnternet Sitesi Kullanımı Memnuniyeti İçin ,934; Fiziksel Ortam Memnuniyeti için ,756 olarak belirlenmiştir.

Ölçeklerde ölçeği bozan bir madde olup olmadığı geçerlilik ve güvenilirlik analizi ile beraber Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizleri sonucu karar verilmiştir. Geçerlilik ve güvenilirlik analizinde soru bütün korelasyonlarda negatif korelasyona sahip bir madde olup olmadığına bakılmıştır. Her üç ölçekte de negatif korelasyona sahip madde bulunmamıştır. Ölçekte yer alan sorular için soru ortalamalarının birbirine eşit olup olmadığı, diğer bir ifade ile soruların birimler tarafından aynı yaklaşım ile algılanıp algılanmadığını, soruların zorluk derecelerinin birbirine eşit olup olmadığı, soruların normal dağılım formunda hazırlanıp hazırlanmadığını görebilmek için Hotelling T2 değerlerine bakılarak karar verilmiştir. Tüm ölçeklerde Hotelling T2 istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla ölçekte yer alan sorular gerekli ve birimlerin farklı farklı özelliklerini ölçmektedir. Ölçek bir bütün olarak

ele alındığı ve kurumdan memnuniyete yönelik tüm ölçeğin güvenilirliği araştırılmış ve tüm ölçek için Cronbach Alpha=0,960 elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Ölçeklere Yönelik Güvenirlik Analizi Sonuçları Ve Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Mad.	Ortalama	Std. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach Alpha	Mad.	Ortalama	Std. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach Alpha
FO1	4,34	,980	,562	,706	İMD1	4,30	1,039	,777	,973
FO2	3,79	1,206	,481	,725	İMD2	4,22	1,067	,883	,971
FO4	3,72	1,312	,340	,771	İMD3	4,13	1,128	,841	,971
FO5	3,96	1,073	,515	,716	İMD5	4,28	,963	,710	,974
FO6	4,28	,953	,575	,704	İMD6	3,83	1,254	,863	,971
FO7	4,01	1,112	,570	,700	İMD7	3,94	1,256	,917	,970
Hotelling's T ² =157,54 P=0,0001 Ölçek varyans=1,239					İMD8	4,08	1,158	,909	,970
INT1	4,37	,863	,659	,933	İMD9	3,94	1,212	,917	,970
INT2	4,08	1,061	,838	,921	İMD10	3,74	1,311	,832	,972
INT3	4,06	1,068	,849	,920	İMD11	3,78	1,304	,840	,971
INT4	4,06	1,055	,775	,925	İMD12	3,83	1,324	,898	,970
INT5	4,01	1,103	,812	,922	İMD13	3,86	1,255	,869	,971
INT6	3,94	1,001	,722	,929	İMD14	3,67	1,300	,776	,973
INT7	3,81	1,182	,820	,922	Hotelling's T ² =224,301 P=0,0001 Ölçek varyans=1,447				
INT8	3,71	1,270	,713	,932	Tüm ölçek için Cronbach Alpha=0,960 Ölçek Ortalama=3,99 Hotelling's T ² =522,37 P=0,0001 Ölçek Varyans=1,318				
Hotelling's T ² =154,79 P=0,0001 Ölçek Varyans=1,169									

3.1. İş ve Meslek Danışmanı Hizmetinden Memnuniyet Boyutuyla İlgili Sonuçlar

Genel ortalamalar incelendiğinde İMD hizmeti memnuniyeti ölçeğinin genel ortalamasının 3,968±1,447 olduğu görülmüştür. Böylece “H1) İŞKUR’a başvuran iş arayanlar aldıkları İMD hizmetinden memnundurlar” hipotezi desteklenmiştir.

Memnuniyet düzeyinin yaşa, cinsiyete, eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Memnuniyeti ölçen ölçeklere ait ortalama puanlar normal dağılım göstermediği için ortalamalar arasındaki farklılıklar için parametrik olmayan istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. İMD'lerden hizmet alan iş arayanların memnuniyet puanları arasında cinsiyete göre anlamlı farklılık olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile araştırılmıştır. Teste göre; İŞKUR'a başvuru yapan kişilerin İMD'den aldığı hizmet memnuniyet düzeyi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($Z = -0,060$ $p = 0,953$).

Memnuniyet düzeyinin yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı Kruskal-Wallis Testi ile araştırılmıştır. Test sonucuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (Test istatistiği=12,78 $p = 0,078$).

Memnuniyet düzeyinin anlamlı farklılık gösterdiği değişkenlerden birisi eğitim düzeyi olmuştur. Kruskal-Wallis Testine göre bireylerin aldıkları hizmete yönelik memnuniyet düzeyleri arasında eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık mevcuttur (Test İstatistiği=12,501; $p = 0,014$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğu Bonferroni çoklu karşılaştırma testi ile araştırılmıştır. Buna göre;

- Orta öğretim düzeyinde eğitimi olanların İMD'lerden aldıkları hizmete ilişkin memnuniyet düzeyleri eğitimi lisans olan bireylerden daha yüksektir (Test İstatistiği=12,501; $p = 0,014$).

Kruskal-Wallis Testi ile iş arayanların memnuniyet düzeylerinin işsizlik durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Sonuçlara göre işsizliğin durumuna göre iş arayanların memnuniyet düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (Test istatistiği = 3,785; $p = 0,286$). Diğer bir ifade ile İMD hizmetlerinden faydalanan ilk kez iş arayanlar, daha iyi şartlarda iş arayanlar, işsizler, emekli olup iş arayanların memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Memnuniyet düzeyinin anlamlı bir farklılık gösterdiği değişkenlerden biri de işsizlik süresi olmuştur. Memnuniyet düzeyinin işsizlik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Kruskal-Wallis Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Test İstatistiği = 12,781; $p = 0,005$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğu Bonferroni çoklu karşılaştırma testi ile araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre;

- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların hizmet memnuniyeti düzeyi işsiz olduğu süre 3 yıl ve üzeri olan iş arayanların memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,003$),
- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların hizmet memnuniyeti düzeyi işsiz olduğu süre 6 ay ile 1 yıl arasında olan iş arayanlardan yüksektir ($p = 0,017$),
- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların hizmet memnuniyeti düzeyi işsiz olduğu süre 1 yıl ile 3 yıl arasında olan iş arayanlardan yüksektir ($p = 0,026$).

İşsizlik süresine göre İMD'lerden alınan hizmetin memnuniyet düzeyi 0-6 ay arası işsizlik süresindeki gruplarda en yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifade ile işsizlik süresi arttıkça işsizlerin İMD'den memnuniyet düzeylerinin düştüğü söylenebilir.

3.2. Fiziksel Ortamdan Memnuniyet Boyutuyla İlgili Sonuçlar

İŞKUR'a iş aramak için başvuran bireylerin İŞKUR binasının fiziki ortamından ne kadar memnun kaldığı araştırılmıştır. Fiziksel ortam memnuniyeti ölçeğine ait genel ortalama $4,006 \pm 1,169$ şeklinde hesaplanmıştır. Bu durumda geliştirilmiş ikinci hipotez olan H2) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar hizmet aldıkları fiziki ortamdan memnundurlar" hipotezi desteklenmektedir.

Fiziksel ortam memnuniyet düzeyinin yaşa, cinsiyete, eğitim durumuna göre farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Memnuniyeti ölçen ölçeklerle ilgili ortalama puanlar normal dağılım göstermediği için ortalamalar arası farklılıklar parametrik olmayan istatistiksel yöntemlerle araştırılmıştır. İŞKUR'a iş aramak üzere başvuran iş arayanların hizmet aldıkları binanın fiziksel ortam memnuniyet düzeylerinde cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile araştırılmıştır. Teste göre fiziksel ortam memnuniyeti açısından iş arayanların cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($Z = 0,385$; $p = 0,700$).

Diğer yandan memnuniyet düzeyinin yaşa göre farklılaşp farklılaşmadığı Kruskal-Wallis Testine göre araştırılmış ve istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Test istatistiği= 28,273; $p = 0,0001$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun tespiti için Bonferroni çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Buna göre;

- Yaş aralığı 20-24 olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyeti, yaş aralığı 30-34 olanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($P = 0,003$),
- Yaş aralığı 20-24 olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyeti, yaş aralığı 25-29 olanlardan arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($P = 0,005$),
- Yaş aralığı 15-19 arası olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyeti, yaş aralığı 30-34 arası olanlardan daha yüksektir ($P = 0,011$),
- Yaş aralığı 15-19 arası olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyeti, yaş aralığı 25-29 arası olan bireylerin fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($P = 0,021$).

Elde edilen sonuçlara göre iş arayanlar arasında İMD hizmetlerinden en yüksek memnuniyet duyanlar ortalama 4,36 puan ile 15-19 arası yaş grubudur. Kruskal-Wallis Testine göre birimler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilen diğer bir değişken eğitim durumudur (Test İstatistiği=21,576; $p = 0,0001$). Hangi gruplar arasında farklılığın olduğunu belirlemek için Bonferroni çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Buna göre;

- Eğitim durumu orta- lise düzeyinde olan iş arayanların hizmet aldıkları binanın fi-

ziksel ortamından memnuniyet düzeyleri, eğitim düzeyi yüksek lisans ve yukarı olan bireylerden daha yüksektir ($p= 0,028$),

- Eğitim durumu orta- lise düzeyinde olan iş arayanların hizmet aldıkları binanın fiziksel ortamından memnuniyet düzeyleri, eğitim düzeyi lisans olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($p=0,010$).
- Eğitim durumu ön lisans düzeyinde olan iş arayanların hizmet aldıkları binanın fiziksel ortamından memnuniyet düzeyleri, eğitim düzeyi yüksek lisans ve üzeri olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($p=0,022$).
- Eğitim durumu ön lisans düzeyinde olan iş arayanların hizmet aldıkları binanın fiziksel ortamından memnuniyet düzeyleri, eğitim düzeyi lisans olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($p=0,006$).

Kruskal-Wallis Testi ile fiziksel ortam memnuniyetinin işsizlik durumuna göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Buna göre İŞKUR'a başvuran iş arayanların hizmet aldıkları binanın fiziki ortamından memnun olup olmadıkları konusunda işsizlik durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Test istatistiği=2,327; $p=0,507$). İşsizlik durumuna göre fiziksel ortam memnuniyeti açısından göze çarpan bir nokta emekli olduktan sonra iş arayanların memnuniyet düzeyinin 3,53 ortalama ile en düşük olmasıdır.

Kruskal-Wallis Testine göre fiziksel ortam memnuniyeti açısından anlamlı bir farklılığın görüldüğü diğer bir değişken de işsizlik süresidir (Test istatistiği=12,781; $p=0,005$). Hangi gruplar arasında farklılığın olduğu Bonferroni çoklu karşılaştırma testi ile sinanmıştır. Buna göre;

- İşsizlik süresi 0-6 ay arası olan iş arayanların İŞKUR binasının fiziksel ortamından memnuniyet düzeyi işsizlik süresi 3 yıl ve daha uzun olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($p= 0,004$).
- İşsizlik süresi 0-6 ay arası olan iş arayanların İŞKUR binasının fiziksel ortamından memnuniyet düzeyi işsizlik süresi 1-3 yıl arasında olan iş arayanların fiziksel ortam memnuniyetinden daha yüksektir ($p= 0,020$).

Araştırmada fiziksel ortam memnuniyet ortalamaları işsizliğin süresi uzadıkça anlamlı şekilde azalmaktadır. İşsizlik süresi 0-6 ay arası olan işsizlerin fiziksel ortam memnuniyet ortalamaları 4,15'dir. Memnuniyet düzeyinin en düşük olduğu grup ise 3,78 ortalama ile işsizlik süresi 3 yıldan uzun olan işsizlerdir.

3.2. İnternet Sitesi Kullanımı Memnuniyeti Boyutuna İlişkin Sonuçlar

Araştırmada katılımcıların memnuniyet düzeylerinin araştırıldığı diğer bir boyut da İŞKUR'un internet sitesinin kullanışlı olup olmadığıdır. Günümüzde internet ağı çok yaygınlaşmış ve internet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerin sayısı ve yaygınlığı çok artmıştır. İnternetin sıklıkla kullanıldığı alanlardan biri de iş aramaktır. Özel iş arama siteleri çok yaygın

şekilde kullanılırken, İŞKUR'un sitesine üye olarak iş aramak isteyen bireylerin sayısı da oldukça fazladır.

İş arayanların internet sitesi kullanımı konusundaki memnuniyet ölçeğinin genel ortalaması $4,017 \pm 1,239$ olarak hesaplanmıştır. Buna göre araştırmanın üçüncü hipotezi olan "H3) İŞKUR'a başvuran iş arayanlar İŞKUR'un internet sitesinden memnundurlar" hipotezi desteklenmektedir.

İnternet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinin cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Memnuniyeti ölçen ölçeklere ait ortalamalar normal dağılım göstermediği için ortalamalar arası farklılıklar parametrik olmayan istatistiksel yöntemlerle test edilmiştir. İŞKUR'a başvuran iş arayanların internet sitesi kullanımına ilişkin memnuniyet düzeylerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile araştırılmıştır. Sonuçlara göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($Z = -0,146$; $p = 0,884$).

Kruskal-Wallis Testi ile yapılan çalışmada ise internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi ile yaşa göre (Test İstatistiği= 17,73; $p = 0,013$) ve eğitim düzeyine göre (Test istatistiği=21,576; $p = 0,0001$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Hangi yaş grupları arasında farklılık olduğunu belirlemek için Bonferroni çoklu karşılaştırma testine başvurulmuştur. Buna göre;

- Yaş aralığı 15-19 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 25-29 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,027$).
- Yaş aralığı 20-24 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 25-29 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,030$).
- Yaş aralığı 20-24 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 30-34 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,010$).
- Yaş aralığı 20-24 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 50 ve üstü olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,019$).
- Yaş aralığı 40-44 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 50+ olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,041$).
- Yaş aralığı 45-49 olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi, arası bireylerin, yaş aralığı 50+ olan iş arayanların internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p = 0,047$).

İnternet sitesi kullanımından memnuniyet açısından eğitim durumuna göre farklılık testi Kruskal-Wallis ile araştırılmıştır. Eğitim durumuna göre internet kullanım memnuniyeti açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Test İstatistiği= 21,576; $p = 0,0001$). Farklılığın

hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için çoklu karşılaştırma testlerinden Bonferroni yapılmıştır. Bonferroni testine göre;

- Eğitim düzeyi ilköğretim olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyi, eğitim düzeyi yüksek lisans olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden yüksektir ($p = 0,034$).
- Eğitim düzeyi orta öğretim-lise iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyi, eğitim düzeyi lisans olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden yüksektir ($p = 0,006$).
- Eğitim düzeyi ön lisans olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyi, eğitim düzeyi lisans olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden yüksektir ($p = 0,017$).

İnternet sitesi kullanımından memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu eğitim seviyesi gurbu ilköğretim ve ortaöğretimdir. İnternet kullanımı memnuniyet düzeyinin işsizlik durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı konusunda yapılan Kruskal-Wallis Testine göre bu konuda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (Test İstatistiği= 4,421; $p= 0,219$). İş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeylerinde işsizlik süresine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Test İstatistiği= 12,781; $p= 0,005$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre;

- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyeti düzeyi, işsiz olduğu süre 3 yıl ve üzeri olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p= 0,0001$),
- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyeti düzeyi, işsiz olduğu süre 1-3 yıl arası olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p= 0,020$),
- İşsiz olduğu süre 0-6 ay arasında olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyeti düzeyi, işsiz olduğu süre 6 ay-1 yıl arası olan iş arayanların internet sitesi kullanım memnuniyet düzeyinden daha yüksektir ($p= 0,047$). İşsizlik süresi kısa olan bireylerde internet kullanım memnuniyeti daha yüksektir.

4. TARTIŞMA

İMD'lerin etkinliğinin İMD memnuniyeti, fiziksel ortam memnuniyeti ve internet sitesi kullanım memnuniyeti açısından incelendiği çalışmada işsiz bireylerin İMD memnuniyet açısından cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Yalova'da üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen bir çalışmada İŞKUR'un hizmetlerine ilişkin eğitim alan öğrencilerin, hizmetlere yönelik görüşleri eğitim öncesinde ve sonrasında araştırılmıştır. Buna göre kız öğrencilerin hizmetlere yönelik tutumları daha olumsuz yöndedir. Eğitim sonrasında kız ve erkek öğrencilerin tutumlarında olumlu yönde değişim gerçekleşmiştir (Koçak vd., 2017:

287). Kocaeli Üniversitesi öğrencileri ile yapılan araştırmada kız öğrencilerin İŞKUR hizmetlerinden faydalanma isteğinin erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir (Yıldırım vd., 2015: 73). Öğrenciler arasında belirlenen farklılık bu araştırmada tespit edilmemiştir.

Yaş açısından ise fiziksel ortam memnuniyeti ve internet kullanımı memnuniyeti sonuçlarında genç yaşlarda memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür. 15- 19 yaş arasındaki gençlerin fiziksel ortam memnuniyeti ve internet sitesi kullanımı memnuniyet düzeyi diğer gruplardan daha yüksektir. Yalova'da üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen araştırmada yaş grupları arasında İŞKUR hizmetlerine yönelik algı açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yaşı 26- 30 arasında olan öğrencilerin tutumları, 18- 20 ve 21- 25 yaş aralığındaki gruba göre daha olumludur (Koçak vd., 2017: 292). Yaşı en büyük olan grubun algısının olumlu çıkması, yaş ilerledikçe iş arama hizmetlerine ihtiyaç duydukları için bu hizmetlerin önemini anlamaları ile açıklanabilir. Kocaeli Üniversitesi öğrencileri örneğinde öğrencilerin % 80'e yakınının İŞKUR'un hizmetlerinden haberdar olmadığı, % 66'sının ise İMD hizmetlerinden haberdar olmadığı görülmüştür (Yıldırım vd., 2015: 71- 72). Dolayısıyla öğrencilerin ya da yaşı küçük olanların iş arama faaliyetlerine henüz gerek duymadıkları için İŞKUR faaliyetlerinden haberdar olmadıkları, dolayısıyla da olumsuz bir algıya sahip oldukları düşünülebilir. Bu araştırmada katılımcılar İŞKUR'a kendi istekleri ile başvuran bireyler oldukları için iş bulma danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyan ve bu hizmeti şahsen alan bireylerdir. Dolayısıyla katılımcılar arasında yaşa bağlı bir farklılık tespit edilmediği düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlarda eğitim durumuna göre farklılık bulunmuştur. Eğitim durumuna göre sonuçlarda ilköğretim mezunlarının İMD hizmetlerinden memnuniyet düzeyi en yüksekken, fiziksel ortam memnuniyeti açısından orta ve lise derecesindeki mezunlar diğerlerinden daha yüksek memnuniyet duymaktadırlar. İMD'lerden aldıkları hizmetten memnuniyet düzeyi en yüksek olan grup İlköğretim ve Orta öğretim- Lise eğitim seviyesidir. Bu durum İŞKUR'ın açık iş ilanlarının büyük oranda lise ve daha alt seviyedeki eğitim grubuna yönelik olması ile ilgili olabilir. Diğer bir ifade ile İŞKUR'a başvurmuş iş arayanlardan lise ve altı eğitim seviyesindekiler daha kısa sürede uygun iş bulabilmekte ve bu da memnuniyet düzeylerini arttırmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça uygun iş ilanlarının sayısı azalmakta, bu da İMD'lerin uygun eşleştirme yapamamasına neden olmaktadır. İş bulma ümidiyle başvurduğu kurumdan olumsuz yanıtla ayrılan iş arayanların memnuniyet düzeylerinin düştüğü düşünülmektedir. Yalova'da gerçekleştirilen benzer bir çalışmada tüm eğitim gruplarının İMD hizmetlerinden memnun oldukları görülmektedir (Koçak vd., 2015: 149).

İşsizler açısından ilk kez iş arayanlar, daha iyi şartlarda iş arayanlar, işsizler, emekli olup iş arayanların memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu sonuç, verilen İMD hizmetlerinin her kesimin seviyesine uygun olduğu ve her kesimi memnun ettiği şekliyle yorumlanabilir.

Sonuçlarda genel olarak dikkat çeken nokta işsizlik süresi uzadıkça memnuniyet düzeylerinin düşmesidir. 0-6 ay arası süre ile işsiz olan bireylerde memnuniyet ortalamaları daha

yüksekken, işsizlik süresi uzadıkça katılımcıların İMD, fiziki ortam ve internet sitesi kullanımı memnuniyet ortalamaları düşmektedir. Elde edilen sonucun iş arama sürecinin başında olan bireylerde umutların daha yüksek olması ve İMD ile kurulan bağın daha güçlü olması ile ilişkisi olabilir. İş bulma ümidi yüksek olan bireyler danışmanın yol göstericiliğine daha açık olabilirler. İşsizlik süresi uzadıkça bireylerin iş bulmaya yönelik umutlarının azaldığı, stres düzeylerinin arttığı bilinmektedir (Kanyılmaz Polat ve Bacak, 2018: 37). İş bulma ümidi ve iş arama motivasyonu düştükçe İMD'ye olan güven de azalabilmekte ve memnuniyet düşebilmektedir. Bu durum iş aramak için başvurdukları İŞKUR'dan aldıkları hizmetlerin işe yaramadığı, yetersiz olduğu konusunda olumsuz bir duyguya yol açabilmektedir.

Yalova'da İŞKUR'a başvuran iş arayanlar ile gerçekleştirilmiş araştırmada İMD danışmanlığı hizmetinden memnuniyet ile iş arama süresi arasında doğru yönlü ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifade ile Yalova örneğinde iş arama süresi arttıkça İMD hizmetlerinden memnuniyet artmıştır. Diğer yandan katılımcıların önemli bir kısmı iş arama sürelerinden bağımsız olarak iş arama sürecinde desteğe ihtiyaçları olduğunu ifade etmişlerdir Koçak vd., 2015: 149). Kocaeli örneğinde İŞKUR'a başvuran iş arayanların İMD'lere güven duydukları, empati ve heveslilik konularında da memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir (Özer, 2019: 93).

İşsizlerin İş-Kur başvurularında memnuniyetlerinin araştırıldığı diğer bir boyut fiziksel ortam memnuniyetidir. İş-Kur başvuruları esnasında fiziksel ortam açısından en yüksek memnuniyet duyan grup ortalama 4,36 puan ile 15-19 arası yaş grubudur. Bu durum genç iş arayanların ilk kez iş arama sürecine girmeleri ve olumlu duygular içinde olmaları olabilir. En düşük memnuniyet düzeyi ise 30- 34 ve 50 ve üstü yaş gruplarında gözlemlenmiştir. Bu durum iş arama faaliyetleri konusunda daha deneyimli olan bu yaş gruplarının diğer ayrıntılara da dikkat etmesi ile açıklanabilir.

Benzer bir farklılık eğitim açısından da belirlenmiştir. İMD hizmetlerinde fiziksel ortamdan en yüksek düzeyde memnuniyet duyan eğitim grubu önlisans ve orta öğretim seviyesidir. İş bulma konusunda bu iki eğitim grubunun daha avantajlı olması ve iş bulma faaliyetlerinin daha hızlı yapılabilmesi bu sonucun nedenleri arasında sayılabilir. En düşük ortalamaların yüksek lisans ve lisans olması da bu durumu destekler niteliktedir. Açık işler incelendiğinde yüksek lisans ve lisans mezunlarına yönelik uygun işler diğer eğitim gruplarına nazaran daha azdır. Dolayısıyla bu eğitim gruplarında uygun iş bulma ve yerleştirme faaliyetleri daha zor ve uzun sürelidir. Diğer yandan eğitim düzeyi arttıkça bireylerin beklentilerinin arttığı ve fiziksel ortam konusunda daha nitelikli yerler bekledikleri düşünülebilir.

İşsizlik durumuna göre fiziksel ortam memnuniyeti açısından göze çarpan bir nokta emekli olduktan sonra iş arayanların memnuniyet düzeyininin 3,53 ortalama ile en düşük olmasıdır. Bu durumun temel nedenleri arasında yaşı yüksek olan bireylerin çok katlı bir binada hizmet veren İŞKUR'daki işlemleri değişik katlarda halletmek zorunda olmaları sayılabilir.

Eğitim düzeyi açısından da fiziksel ortam memnuniyeti açısından farklılık belirlenmiştir. İşsizlik süresi en kısa olanların memnuniyeti en yüksek düzeydedir. Memnuniyet düzeyinin en düşük olduğu grup ise 3,78 ortalama ile işsizlik süresi 3 yıldan uzun olan işsizlerdir. Bu durumun açıklaması işsizlik süresinin uzaması ile yaşanan olumsuz duygu durumu ile çevresel algıların da olumsuzlaşması olarak yapılabilir. Kocaeli ilinde İŞKUR'a kayıtlı iş arayanlar üzerinde gerçekleştirilmiş bir araştırmada katılımcıların İŞKUR'un binasının eski olmasından dolayı memnuniyet düzeylerinin düştüğü görülmüştür (Özer, 2019: 93). Çanak-kale'deki İŞKUR binasının yeni olması memnuniyet ortalamalarının yüksek olmasının bir nedeni olabilir.

İşsizlerin iş aramak için sıklıkla faydalandıkları diğer bir hizmet de İş-Kur'un internet sitesi-dir. İnternet sitesi kullanımından memnuniyet düzeyi en yüksek olan grup 15-19 ve 45-49 yaş gruplarıdır. Gençlerin yaygın olarak internet kullanması, teknolojiye yakın olmaları, internet ve akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması bu sonucu desteklemektedir. Bu noktada 45-49 yaş arası grubun memnuniyet düzeyinin daha yüksek olması dikkat çekicidir. Bu gruptaki katılımcıların yoğunlukla 'daha iyi şartlarda iş arayanlar' olduğu görülmektedir. Mevcut işine rağmen başka iş araması İŞKUR'a şahsen gelmeden olanakları internet üzerinden değerlendirmesini gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla İŞKUR'a şahsen başvurmak yerine internet üzerinden ilanları takip etmek bu kesim için daha uygun olduğu için memnuniyet düzeyleri de yüksek olabilir. Memnuniyet düzeyi en düşük olan grup ise 50+ yaş grubudur. Bu yaş grubunun jenerasyon olarak internet kullanımına daha uzak olması siteyi kullanmalarını zorlaştırıyor ve memnuniyet düzeylerini düşürüyor olarak yorumlanabilir.

Eğitim seviyesi açısından İnternet sitesi kullanımından memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu grup ilköğretim ve ortaöğretimdir. İŞKUR ilanlarının bu eğitim guruplarına daha yoğunlukla hitap etmesi kullanıcıların memnuniyet düzeyini arttırabilmektedir. Günümüzde yaygınlaşan akıllı telefonlar ile İŞKUR'un sistemine her an ve kolaylıkla ulaşılabilmesinin de memnuniyet düzeyinin yüksek olmasında etkili olduğu düşünülebilir. Eğitim düzeyi ön lisans, lisans ve yüksek lisans olan iş arayanlara uygun iş ilanlarının nispeten az olması memnuniyet düzeyinin düşmesinde etkili olabilir.

İşsizlik süresi kısa olan bireylerde internet kullanımı memnuniyeti daha yüksektir. Bunun nedeni aynı siteye daha uzun süre girmek zorunda kalanların olumsuz duygular geliştirmesi ya da iş bulamadıkça internet sitesinin yetersiz gelmesi olabilir. Katılımcıların genel olarak tüm boyutlarda işsizlik süresi uzadıkça memnuniyetsizlik düzeyinde artma eğilimi görülmüştür. Bu durum uzun süreli işsizliğin genel sonuçları ile açıklanabilir.

İMD sisteminin işlerliği ve etkinliği dünyadaki örnekleri ile birlikte Türkiye'de de görülmektedir. Danışanların sistemden memnuniyeti kadar İMD'lerin de yaptıkları görevden memnuniyet duyması önem taşımaktadır. İMD sisteminin yürürlüğe konmasının 3 yıl sonrasında Bursa'da gerçekleştirilen araştırmada İMD'lerin bu mesleğe Kamu Personeli Seçme Sınavında kendi alanlarında iş bulamadıklarından yöneldikleri görülmektedir. Diğer yandan

İMD'ler bu işi bir "kariyer fırsatı" olarak değerlendirmişlerdir. Katılımcılar meslekteki sorunları arasında İŞKUR'un fiziki ve altyapı eksikliklerini göstermişlerdir (Emirgil vd. 2014: 159- 160). Daha sonra yapılan İMD'lerin işlerinden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi üzerine yapılan araştırmada Muş, Bitlis, Hakkari ve Van'da görev yapan İMD'lerin memnuniyet düzeyleri düşük bulunmuştur (Küçükali ve Özmen, 2019: 155). Marmara bölgesinde bazı illerdeki diğer bir araştırmada ise İMD'lerin yaptıkları işi (neredeyse) anlamsız olarak gördükleri belirtilmiştir. Araştırmaya göre İMD'ler meslekte yükselme şanslarını düşük, maaş ve sosyal haklarını yetersiz, yönetici davranışlarının adaletsiz, verilen eğitimlerin ve sağlanan araç gereçlerin yetersiz olduğundan bahsetmişlerdir (Yıldız, 2019: 1331).

SONUÇ

İşsizlik, tüm dünya ülkelerinin ortak sorunu olan sosyo-ekonomik bir olgudur. Sosyal devlet olmanın gereği işsizlikle mücadelede pasif politikalar uygulandığı kadar işsizlik sorununu kökten ortadan kaldırmaya yönelik aktif politikaların da önemi büyüktür. Gelişmiş ülkelerde aktif istihdam politikaları etkili yöntemlerle işsizlikle mücadele etmektedir. Bu konuda çalışan kurumlar işsiz bireylerin nitelikleri, motivasyonlarını, yetkinliklerini arttıracak yöntemleri kullanırken bir yandan da uygun işe uygun işçi eşleştirmesi yapmayı hedeflemektedirler.

Pek çok gelişmiş ülkede iş ve işçi bulma faaliyetlerini yürüten resmi kurumlar iş ve işçi arayanlara yüz yüze, interaktif danışmanlık hizmeti veren iş ve meslek danışmanlığı sistemini kullanmaktadır. Türkiye'de iş ve işçi bulma hizmetlerinde yetkili resmi kurum olan İş-Kur farklı ülke örneklerini inceleyerek 2013 yılında İMD sistemini uygulamaya koymuştur. İMD sistemi ile İş-Kur'un hizmetleri daha dinamik, aktif ve diyaloga açık hale gelmiştir. Her iş arayan ve işçi arayana bir danışmanlık hizmeti vermekte ve böylece iş ve işçi bulma hizmetleri bilgisayar üzerinde yapılan eşleştirmelerden ziyade daha çok nitelik eşleştirmesi yapmaya olanak tanımaktadır.

Bu araştırmada geçmişten henüz yaklaşık yedi yıl olan İMD sisteminden iş arayanların ne kadar memnun olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. İş-Kur'a başvuran iş arayanların İMD'den aldıkları hizmetten, danışmanlık hizmeti aldıkları fiziki ortamdan ve İş-Kur'un internet sitesinden ne derece memnun olduklarını belirlemek üzere nicel bir araştırma yapılmıştır. 385 iş arayandan anket tekniği ile toplanan verilere göre iş arayanların İMD, fiziki ortam ve internet sitesi memnuniyetleri oldukça yüksektir. Bu sonuçlar Türkiye'de yeni uygulamaya konulan sistemin amacına ulaştığını, kullananların beklentilerini karşıladığını ve bir anlamda işlevsel olduğunu belirtmektedir.

İş arama süreci bireyler açısından hem ekonomik hem de psiko-sosyal etkileri olan bir süreçtir. Bu süreçte işsizlere verilen destek işsizlerin bu süreci en az zararla geçirmelerinde büyük rol oynamaktadır. Bu anlamda bireysel görüşmelerin yapılmasına imkan veren İMD sistemi Türkiye'deki iş arama faaliyetlerine önemli bir katkı yapmıştır. Danışmanlık, yönlendirme,

eğitim gibi faaliyetler ile işsiz bireylerin yeniden işgücü piyasasına katılımının kolaylaştırılması hedeflenmektedir. Gerçekleştirilen bu araştırma ile sürecin işsizler açısından memnuniyetle karşılandığı görülmüştür. Eğitim düzeyi daha düşük işsizlerin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olması işsizlik sürecindeki belirsizlikte bu kimselerin daha çok danışmanlığa ve kişisel gelişime ihtiyaç duydukları şeklinde yorumlanabilir. Diğer yandan işsizlik sürecinin uzaması ile bireylerde memnuniyet düzeyi düşmektedir. Bu bilgiler uzun süreli işsizlerin işgücü piyasasına katılımı ile ilgili yeni strateji ve planlar gerektirdiğini gösterir niteliktedir.

Elde edilen verilerden hareketle bazı öneriler sunulabilir. İlk öneri İMD'lerin sayısının artırılması şeklinde yapılabilir. araştırmada eğitim düzeyi düşük olanların memnuniyet puanları lisans ve yüksek lisans mezunu iş arayanlara göre daha yüksektir. Bu durum Çanakkale'deki işgücü piyasasının yapısı ile ilişkilendirilebilir. Açık işlerin yetersiz olması istihdam olanaklarını kısıtlamaktadır. İMD'lerin istihdam edildikleri yerlere yatırım çekilmesi ile ilgili çeşitli projeler üretmeleri desteklenmelidir. Girişimciler ve girişimcileri destekleyen kamu kurumları, üniversiteler, STK'lar işbirliği ile o bölgede en uygun yatırımların analizleri yapılarak girişimcilere yol gösterilebilir. Böylece İş-Kur ve İMD'lerin bölgelerine yeni yatırımlar çekmeleri ve yeni iş alanları yaratmaları sağlanabilir.

İşsizliğin bireylerin psikolojik durumunda olumsuz etkiler yarattığı bilinmektedir (Kanyılmaz Polat ve Bacak, 2018: 36, Bacak ve Kanyılmaz Polat: 2015: 549). Direkt olarak işsizlerle etkileşime geçme "psikoloji" mezunu İMD'ler istihdam edilebilir. Ya da İş-Kur bünyesinde istihdam edilecek psikologlar işsizliğin psikolojik etkilerinin azaltılması ile ilgili çalışmalar yürütebilirler. Diğer yandan uzun süreli işsizler arasında iş aramayı bırakanlar tespit edilerek güvenmiş işçi etkisinden çıkarılmaları ile ilgili çalışmalar yapılabilir.

Gençlerin İş-Kur ve faaliyetlerini tanımaları için faaliyetler artırılmalıdır. İş-Kur'un temas halinde olduğu eğitim birimleri ilköğretime kadar indirilmelidir. İlköğretimden itibaren çocuklara kariyer bilinci aşılanmalı, uygun işe uygun işçi yerleştirilebilmesi için alt yapı oluşturulmaya başlanmalıdır. Öğrencilerin merak ettikleri sorular yanıtlanmalı, meslek seçiminin önemine yönelik bilinçlendirmeler yapılmalıdır.

Türkiye çapında İş-Kur'larda fiziksel koşullar değerlendirilmeli ve eksiklikler giderilmelidir. Danışan bireylerin kendilerini özel hissedecekleri, özel konuşma imkanı bulacakları alanlar düzenlenmelidir. İMD'lerin sayısının artırılması ile herkese İMD atanmalı ve işsizlik sürecinin başından sonuna kadar danışanlar aynı İMD ile takip edilmelidir. Böylece İMD- birey etkileşim ve verimliliği artırılabilir.

Günümüz teknoloji koşullarında İş-Kur'un internet sitesi sürekli bir revizyon halinde olmalıdır. Güncel akıllı teknolojiler ile donatılacak internet sitesi eğitim düzeyi düşük ya da yüksek kullanıcıların hepsinin niteliğine uygun bir içeriğe sahip olmalıdır.

Bu tür çalışmaların yaygınlaştırılması, İMD'lerin yaptıkları işe olan bağlılık, güven ve memnuniyet düzeylerinin artırılması tüm sisteme olumlu yansıtacaktır. Bundan sonra yapılacak

araştırmalarda İMD'lerin memnuniyet düzeyleri, İMD sistemine yönelik inançları, sistemdeki aksayan yönlerle ilişkin görüş ve önerileri araştırılabilir. Bundan sonraki çalışmalarda güvenmiş işçi etkisi yaşanmaması açısından uzun süreli işsizlerin desteklenmesi, İMD'lerin yeni iş alanları yaratılması konusunda nasıl bir rol oynayabilecekleri gibi hususlar ayrıca araştırma konusu olabilir.

SATISFACTION LEVELS OF JOB SEEKERS ABOUT THE COUNSELLING SERVICES OF İŞKUR: THE CASE OF CANAKKALE İŞKUR

1. INTRODUCTION

Fighting unemployment is among the main problems of many developed and developing countries. Turkey Employment Agency (İŞKUR) is a public agency in charge of carrying out active and passive policies for the labor market in Turkey. The structure and organization of İŞKUR was reorganized with the law enacted in 2003. With some amendments made in the legislation, the activities of the institution have been transformed to meet the global needs significantly.

The official institutions that carry out employment and employment activities in many developed countries use the job and vocational counseling system, which provides face to face and interactive counseling services to jobseekers. İŞKUR, the official agency in charge of the employment services in Turkey, introduced IMD system in 2013 after examining samples in different countries. With the IMD system, İŞKUR's services have become more dynamic, active and open to dialogue. A consultant serves every job seeker and employer, so job and recruitment services enable more quality matching rather than computer matching. (Emirgil et al., 2014: 151).

Counseling system began to be implemented in Turkey with the employment of 394 vocational counsellors. The number of counsellors employed at the end of September reached 4,759 (İŞKUR). Thus, İŞKUR's employment and employment activities, carried out over the documents in the past, have turned into face-to-face consultancy and guidance services together with these counsellors.

2. METHODOLOGY

A quantitative research has been carried out with 385 jobseekers who applied to Çanakkale İŞKUR to find a job. In the research, the data were collected using the survey technique. Survey questions were developed by researchers. The questionnaires were applied to job seekers who applied to İŞKUR personally by IMD between April and June 2018. Job seekers

who came to İŞKUR were first given the services they needed, and then they were informed about the research. The questionnaires were applied face-to-face to jobseekers who agreed to participate in the survey on a voluntary basis by the researcher IMD . Since the number of surveys was insufficient, 1600 jobseekers who had applied to İŞKUR in the last 6 months and entered the system through the website were sent e-mails. The purpose of the research were explained in the e-mail. In the questionnaires, it was stated that no identification information was required and the data collected would be used only for a scientific study. Only those who were interviewed by IMDs were asked to answer the questionnaire. A total of 165 participants answered online surveys in June 2018. A total of 427 questionnaires were collected and 385 questionnaires were included in the study after the missing and incorrectly filled questionnaires were removed.

3. FINDINGS

How satisfied the job seekers are with the services of the İMDs in Çanakkale İŞKUR has been discussed in three dimensions: satisfaction with the service of IMD, satisfaction of the physical environment and use of the website. When the general averages are analyzed, it has been seen that the overall average of the IMD service satisfaction scale is 3.968 ± 1.447 . This rate shows that job seekers are satisfied with the consultancy services they receive.

There was no significant difference in terms of satisfaction in terms of gender. In terms of age, as a result of physical environment satisfaction and internet use satisfaction, it was observed that the satisfaction level was higher at young ages. The physical environment satisfaction and website usage satisfaction level of the youth between the ages of 15-19 is higher than the other groups. According to the educational status, primary school graduates have the highest level of satisfaction with IMD services, while middle and high school graduates are more satisfied than others in terms of physical environment satisfaction.

The most striking point in the results is that as the unemployment period increases, the satisfaction levels decrease. While the average of satisfaction is higher with the individuals who have been unemployed for 0-6 months, the average of satisfaction of the participants for the use of IMD, physical environment and website decreases as the duration of unemployment increases. This may be related to the long-term consequences of unemployment. As the duration of unemployment increases, the hopes of unemployed people begin to decrease and their psychology deteriorates. This situation may lead to a negative feeling that the services they receive from İŞKUR are not working and that they are insufficient.

A similar case is seen as a result of satisfaction according to their educational status. Satisfaction points of those with low level of education are higher than those undergraduate and graduate job seekers. This situation can be related to the structure of the labor market in Çanakkale. Open job vacancies in Çanakkale İŞKUR are more suitable for lower education

groups than undergraduate and graduate groups. This situation can be perceived as İŞKUR providing a more beneficial and satisfying service in low education groups. When applying, there may be a decrease with the job satisfaction of undergraduate and graduate groups, who encounter job opportunities that are not suitable for them and who cannot meet their expectations.

4. DISCUSSION

IMD profession has been redefined with important mission guidance and counseling duties in reducing unemployment in Turkey. In this sense, it is of great importance that IMDs fulfill their duties effectively and that everybody they reach is satisfied with these services. In this research, it is aimed to determine how satisfied job seekers are with the service provided by IMDs, who started their duties in 2012. The relationship between jobseekers and IMD was investigated within the framework of the physical environment of the building served and İŞKUR's website. Thus, the functionality of the job and vocational counseling system, which doesn't have a very long history, is tried to be evaluated by the users

In this study, it is aimed to determine how satisfied jobseekers are from the IMD system, which has only about seven year-old history. The job seekers' consultant support in job search processes, where they serve support and counseling, will have a positive impact on job finding processes. The increase in job placements made by İŞKUR after the employment of IMDs shows the functionality of the system.

CONCLUSION

It has been determined that jobseekers in Çanakkale are satisfied with the service provided by IMDs. Job seekers with long unemployment, higher age and education, are slightly less satisfied. Measures need to be taken to prevent these people from moving away from the labor market. Increasing the number of consultants will be able to provide more productive results by allowing more contact with job seekers .

KAYNAKÇA

Bacak, B.; Kanyılmaz Polat, E. (2015). An Investigation of Unemployed Univesity Graduates' Depression Levels: The Case of Çanakkale Province, "In Current Approaches in Social Sciences, Yılmaz, R., Löschnigg, G., Arslan, H., Icbay, M. A., Editör: Frankfurt: PL Academic Research, 545- 555.

Biçerli, M. K. (2011), Çalışma Ekonomisi, Beta Yayınları, İstanbul.

Bodur, Z. (2013), İŞKUR İş Ve Meslek Danışmanlığı Hizmetlerinin Etkinliğinin Artırılma-

- sında Performans Ölçümünün Rolü. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.
- Erdoğan, N. (2011), “İş ve Meslek Danışmanlığı”, İş ve Meslek Danışmanlığı, İş ve Meslek Danışmanlığı Derneği, Ekim, Ankara.
- Emirgil, B. F.; Aca, Z.; Işığışok, Ö. (2014), Türkiye’de İş ve Meslek Danışmanlığının Etkinliği: Sorun Alanları ve Beklentiler (Bursa İŞKUR Örneği), Çalışma ve Toplum Dergisi, 2014/ 1.
- İŞKUR (2011), 2008 Yılı Faaliyet Raporu. Türkiye İş Kurumu, Ankara.
- İş ve Meslek Danışmanlığı Kitabı (2011), İş ve Meslek Danışmanlığı, Türkiye İş Kurumu, Ankara.
- İŞKUR (2018), 2017 Yılı Faaliyet Raporu. Türkiye İş Kurumu, Ankara.
- İŞKUR (2019), 10. Olağan Genel Kurul Raporu, <https://media.iskur.gov.tr/33490/10-genel-kurul-raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 25.06. 2020).
- İŞKUR (2020), 2020 Yılı Mayıs Ayı İstatistik Bülteni, <https://media.iskur.gov.tr/38701/05-mayis-2020-aylik-istatistik-bulteni.pdf> (Erişim tarihi: 26.06.2020).
- Kanyılmaz Polat, E.; Bacak, B. (2018), Yükseköğrenim Mezunu İşsizlerde İşsizliğin Psikolojik Sonuçları ve İşsizlik Süresi İlişkisi: Çanakkale Örneği. Çalışma İlişkileri Dergisi, 9 (2), 24-47.
- Kaarağülle, B.; (2007), Türkiye’de İşsizliğe Bir Çözüm Önerisi Olarak Türkiye İş Kurumu’nun İş Danışmanlığı Hizmetleri, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.
- Koçak, O.; Akman, A. C. (2011), İşsizlikle Mücadelede İş Danışmanlık Hizmetleri ve Yalova Örneği, “İş, Güç”, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Nisan, Cilt: 13, Sayı: 2, 135- 154.
- Koçak, O.; Kırtay, Ç.; Kaya; A. (2017), Üniversite Öğrencilerinin İş Bulma ve Kariyer Beklentilerinin İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetlerinden Etkilenmesi: Yalova Üniversitesi Örneği, Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E- Dergi, Haziran, Cilt: 6, Sayı: 1, 266- 308.
- Küçükali, A.; Özmen, K. (2019), İş ve Meslek Danışmanlarının Çalışma Hayatında Karşılaştıkları Problemler ve Eksik İstihdam Sorunu: Muş, Bitlis, Van ve Hakkari Örneği, İşve Hayat Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 10, 136- 158.
- Özer, T., (2019), Türkiye’de İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetlerinin Etkinliği: Kocaeli İli Örneği, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Temur, S., (2017), Kamu İstihdam Hizmetlerinin Kalbi: İş ve Meslek Danışmanlığı, İstihdamda 3İ Dergisi, Sayı: 23, Nisan, Mayıs, Haziran, Türkiye İş Kurumu.

Yıldız, K., (2018), İş ve Meslek Danışmanlarının İş Problemleri ve Mesleki Memnuniyet Düzeyleri, Adıyaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 10, Sayı: 30, 1319- 1337.

Yıldız, K.; Çiloğlu Yörübulut, M. (2017), Türkiye’de İş ve Meslek Danışmanlığı Sisteminin İşlerliği, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 1, 97- 109.

Yıldırım, S.; Acaray, A.; Şevik, N. (2015), Üniversite Öğrencilerinin İŞKUR Hizmetlerine İlişkin Algı ve Tutumları, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1, 65- 78.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

ÖRGÜTLERDE DAVRANIŞSAL KARAR ÖLÇEĞİ: GEÇERLİLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI¹

Sevilay GÜLER² & Hasan TUTAR³ & Mahmut AKBOLAT⁴

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, işgören davranışlarını örgüt yanlısı yaklaşımların yanında, alternatif kuramların varsayımları üzerinden incelemeye yönelik bir ölçek geliştirmektir. Bu amaçla örgüt yanlısı yaklaşımlara eleştirel bir bakış açısı geliştirilmiş ve komuyla doğrudan ilişkili olduğu düşünülen davranışsal iktisat kuramlarında ileri sürülen insan davranışları perspektifinde ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği (ÖDKÖ) ile örgüt yanlısı yaklaşımların alternatif kuramlar tarafından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma 542 kişiden oluşan bir örneklemden elde edilen verilerle yapılmıştır. Verilerin analizinde keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda toplam 35 madde ve beş alt boyuttan oluşan bir ölçek elde edilmiştir. Ortaya çıkan alt boyutlar; rasyonellik, sezgisellik, benlik saygısı, betimsellik ve normatiflik olarak adlandırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen bulgular ölçeğin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğunu göstermiştir. Ölçeğin güvenirligi için 0,968 olarak hesaplanan Cronbach Alfa kat sayısı ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Analiz bulgularına göre Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği, işgörenlerin davranışsal kararlarının analizinde kullanılabilen geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Ölçek Geliştirme, Davranışsal Karar Ölçeği, İşgören Davranışları.

JEL Kodları: D23, M10, M54.

Başvuru: 15.01.2021

Kabul: 08.05.2021

- 1 Bu çalışma, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalında, 2020 yılında tamamlanan, “Örgüt Yanlısı Yaklaşımların Davranışsal İktisat Varsayımları Açısından İncelenmesi ve Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir ve Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.
- 2 Dr., dsg_888@hotmail.com, Düzce, Türkiye, ORCID: 0000-0003-3877-6894.
- 3 Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, hasantutar@ibu.edu.tr, Bolu, Türkiye, ORCID: 0000-0001-8383-1464.
- 4 Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, makbolat@sakarya.edu.tr, Sakarya, Türkiye, ORCID: 0000-0002-2899-6722.

BEHAVIORAL DECISION SCALE IN ORGANIZATIONS: RELIABILITY AND VALIDITY STUDY⁵

Abstract

This study's primary purpose is to develop a scale to examine employee behavior over the assumptions of alternative theories and pro-organizational approaches. For this purpose, a critical perspective was developed for pro-organizational approaches and a scale development study was carried out in the perspective of human behaviors put forward in behavioral economic theories, which are thought to be directly related to the subject. It is aimed to examine pro-organizational approaches by alternative theories with the Behavioral Decision Scale in Organizations (DACs). The research was conducted with data obtained from a sample of 542 people. In the analysis of the data, exploratory factor analysis, and confirmatory factor analysis were used. As a result of the exploratory factor analysis, a scale consisting of 35 items and five sub-dimensions was obtained. The resulting sub-dimensions; It has been named rationality, intuition, self-esteem, descriptiveness, and normativity. Findings obtained as a result of the confirmatory factor analysis showed that the scale has acceptable fit values. The Cronbach Alpha coefficient calculated as 0.968 for the scale's reliability shows that the scale is quite reliable. According to the analysis findings, Behavioral Decision Scale in Organizations is a valid and reliable measurement tool that can be used to analyze employees' behavioral decisions.

Keywords: Organizational Behavior, Scale Development, Behavioral Decision Scale, Employee Behavior.

JEL Codes: D23, M10, M54.

"Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır."

1. GİRİŞ

Örgütsel davranış ve davranışsal iktisat disiplinlerinin genel amacı insan davranışlarının arkasındaki temel motivasyonu anlamak ve açıklamaktır. Örgütsel davranış insan davranışlarını sadece örgüt düzeyinde incelerken Davranışsal İktisat, klasik iktisadın insana ilişkin varsayımlarının yanında, psikoloji biliminin insan davranışlarına ilişkin varsayımlarından hareketle insan davranışlarını açıklama konusunda daha gerçekçi ve ölçülebilir kuramlar ileri sürmektedir. Örgütsel davranış literatüründe son yıllarda ileri sürülen yaklaşımların reel insan ilişkilerini yansıtmakta yetersiz olduğu ileri sürülebilir. Bu durum örgüt yanlısı yaklaşımların (örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, örgütsel sadakat, örgütsel özdeşim kurma) alternatif kuramlar (davranışsal iktisat kuramı, sınırlı rasyonellik kuramı, sosyal mübadele kuramı) üzerinden okunmasını gerekli kıldığı gibi, örgütsel bağlılık, örgütsel sadakat, örgütsel

⁵ The Extended English Summary is located below the Turkish article.

özdeşim kurma, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi yaklaşımlara alternatif ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemlerini gerekli kılmaktadır. Psikoloji ve iktisat disiplinin insanın faydaya yönelik bir varlık olduğu şeklindeki temel varsayımı ile örgüt yanlısı yaklaşımların varsayımları arasındaki uyumsuzluk söz konusu yaklaşımları sorgulamaya açık hale getirmektedir.

Blau'nun (1964: 598) sosyal mübadele kuramına göre insan karşısındakiyle mübadeleye soktuğu her ne ise ona göre davranmakta, taraflar yükümlülüklerini adil ve karşılıklı yarara uygun olacak şekilde yerine getirdikleri sürece bu ilişki yürümekte aksi halde hiçbir ilişki sadece taraflardan birinin özverisi üzerinden yürümektedir. Oysa örgüt yanlısı yaklaşımlara bakıldığında insanın sürekli örgüt yararına davranması gerektiği şeklinde bir telkinde bulunulduğu görülmektedir.

Davranışsal İktisadın temelini oluşturan sınırlı rasyonellik kuramını geliştiren Simon'a (1972) göre birey için kazandıracak ya da kaybettirmeyecek bir karar belirsiz alternatifler için yeterli olmaktadır. Anlaşıldığı üzere insan kazandırmaya bile en azından kaybettirmeyecek bir alternatif seçecektir. Sınırlı rasyonellik insanın rasyonelliğini tamamen reddetmekle birlikte insanın birtakım psikolojik etkenler nedeniyle karar verme sürecinde sınırlı bir rasyonellikle davranabileceğini ileri sürmektedir. Örgüt yanlısı yaklaşımların varsayımlarına bakıldığında ise insanın neredeyse kendi yararını hesaba katmadan örgüte bağlı, sadık, tanım dışı rol davranışı gösteren bir olarak yansıtılmaktadır.

İnsan davranışlarını açıklamak iddiasında olan yaklaşımların gerçek dünyada karşılığının olup olmadığının ve insan davranışlarını açıklama potansiyelinin olup olmadığının sorgulanması gerekir. Davranışsal iktisadın insana ilişkin temel kabulüne göre, insanın sınırlı rasyonellikle davrandığı, kararlarını verirken kayıptan kaçındığı ve kendisi için fayda getireceğini düşündüğü tercihler yaptığı genel olarak kabul edilmektedir (Simon, 1972:176). Oysa örgüt yanlısı yaklaşımlara bakıldığında, insanın örgütlerde göstermiş olduğu davranışların arkasındaki motivasyonun özveri temelinde ele alındığı görülmektedir. Örgüt yanlısı yaklaşımlarda işgörenlerin, örgüte fayda sağlamak amacıyla, iş tanımlarında yer almamasına rağmen tanım dışı rol davranışları gösterdikleri iddiası olgusal bir durum olmaktan ziyade sadece bir temenniye yansıtılmaktadır. Bu çalışmada örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, psikolojik sözleşme gibi örgüt yanlısı yaklaşımlar alternatif kuramlar üzerinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Literatürde örgüt yanlısı yaklaşımlara ilişkin iddiaların ortak noktalarının aşağıdaki noktalarda toplandığı görülmektedir (Brief ve Motowidlo, 1986: 710-725; Organ ve Ryan, 1995: 775-802; Podsakoff vd., 2000: 513-563):

- Örgütün fonksiyonel yapısının etkili bir şekilde yürütülmesini sağlayan örgütsel faaliyetler kapsamında yer alan davranışlardır.
- İş tanımlarında yer almayan, biçimsel rollerin dışında kalan, belirgin olarak sınırlandırılmayan, yerine getirilmediği zaman karşılığında herhangi bir yaptırım gerektirmeyen, işgörenlerin kendilerinden beklenilenden daha fazlasını ortaya koydukları davranışlardır.
- Biçimsel role bağlı olmadan ve örgüt yararına sergilenen gönüllü davranışlardır.

Örgüt yanlısı yaklaşımların yukarıda ifade edilen ortak özelliklere bakıldığında bunların olgusal bir temele dayanmaktan ziyade, örgüt lehine beklentileri ve temennileri ifade ettiği anlaşılmaktadır. Bu yaklaşımlar, insanların kas gücü ve zihinsel gücüne ilaveten, gönül gücünden yararlanmaya yönelik olarak ortaya atılmış varsayımsal ifadelerden meydana gelmektedir. Örgüt yanlısı yaklaşımların temel amacı insanın üretime katılabilecek her türlü yeteneğinden yararlanmaktır. Örgüt yanlısı yaklaşımların temelinde aslında, neoliberalleşme ile birlikte emeğin örgütsüzleştirilmesi stratejisi olduğu ileri sürülebilir (Dardot ve Laval, 2009).

Çalışanların işyerinde fayda-maliyet ilişkisini dikkate alarak tutum belirledikleri gerçeği genellikle örgüt yanlısı yaklaşımlarda göz ardı edilmektedir. Bu tarz retoriksel yaklaşımlar hem bilimsel bilgi üretimi açısından sorun teşkil etmekte hem de bunlar üzerine geliştirilen ölçeklerin geçerliliğini tartışmalı hale getirmektedir. Bilimsel faaliyet kapsamında yapılan her türlü bilgi üretiminin bilimsel ve olgusal karşılığının olması, ele aldığı konuyu yaşamın olağan akışıyla uyumlu bir biçimde açıklaması gerekir. Aksi halde retoriksel ifadelerle geliştirilen varsayımlara ait yaklaşımlara ilişkin ölçme yöntemlerinin ve araçlarının güvenilirliğini sorgulanır hale getirmektedir. Bu çalışmada insanın örgütsel davranışına alternatif bir bakış açısı kazandırmak ve insan-örgüt ilişkilerini gerçekçi bir temelde açıklamak amacıyla davranışsal iktisat kuramı gibi alternatif kuramlardan yararlanılarak örgütlerde davranışsal karar ölçęği geliştirilmiştir.

Kuram ile pratik arasındaki boşluğu birleştirme konusunda çalışmalarıyla sosyal bilimlere alanına çok önemli katkılar yapan Habermas'a (1998) göre, insan davranışını, doğadaki olaylar gibi kanunlarca yönetilen davranışlar olarak görmekten ziyade; insanların kendi uğraşlarındaki nedenlerin kavranması gerekmektedir. Habermas, teorisini üzerinde temellendireceği bir bilgi kuramı ortaya koyarak üç tür bilgi formundan ve bunlara karşılık gelen üç tür bilişsel ilgi, eylem ve deneyim alanından bahsetmektedir. Buna göre ampirik-analitik, hermeneutik (iletişimsel) ve özgürleşimci (eleştirel) bilgi olmak üzere üç tür bilgiden söz etmektedir. *Ampirik-analitik* bilgi formu klasik pozitivistizmde görülen araçsal bilgidir ve bu bilgi türünün arkasında yatan temel ilgi ve çıkar çevreye, insanlara ve genel olarak toplumlara uygulanabilen teknik kontroldür. Bu bilgi formu ile ona karşılık gelen teknik ilgi, maddi dünyada çalışma/emek olarak tanımlanabilecek bir eylem ya da deneyim alanı ile ilişkilidir. *Hermeneutik* (iletişimsel) bilgi ise temel ilgisi dünyayı anlamak ve yorumlamaktır. Bu bilgi formu ile ona karşılık gelen ilgi kültürel alanda etkileşim olarak tanımlanabilecek bir eylem ya da deneyim alanı ile ilişkilidir. Özgürleşimci (eleştirel) bilgi Frankfurt Okulu'nun da benimsediği bilgi formudur ve diğer iki bilgi sisteminden farklı olarak eleştirel bilgi temel olarak ezilenlerin özgürlüğü ve kurtuluşu ile ilgilidir. Habermas'a göre gerçek anlamda bütünsel olarak kapsayıcı ve özgün bir bilme bu üçüncü formda gerçekleşmektedir (Murphy, 2018; İsbir, 2019). Bu çerçevede bu çalışmada örgüt yanlısı yaklaşımlara ilişkin eleştirel bakış açısının dayandığı alternatif kuramlardan biri olarak da Habermas'ın özgürleşimci bilgi kuramını görebiliriz. Nitekim Habermas'a (1994) göre, bilgi üzerinde düşünmek demek bilgi ile iktidarın ayrıl-

mazlığından dolayı iktidar üzerinde düşünmek demektir. Aynı şekilde iktidar üzerinde düşünmek de aslında bilgi-iktidar özdeşliğinden dolayı iktidar üzerinde düşünmek anlamına gelir.

1.1. Literatür Özeti

Örgütlerde davranışsal karar yaklaşımı, işgören davranışlarını, *rasyonellik*, *sezgisellik*, *normatiflik*, *betimsellik* ve *benlik saygısı* boyutlarında ele almaktadır. Örgütlerde davranışsal karar, örgütlerdeki insan davranışlarını, sadece teorik varsayımlara dayanarak değil, insan ilişkilerini ve temel eğilimlerini dikkate alarak, davranışsal iktisat disiplininin varsayımları üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Örgütlerde davranışsal kararın boyutlarıyla/faktörleriyle ilgili özellikler aşağıda kısaca açıklanmıştır.

1.1.1. Örgütlerde Davranışsal Karar Boyutları

Faktör I. Rasyonellik

İnsanın rasyonelliği, gerek biyoloji, psikoloji ve iktisat bilimleri açısından, gerek sosyal bilimlerdeki alternatif kuramlar tarafından kabul edilen temel bir varsayımdır. Örgütsel davranışın da temel aktörü insan olduğuna göre bu alanda yapılan çalışmalarda insanın rasyonelliğinin göz ardı edilmesi gerçekçi bir açıklama modeli sunmayacaktır. *Rasyonellik* değerlendirme ve karar verme sürecinde insanın akılcı davranmasını, yararını ön planda tutmasını, fayda güdüsüyle hareket etmesini ifade etmektedir. İnsan temelde kendi yararına yönelik bencil bir güdüyle hareket etse de, toplumsal yaşam bireyin bu bencilliğine sınırlama getirmekte ve insanlar rasyonel davranmak niyetinde olsalar bile, davranışlarının sonuçları her zaman rasyonel olmayabilmektedir (Simon, 1955). Ancak bu durum onların söz konusu davranışlarında rasyonelin dışına çıktıkları anlamına gelmemektedir. Bu durum davranışsal iktisat disiplininin temel tartışma konusunu oluşturmaktadır. Davranışsal iktisadın sınırlı rasyonellik varsayımı, insanın rasyonelliğini tamamen reddetmemekle birlikte, insan psikolojisinden kaynaklanan çeşitli bilişsel yanılılardan dolayı insanın karar verirken rasyonellikten sapabileceğini ifade etmektedir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1124). Dolayısıyla davranışsal iktisattaki temel amaç insanın rasyonelliği ön kabulünü ortadan kaldırmak değil, mutlak bir rasyonelliğin kolay olmadığını ifade etmektir.

Faktör II. Sezgisellik

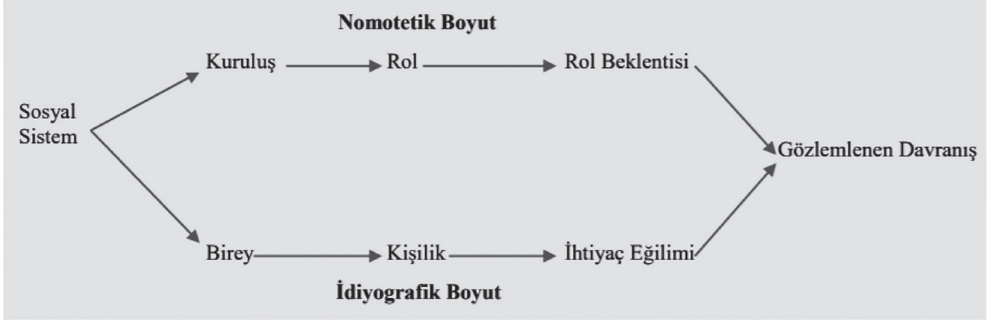
Örgütlerde davranışsal kararın bir diğer boyutu *sezgisellik*dir. Sezgisellik önsezilerin, bilişsel eğilimlerin ve geçmiş yaşantıların ön planda olduğu karar verme biçimini ifade etmektedir. Bilişsel eğilimler, insanın karar verme sürecini etkileyen ve düşünsel sistemin imkanından kaynaklanan psikolojik durumlardır. İnsan karar verirken sadece rasyonel veya sınırlı rasyonel değil, çoğu zaman sezgilerine dayalı olarak hareket etmektedir. Karar süreçlerinde sezgisellik, duygulara ve hislere dayalı karar vermektir. Sezgisellikte önsezi ve duygulara

güven ön planda tutulmaktadır. Sezgisellik deneyimle yakından ilişkilidir. Çünkü sezgilerin oluşmasında geçmiş yaşantıların önemli rolü vardır. Simon vd. (1987) sezgiselliğin kararlardaki rolünün en az rasyonellik kadar önemli olduğunu belirtmektedir. Davranışsal iktisatta sezgiler, bilişsel yanılıklar ve zihinsel eğilimlere neden olan faktörler olarak kabul edilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2019). Kayıptan kaçınma, batık maliyet yanılıgı, statüko eğilimi, sahiplik etkisi, zihinsel muhasebe gibi zihinsel eğilim ve yanılıklar insanı rasyonellikten uzaklaştıran faktörler olarak sayılmaktadır. İnsanlar sezgisellik yönlerinden dolayı örgütlerde de bu sezgilerine göre karar alıp davranışlar gösterebilmektedir. Bu yönüyle sezgisellik örgütlerde davranışsal kararların önemli bir boyutu olarak incelenmiştir.

Faktör III. Normatiflik

Örgütlerde davranışsal kararın bir diğer boyutu *normatifliktir*. Normatiflik örgütte insan davranışlarının kuralla dayalı olanları ile ilgili kısmını ifade eder. Örgütlerde belirli kurallar, normlar ve standartlar bulunur ve insanların bunlara göre göstermiş olduğu davranışlar örgütsel kararların normatiflik boyutunu oluşturmaktadır. Normatiflik boyutu, rasyonelitenin doğası, karar vermenin mantığı, çıktıkların faydası yönüyle rasyonel karar verme ile yakından ilişkilidir. Normatifliğin temelinde, kararın insanın karar verdiği sıradaki iradesine bağlı bir eylem olduğu, bu sebeple kurallara, normlara ve standartlara ihtiyaç duyulduğu vardır (Sweeney, 2008; Howard, 2007). Bu boyut örgüt yanlısı yaklaşımlarda olduğu gibi örgütlerde çalışan davranışlarının nasıl olması gerektiğini vurgulayan bir boyuttur. Barnard'ın (1976) da belirttiği gibi örgütler uzun ömürlü olmak isterler ve bunun yolu da etkililik ve verimliliklerdir. Ona göre etkililik ve verimlilik ölçütlerini karşılayamayan örgütler uzun ömürlü olamazlar. Nitekim Barnard'a göre bir örgütün verimliliği, işgörenlerin motivasyonlarına bağlıdır. Bu da örgütsel verimliliğin sadece örgüt açısından değil aynı zamanda işgören açısından da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Aslında Barnard'ın (1976; Wren ve Bedeian, 2009)) yapmaya çalıştığı şey de yöneticiler tarafından örgütte yürütülen faaliyetleri örgütün fiziksel, mali ve insan kaynakları ayrımı yapmadan tüm işlevleri birleştiren bir sistem olarak görme gereğidir. Konu üzerine araştırmalar yapan Getzels ve Guba (1957), geliştirdiği aşağıda şekil. 1'de gösterildiği gibi adına "Temel Örgütsel Dikotomi" dedikleri yaklaşımları da konuya önemli ölçüde açıklık kazandırmaktadır. Aşağıdaki şekilde de görüldüğü üzere "temel örgütsel dikotomi" yaklaşımı örgütler belirli kişilik yapıları, ihtiyaçları ve beklentileri olan (idiyografik) bireylerin yanında, işgörenlerden yerine getirmelerini bekledikleri belirli rolleri ve örgütsel verimliliğe katkı sağlayacak bazı beklentileri olan (nomotetik) örgütler sürekli bir çıkar çatışması veya çift kutupluluğu durumu söz konusudur. Bu durum aslında örgütsel davranışın ne sadece birey ne de sadece örgüt açısından tek başına ele alınamayacağını göstermesi bakımından önemli bir husustur.

Şekil 1: Temel Örgütsel Dikotomi



Faktör IV. Betimsellik

Gerçek dünyadaki insan ilişkilerinin kuralcı modellerle yeterince açıklanamayışı yeni yaklaşımları gerekli kılmaktadır. Örgütlerde davranışsal kararın bir diğer boyutu olan *betimsellik*, örgütlerdeki insan davranışlarında, olması gerekeni değil, gerçekte olanı ifade etmektedir. Bunun davranışsal iktisattaki karşılığının sınırlı rasyonellik olduğu söylenebilir. İnsanlar karar verirken o an için en doğru olanı ve kendilerine en çok fayda getireceğini düşündükleri seçeneği tercih etmektedirler. Oysa insanın hesaplama yeteneği, eksik bilgi, kısıtlı zaman gibi faktörlerden dolayı kusursuz bir rasyonellikle hareket etmesi mümkün değildir (Maldonato ve Dell’orco, 2010: 108). Bu durum davranışsal iktisatta sınırlı rasyonellik olarak ifade edilmektedir. Sınırlı rasyonellik, insanın sınırlı bilgi, sınırlı hesaplama kapasitesi, sınırlı zaman gibi tüm sınırlılıklarını dikkate alan rasyonel seçim şeklinde de tanımlanabilir. Betimsellik boyutu, örgütlerdeki insan davranışlarının olması gerekeni değil, gerçekte olanı ifade eden boyutudur. Yönetimde karar verme konusunda olgu-değer ikiliğine ilişkin çalışmalar yapan Simon (1997), karar verme sürecinin olgusal ve değer temelli olmak üzere iki yönünün olduğunu ifade etmiştir. Buna göre karar verme amaç yönelimli olması nedeniyle değer yüklü bir eylemdir. Bu durum çalışmada “normatiflik boyutu” olarak kodlanmıştır. Amacın başarılması sürecindeki yönetsel eylemler ise karar verme sürecinin *olgusal* yönünü oluşturmaktadır (Özdemir, 2018). Karar verme sürecinin olgusal yönü örgütlerde davranışsal kararın *betimsellik* boyutunu oluşturmaktadır.

Faktör V. Benlik Saygısı

Benlik saygısı bireyin kendi yeterlilik ve değerliliğine ilişkin öznel değerlendirmesidir. Kendini değerli görme, bilgi, beceri ve yeteneklerini ortaya koyabilme, başarılı olma ve başarı ile övünme, toplum içinde kabul gören ve beğenilen biri olma, kendi bedensel özelliklerini benimseme ve kabullenme benlik saygısını oluşturmaktadır. Benlik saygısının göstergesi kişinin kendine verdiği genel değerdir. Benlik saygısı yüksek olan kişiler bireysel niteliklerinin farkında olan, kendileri için uygun amaçlar koyan, kendileri hakkında olumlu düşünen,

benliği zenginleştirici bir şekilde geribildirim kullanabilen, zor durumlarla başa çıkabilen kişilerdir (Taylor vd. 2003: 100-106). Bireylerin kendilerine ve yaşama bakış açılarını, olaylar karşısındaki tutumlarını ve davranışlarını belirleyen en önemli kişilik özelliklerinden biri benlik saygısıdır. İnsanın davranışlarının onun içsel resmini ortaya koyduğu, kişinin kendisine ve çevreye yönelik düşünce ve davranışlarının, kendisi hakkındaki görüş ve duygularından etkilendiğini söylemek mümkündür. Benlik saygısı, tam kapasiteyle çalışan, sağlıklı, üretken ve uyumlu bir bireyin sahip olması gereken bir özellik olarak görülmektedir (Çapan ve Korkut 2017: 757). Örgüt yanlısı yaklaşımlarda örgütsel vatandaşlık boyutu olarak öne sürülen nezaket, yardımseverlik, sivil erdem gibi özellikler, örgüt-birey ilişkisine özgü boyutlar değil, insan hak ve hukukuna saygılı olan ve benlik saygısı bulunan tüm bireylerde bulunması gereken insani ve ahlaki özelliklerdir. Örgütlerde davranışsal karar ölçeğinde bu özellikler benlik saygısı boyutu kapsamında incelenmektedir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada işgörenlerin örgütlerdeki davranışlarını davranışsal iktisat (Tversky ve Kahneman, 1974; Thaler ve Sunstein. 2019), sınırlı rasyonellik (Simon, 1972), sosyal mübadele (Blau, 1964) kuramlarının temel varsayımlarından hareketle *Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği*'nin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Tutar ve Erdem, 2020). Ölçeğin geliştirme süreci ve çalışma grubunun özellikleri aşağıda genel hatlarıyla açıklanmıştır.

2.1. Çalışma grubu

Çalışma grubunu Batı Karadeniz Üniversiteler Birliği oluşturmaktadır. Çalışmanın hedef evrenini, bu üniversitelerde çalışan 11.665'i akademik ve 6.197'si idari personel olmak üzere toplam 17.862 çalışan oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem seçiminde küme örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Küme örnekleme tüm popülasyonun kümelere veya gruplara ayrıldığı örnekleme ifade etmektedir. Küme örnekleme zaman ve maliyet tasarrufu sağladığından dolayı geniş coğrafi alana yayılmış homojen bir evrenden veri toplamak için uygun bir tekniktir (Davis, 2005: 211). Örneklem belirleme sürecinin ikinci aşamasında örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Literatürde örneklem büyüklüğü belirlemede kesin standartlar olmamakla birlikte, ölçeğin her bir maddesi için en az 10 katılımcının olması gerektiği yönünde genel bir kabul bulunmaktadır (Clark ve Watson 1995; Kline, 1998; DeVellis 2003; Hair vd., 2010; Morgado vd., 2017). Bununla birlikte örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde örneklem belirleme formülünden yararlanılarak (Karagöz, 2014: 152; Kılıç, 2012: 141) 559 kişiden veri toplanmıştır. Katılımcıların 292'si erkek ve 250'si kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması 41,2±10,2 olup; yaş grubu 24-67 arasında değişmektedir. Katılımcıların çoğunluğu (%58,9) doktora düzeyinde eğitimi olan kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %25,1'i yüksek lisans ve %16,1'i lisans düzeyinde eğitimi olanlardan oluşmak-

tadır. Katılımcıların %92,8'i akademik ve %7,2'si idari personeldir. Katılımcıların %17'si orta düzey ve %6,8'i üst düzey yöneticidir. Katılımcıların ortalama hizmet süresi 1-31 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların ortalama çalışma süresi $8,1 \pm 5,7$ 'dir.

2.2. Ölçeğin Geliştirilmesi

Alanyazında ölçek geliştirme sürecinde izlenmesi gereken adımlara yönelik farklı sıralamaların yapıldığı görülmektedir (Bagozzi ve Edwards, 1998; Netemeyer vd., 2003; Straub, Boudreau ve Gefen, 2004; Davidshofer ve Murphy, 2005; Worthington ve Whittaker, 2006; Tezbaşaran, 2008; Rossiter 2011; DeVellis, 2012; Erkuş, 2014). Bu çalışmada ölçek geliştirme sürecinde aşağıdaki aşamalar izlenmiştir:

Aşama I Madde Havuzunun Oluşturulması: İlk olarak literatür incelenerek örgütlerdeki insan davranışlarını açıklamak üzere alternatif kuramların (davranışsal iktisat, sınırlı rasyonellik, sosyal mübadele) temel varsayımları belirlenmiştir (Blau, 1964; Simon, 1972; Tversky ve Kahneman, 1974; Thaler ve Sunstein, 2019). Daha sonra rasyonellik, sezgisellik, normatiflik, betimsellik ve benlik saygısı alt boyutlarından oluşan Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeğinin yapısı belirlenmiş ve böyle bir ölçeğin geliştirilmesinin literatüre katkı sağlayacağına karar verilmiştir. Ölçeğin yapısının belirlenmesinin ardından literatür incelemesi yapılarak ölçeğin faktörlerini (boyutlarını) oluşturmak amacıyla ölçek maddeleri (madde havuzu) oluşturulmuştur. Madde havuzunun oluşturulmasında, tümdengelim veya tümevarım yöntemlerinden biri izlenebilmektedir (Hinkin, 1998). Ölçeğin geliştirileceği alanın yeterli kuramsal birikime sahip olması durumunda, tümdengelim yöntemi kullanılırken, hedef kitleden elde edilen görüşlerden elde edilen yapıya ilişkin niteliksel bilgiye yönelik maddelerin geliştirilmesinde tümevarım yöntemi esas alınmaktadır (Morgado vd., 2017). Bu bağlamda bu araştırma keşfedici bir araştırma olarak tasarlandığı için araştırmanın literatür taraması kısmında yapılan kuramsal analizler, örgüt yanlısı yaklaşımlarla ilgili sorunlar ve alternatif kuramların (davranışsal iktisat, sosyal mübadele, sınırlı rasyonellik) temel varsayımları dikkate alınarak 80 ifadeden oluşan madde havuzu oluşturulmuştur. Oluşturulan madde havuzu araştırmacılar tarafından ayrı ayrı incelenerek benzer anlama gelebilecek ifadeler ayıklanmış ve 55 ifadeden oluşan bir taslak ölçek geliştirilmiştir.

Aşama II Ölçme Biçiminin Belirlenmesi: Madde oluşturma süreciyle eş zamanlı olarak ölçeğin ölçüm biçimi belirlenmiştir. Bu çalışmada sosyal bilimlerde yaygın şekilde kullanılan tutum ölçeği tarzındaki Likert Ölçeği kullanılmıştır. Likert tipi ölçeklerde farklı sayıda cevap seçeneği (5, 7, 9 gibi) olmakla birlikte bu çalışmada alanda en yaygın olarak kullanılan 5'li Likert Ölçek tercih edilmiştir. Likert (1932) "Tutumların Ölçülmesinde Bir Teknik" isimli çalışmasında 5'li cevap seçeneklerini "Kesinlikle Onaylıyorum", "Onaylıyorum", "Kararsızım", "Onaylamıyorum", "Kesinlikle Onaylamıyorum" şeklinde ifade etmiştir. Bu çalışmada da katılımcılar, verilen ifadelerle ne oranda katıldıklarını ya da katıl-

madıklarını 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum yargularından birini seçerek değerlendirmektedir (Thatcher, J.B., Stepina, L.P ve Boyle, R.J., 2002; Tezbaşaran, 2008; DeVellis, 2012; Turan, Şimşek ve Aslan, 2015; Uğur ve Turan, 2016).

Aşama III Ölçeğin Kapsam Geçerliliği: Ölçeğin geçerlilik analizini yapmak amacıyla ilk aşamada kapsam geçerliliği yapılmıştır. Kapsam geçerliği bir bütün olarak ölçeğin ve ölçekteki her bir maddenin amaca ne derece hizmet ettiğinin belirlenmesini amaçlamaktadır (Karakoç ve Dönmez 2014: 42). Bu amaçla uzmanlardan görüş alınmıştır. Görüş alınacak uzman sayısının 3-20 arasında olmasına dair görüşler bulunmakla (Esin, 2014) birlikte 10'dan fazla uzmana danışmanın gereksiz olabileceği genel olarak kabul edilmektedir (Lynn, 1986: 383). Beş veya daha az uzmanın olması durumunda uzmanların tamamının kapsam geçerliliği konusunda hem fikir olması; başka bir ifade ile uzman sayısının 5 ve daha az olduğu durumda Kapsam Geçerlik İndeksi (KGİ)'nin 1 olması önerilmektedir. Altı veya daha fazla uzmandan görüş alındığında bu rakamın 0,78'den daha düşük olmaması ve dokuz uzmana danışılması durumunda katsayının yine minimum 0,78 olmak koşuluyla puanlama olabileceği ileri sürülmektedir (Polit ve Beck, 2006: 493). Bu katsayı çalışmalarda genel olarak 0,80 şeklinde uygulanmaktadır (Karakoç ve Dönmez 2014: 43; Yurdugül, 2005: 3).

Çalışmada taslak ölçek oluşturulduktan sonra 11 uzmanın (akademisyen) görüşüne sunulmuştur. Bu amaçla Davis (1992) tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada uzmanlardan her bir maddeyi 1 (Anlaşılmaz) ile 4 (Anlaşılır) şeklinde değerlendirmeleri ve her bir maddeye ilişkin görüş ve önerilerini açıkça yazmaları; uygun bulmadıkları maddeler için alternatif madde önermeleri de talep edilmiştir. Davis tekniğinde maddeler; a) “uygun”, b) “madde hafifçe gözden geçirilmeli”, c) “madde ciddi olarak gözden geçirilmeli” ve d) “madde uygun değil” şeklinde değerlendirilmektedir. Uzman değerlendirmeleri neticesinde her bir ölçek maddesine verilen “a” ve “b” seçeneklerinin sayısı görüş veren uzman sayısına bölünerek kapsam geçerlik indeksi (KGİ) hesaplanmıştır. Bu süreçte “Tatmin olduğum sürece hangi kurumda çalıştığının önemi yoktur.” ve “İş performansım çalıştığım kurumdan çok amacıma ulaşma derecemle ilgilidir” maddeleri uzman önerileri doğrultusunda “İş tatmini bulduğum sürece hangi kurumda çalıştığının önemi yoktur.” ve “İşyerinde gösterdiğim performans öncelikle bireysel amacıma ulaşma derecemle ilgilidir.” şeklinde değiştirilmiştir. KGİ değeri 0,80'in altında olan 17 madde ölçekten çıkartılmış ve ölçek yeniden düzenlenmiştir. Ölçeğin yeni hali 38 ifadeden oluşmuştur. Ölçeği oluşturan maddelerin Kapsam Geçerlik İndeksi 0,84-1,00 arasında değişmektedir.

Aşama IV Pilot Uygulama: Kapsam geçerliliğinden sonra, kullanıma hazır hale gelen ölçeğin pilot uygulanması için 50-100 arası bir örneklemin yeterli olacağına dair görüşler bulunmaktadır. Burada önemli olan husus, örneklemin hedef kitlenin tüm alt grupları kapsayacak şekilde seçilmesidir. Ayrıca pilot uygulamada ölçekte yer alan madde sayısı eğer 30'a kadar

ise 50 civarında bir örneklem büyüklüğünün, madde sayısı 30 ve üzerinde ise ölçekte yer alan madde sayısının 2 veya 3 katı bir örneklem büyüklüğünün yeterli olacağı ifade edilmektedir (Altunışık, 2008: 10; Seçer, 2015). Bu kapsamda çalışmada ölçeğin kapsam geçerliliği yapıldıktan sonra pilot uygulama yapılmıştır. Örneklem grubuna benzer özellikleri taşıyan 96 kişiden oluşan bir grup üzerinde pilot uygulama yapılarak, ölçeğin yapısal geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Bu aşamada;

- Güvenirlik çalışması için, madde analizi yapılarak madde-toplam puan korelasyonları incelenmiş ve düşük korelasyondaki maddeler çıkarılmıştır.
- Maddelerin oluşturduğu gizil yapıların keşfi için keşfedici faktör analizi uygulanmıştır.
- Analizler sonucunda oluşan alt boyutların güvenilirlik analizleri için iç tutarlılık analizi için Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmıştır.

Pilot uygulama sonucunda “En iyi kurum diye bir şey yoktur; en iyi her zaman bir arayıştır.” ifadesi düşük değer aldığı için ölçekten çıkarıldıktan sonra ölçek beş boyutta toplanmıştır. Ölçeğin R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11 ve R12 kodlu maddeleri rasyonellik; S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7 ve S8 kodlu maddeleri sezgisellik; BS1, BS2, BS3, BS4, BS5 ve BS6 kodlu maddeleri benlik saygısı; B1, B2, B3, B4 ve B5 kodlu maddeleri betimsellik ve N1, N2, N3, N4, N5 ve N6 kodlu maddeleri normatiflik boyutu altında toplanmıştır (Tablo 1.). Bu aşamadan sonra oluşturulan ölçek kullanılarak elde edilen verilerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçek alt boyut puan ortalamaları yükseldikçe, çalışanların insan-örgüt ilişkilerini daha gerçekçi bir şekilde yansıttığı düşünülmektedir.

2.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışmanın verileri ölçek geliştirme aşamaları sonucunda geliştirilen ana ölçek ile toplanmıştır. Ölçeğin uygulanmasında online ve yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır (Tutar ve Erdem). Veri toplama süreci sonunda 559 anket toplanmıştır. Elde edilen veriler analiz edilmeden önce normallik analizleri yapılmış ve dağılımdan sapma gösteren anketler belirlenerek veri setinden çıkarılmıştır. Bu aşamadan sonra kalan 542 anket ile verilerin analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin basıklık ve çarpıklık değerleri sırası ile 0,105 ve 0,209 bulunmuştur. George ve Mallery (2010)’e göre bu değerlerin -2,0 ve +2,0 arasında bir değer alması, verilerin normal dağıldığını göstermektedir. Bu kriterden hareketle verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğu test edildikten sonra geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Analizler %95 güven aralığında ($p=0,05$) gerçekleştirilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi

Nicel araştırmaların temel amaçlarından biri iddiaların geçerli ve güvenilir olan verilere da-

yandırılmasıdır. Geçerli ve güvenilir bir ölçek ampirik araştırmaların değerlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır (Slavec ve Drnovsek, 2012). Bu amaçla taslak ölçeğin yapı geçerliğini test etmek için faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi kullanım amacına göre keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizi olarak iki şekilde uygulanmaktadır. Keşfedici faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak faktör bulmak ve teori üretmeye yönelik işlemlerden oluşmasına karşılık; doğrulayıcı faktör analizinde değişkenler arasındaki ilişkiye ilişkin önceden belirlenen bir hipotez test edilmektedir (Büyüköztürk, 2002: 472, Tutar ve Erdem, 325).

Çalışmada öncelikle geliştirilen ölçeğin geçerlilik analizi yapılmıştır. Bu amaçla ilk olarak keşfedici faktör analizinden yararlanılmıştır. İlk hali 37 maddeden oluşan ölçek yapılan analizde pilot çalışmadakine uygun olarak beş boyut altında toplanmıştır (Tablo 1). Analizde öncelikle ölçeği oluşturan maddelerin faktör yükleri incelenmiştir (Tablo 2). Çalışmada minimum faktör yükü 0,5 kabul edilmiştir. Bu kriterle uyum göstermeyen R4 (Zamanımı öncelikle bireysel yararım için kullanırım) ve N2 (Zaman kullanımında iş ve özel yaşam ayrımı gözetirim) ifadeleri (Faktör yükleri sırasıyla 0,438 ve 0,441) ölçekten çıkarılmıştır. Yapılan ikinci analizde faktör yükleri rasyonellik için 0,721-0,813; sezgisellik için 0,674-0,755 arasında; benlik saygısı için 0,595-0,775; betimsellik için 0,524-0,711 arasında ve normatiflik için 0,559-0,789 arasında bulunmuştur. Ölçeğin Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri 0,972 ve Bartlett's Test of Sphericity küresellik testi anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Karagöz, 2017: 404). Ölçek, Rasyonellik (11 ifade), Sezgisellik (8 ifade), Benlik Saygısı (6 ifade), Betimsellik (5 ifade) ve Normatiflik (5 ifade) olmak üzere 5 boyut altında toplam 35 ifadeden oluşmuştur. Ölçeğin açıklanan toplam varyansı %70,039 bulunmuştur. Sosyal bilimlerde açıklanan varyansın %40-%60 arasında olması yeterli kabul edilmektedir (Scherer vd., 1988; Özcan ve Balyer, 2013: 142; Karagöz, 2017: 404). Bu bakımdan ölçeğin kullanılabilmesi için gerekli koşullara sahip olduğu ifade edilebilir.

Tablo 1: Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği

Rasyonellik	
R1	İşyerinde gösterdiğim performans öncelikle bireysel amacıma ulaşma derecemle ilgilidir.
R2	Çalıştığım kurumda bireysel yararımı göz ardı etmeden çalışırım.
R3	Başka bir kurumda çalışmak bireysel yararıma daha uygun ise oraya gitmek isterim.
R4	Zamanımı öncelikle bireysel yararım için kullanırım.
R5	Kendimi geliştirmeye örgütsel bir hedef açısından değil, bireysel yarar açısından bakarım.
R6	Çalıştığım kurumda ancak beklentilerim karşılandığı sürece çalışmaya devam ederim.
R7	Fırsatları öncelikle kendi yararım için değerlendiririm.
R8	Benim için önemli olan çalıştığım kurum değil yaptığım iştir.
R9	Benim için en iyi kurum, bireysel yararıma en fazla katkı sağlayan kurumdur.
R10	Her durumda sorumluluklarım öncelikle kendimle ilgilidir.

R11	İş tatmini bulduğum sürece hangi kurumda çalıştığının önemi yoktur.
R12	Çalıştığım kurumda haksızlığa uğradığımı düşünürsem oradan ayrılmak isterim.
Sezgisellik	
S1	Motivasyonumu kaybettiğim yerde çalışmak istemem.
S2	Çalıştığım kurumdan ayrılmak istediğim zaman maddi menfaatimi göz ardı edebilirim.
S3	Bir kurumda çalışmaktan tatmin olmadığım zaman oradan ayrılmak isterim.
S4	Çalıştığım yerde iş tatmini bulmak benim için önemlidir.
S5	Sahip olduğum değerlerle çalıştığım kurumun değerlerinin çoğu zaman uyuşmadığını düşünürüm.
S6	Örgütte sosyal faaliyetlere genellikle isteksizce katılırım.
S7	Çalıştığım kurum her şeyden önce bireysel başarı duygusu duymama izin vermelidir.
S8	Çalıştığım kurumdan ayrılmam gerekiyor ise bunun kendi irademle olmasını isterim.
Benlik Saygısı	
BS1	İşyerinde gerçekçi davranarak problemleri görmezlikten gelmem.
BS2	Üstlerime sempatik görünmeyi değil, kendime saygılı olmayı önemserim.
BS3	Bir insanın kendini ihmal ederek başkasına iyilik yapmak gibi bir yükümlülüğü yoktur.
BS4	İlgimi çekmeyen projelerde sırf başkasını istiyor diye bulunmak istemem.
BS5	İşyerinde gururuma dokunan her şeye karşı duyarlıyım.
BS6	Yardımsızlık sadece işyeriyle ilgili bir durum değil bir karakter meselesidir.
Betimsellik	
B1	Çalıştığım kurumu olumlu ve olumsuz yanlarıyla gerçekçi bir biçimde değerlendiririm.
B2	İnsanın işyerindeki tüm davranışları örgütsel yarar içindir düşüncesini gerçekçi bulmam.
B3	İyi ve kötü tecrübeler her kurumda yaşanabilir.
B4	Kurumsal kimlikle bireysel kimliğin farklı olduğunu düşünürüm.
B5	İnsanlar mesai saatlerinin tamamını işle doldurmazlar.
Normatiflik	
N1	İnsan hak ve hukukuna saygılı olmak işyerine özgü değil genel bir durumdur.
N2	Zaman kullanımında iş ve özel yaşam ayrımı gözetirim.
N3	Çalıştığım kurumda iş tanımım neyi gerektiriyorsa onu yaparım.
N4	Çalıştığım kurumdaki işleri sorumluluğumun gereği olarak yerine getiririm.
N5	Çalıştığım kurumun itibarına her durumda özen gösteririm.
N6	İşyerinde diğerlerine zarar vermemek için çaba gösteririm.

Ölçeğin güvenilirlik analizlerini yapmak için Cronbach Alpha (a) değerinden yararlanılmıştır. Ölçeğin tamamının a değeri 0,968 bulunmuştur. Ayrıca boyutlara göre bakıldığında a değerlerinin 0,828-0,967 arasında değiştiği görülmektedir (Tablo 2). $0,80 \leq a < 1,00$ değeri ölçeğin yüksek derecede güvenilir olarak kabul edildiğini göstermektedir (Karagöz, 2014: 405). Bu sonuçlara göre ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir. Ayrıca ölçeği oluşturan ifadelerin Düzeltilmiş Öge-Toplam Korelasyon (Corrected Item-Total Correlation) değerleri 0,458-0,809 arasında değişmektedir. Bu durum ölçeğin maddeleri arasında yüksek korelasyon bulunması bakımından önemlidir.

Tablo 2: Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,972	
Bartlett's Test of Sphericity		Approx. Chi-Square	15576,343
df		595	
Sig.		,000	
Açıklanan Toplam Varyans	70,039	Cronbach Alpha	,968
Faktörler/Maddeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
Rasyonellik (Özdeğer=17,245)		24,458	,967
R7	,813		
R8	,790		
R11	,784		
R12	,774		
R9	,769		
R6	,766		
R1	,760		
R10	,756		
R5	,754		
R3	,745		
R2	,721		
Sezgisellik (Özdeğer=2,934)		16,150	,938
S7	,755		
S4	,742		
S8	,725		
S6	,723		
S5	,717		
S3	,706		
S1	,705		
S2	,674		
Benlik Saygısı (Özdeğer=1,909)		13,021	,887
BS5	,775		
BS4	,735		
BS3	,728		
BS1	,725		
BS6	,709		
BS2	,595		
Betimsellik (Özdeğer=1,348)		8,337	,858
B4	,711		
B3	,679		
B5	,606		
B1	,558		
B2	,524		

Normatiflik (Özdeğer=1,077)	8,073	,828
N4	,789	
N5	,684	
N1	,631	
N3	,614	
N6	,559	

Ölçeklerin keşfedici (açımlayıcı) faktör analizi sonucuna göre kullanılabilirliği belirlendikten sonra, ikinci aşamada doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tablo 3'te görüldüğü gibi, sık kullanılan uyum iyiliği indekslerinden CMIN/DF, RMR, IFI ve CFI mükemmel uyum göstermesine karşılık; GFI, AGFI, NFI, TLI ve RMSEA kabul edilebilir düzeyde uyum göstermektedir. Bu sonuçlara göre ölçek doğrulayıcı faktör analizi için gerekli koşulları sağlamaktadır ve kullanılabilir niteliktedir.

Tablo 3: Sık Kullanılan Uyum İyiliği İndislerinin Kabul Aralıkları ve Ölçekten Elde Edilen Bulgular

Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum	Mükemmel Uyum	Ölçek Değerleri
Ki-kare (CMIN)	Minimum	Minimum	1271,949
DF	-	-	507
CMIN/DF	$X^2/DF \leq 5$	$X^2/DF \leq 3$	2,509
p			0,000
RMR	$0,05 \leq RMR \leq 0,08$	$0,05 < RMR$	0,019
GFI	$0,85 \leq GFI < 0,90$	$0,90 \leq GFI \leq 1$	0,871
AGFI	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	$0,90 \leq GFI \leq 1$	0,859
NFI	$0,90 \leq NFI < 0,95$	$0,95 \leq NFI$	0,919
IFI	$0,90 \leq IFI < 0,95$	$0,95 \leq IFI$	0,950
TLI (NNFI)	$0,90 \leq NNFI < 0,95$	$0,95 \leq NNFI$	0,944
CFI	$0,90 \leq CFI < 0,95$	$0,95 \leq CFI$	0,950
RMSEA	$0,05 < RMSEA < 0,08$	$0,05 \geq RMSEA$	0,053

Kaynak: Karagöz, 2017:462-465

Tablo 4'te çalışmada kullanılan ölçeğin faktörleri arasındaki korelasyon analizi sonuçları görülmektedir. Tablo incelendiğinde de görüleceği gibi, ölçeğin boyutları arasında orta ve ortanın üzerinde korelasyon bulunmaktadır. Bu sonuca göre ölçeğin boyutları birlikte kullanılabilir özelliğe sahiptir.

Tablo 4: Korelasyon Analizi Sonuçları

			Estimate	S.E.	C.R.	p
Benlik saygısı	<-->	Betimsellik	,730	,014	10,160	***
Benlik saygısı	<-->	Normatiflik	,759	,015	10,477	***
Benlik saygısı	<-->	Rasyonellik	,623	,017	10,280	***
Benlik saygısı	<-->	Sezgisellik	,558	,013	9,120	***
Betimsellik	<-->	Normatiflik	,759	,015	10,381	***
Betimsellik	<-->	Rasyonellik	,756	,019	11,094	***
Betimsellik	<-->	Sezgisellik	,765	,015	10,457	***
Normatiflik	<-->	Rasyonellik	,629	,018	10,045	***
Normatiflik	<-->	Sezgisellik	,603	,014	9,364	***
Rasyonellik	<-->	Sezgisellik	,778	,020	11,804	***

Tablo 5'te ölçeğin regresyon ağırlık değerleri görülmektedir. Tablodan görüleceği gibi ölçeğin madde yükleri 0,70 ve üzerinde değerler almaktadır. Bu durum ölçeğin regresyon ağırlıklarının uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Ölçekten Elde Edilen Regresyon Ağırlıkları

			Estimate	S.E.	C.R.	p
BS1	<---	Benlik saygısı	,732			
BS2	<---	Benlik saygısı	,720	,069	16,204	***
BS3	<---	Benlik saygısı	,719	,058	16,314	***
BS4	<---	Benlik saygısı	,786	,066	17,843	***
BS5	<---	Benlik saygısı	,786	,063	17,992	***
BS6	<---	Benlik saygısı	,798	,065	17,802	***
B5	<---	Betimsellik	,710			
B4	<---	Betimsellik	,728	,060	16,030	***
B3	<---	Betimsellik	,761	,062	16,450	***
B2	<---	Betimsellik	,768	,068	16,559	***
B1	<---	Betimsellik	,716	,068	15,425	***
N6	<---	Normatiflik	,751			
N5	<---	Normatiflik	,785	,055	17,273	***
N3	<---	Normatiflik	,728	,060	16,474	***
N1	<---	Normatiflik	,750	,056	16,300	***
R1	<---	Rasyonellik	,868			
R2	<---	Rasyonellik	,839	,034	26,625	***
R3	<---	Rasyonellik	,844	,035	26,819	***
R5	<---	Rasyonellik	,817	,037	25,208	***
R6	<---	Rasyonellik	,833	,038	26,103	***

			Estimate	S.E.	C.R.	p
R7	<---	Rasyonellik	,890	,035	29,741	***
R8	<---	Rasyonellik	,839	,039	26,507	***
R9	<---	Rasyonellik	,871	,035	28,478	***
R10	<---	Rasyonellik	,828	,037	26,002	***
R11	<---	Rasyonellik	,869	,035	28,420	***
R12	<---	Rasyonellik	,858	,038	27,602	***
S8	<---	Sezgisellik	,748			
S7	<---	Sezgisellik	,734	,056	17,664	***
S6	<---	Sezgisellik	,805	,049	22,787	***
S5	<---	Sezgisellik	,774	,056	18,689	***
S4	<---	Sezgisellik	,906	,054	22,198	***
S3	<---	Sezgisellik	,736	,052	17,429	***
S2	<---	Sezgisellik	,827	,057	20,064	***
S1	<---	Sezgisellik	,891	,055	21,779	***

4. TARTIŞMA

Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeği (ÖDKÖ), işgören davranışlarını alternatif kuramlara göre sorgulamak ve yeniden sınamak amacıyla geliştirilmiştir. Bu amaçla konuyla doğrudan ilişkili olduğu düşünülen davranışsal iktisat kuramlarında ileri sürülen insan davranışları perspektifinde ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Araştırma 542 kişiden oluşan bir örneklemden elde edilen verilerle yapılmıştır. Verilerin analizinde keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda toplam 35 madde ve beş alt boyuttan oluşan bir ölçek elde edilmiştir. Ortaya çıkan alt boyutlar; rasyonellik, sezgisellik, benlik saygısı, betimsellik ve normatiflik olarak adlandırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen bulgular ölçeğin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğunu göstermiştir.

Çalışmada geçerlilik koşulları sağlandıktan sonra güvenilirlik analizi yapılmıştır. Çalışmada hedef evren geniş bir coğrafyaya yayıldığı ve test tekrar testte aynı çalışma grubuna ulaşmada problemler olacağı düşüncesiyle ölçeklerin güvenilirlik analizlerinde sıklıkla test tekrar test yöntemi kullanılmamıştır. Güvenilirlik Cronbach Alpha katsayısından yararlanılarak belirlenmiştir. Cronbach Alpha katsayısı ile soruların belirli gruplar halinde, türdeş bir yapıyı oluşturup oluşturmadıklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır ve alfa katsayısı 0-1 arasında bir değer almaktadır. Bu değer bire yaklaştıkça ölçeğin daha güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Karagöz, 2017: 445). Bu çalışmada alfa değeri 0,968 bulunmuş olup; buna göre ölçek yüksek seviyede güvenilir olarak kabul edilmektedir.

İnsan, tutum ve davranışlarıyla “ekonomik insan”, “rasyonel insan” “duygusal insan” kavramlarının tanımlarına sığmayacak kadar karmaşık bir varlıktır. İnsanın ekonomik, sosyal, duygusal, kültürel, ahlaki, psikolojik ve dini vb. yönleriyle nevi şahsına münhasır bir varlıktır. İnsan davranışlarını açıklama konusunda bir soyutlamaya gitmenin ve ideal bir çalışan tipi oluşturmanın kuramsal temeli zayıftır. Bununla ilgili olarak yukarıda farklı kuramların görüşleri verilmeye çalışıldı. Somut bir insanın soyut modellerle bütün yönleriyle açıklanması kolay değildir (Demir 2018:27-28). Davranışsal iktisat insan rasyonelliğini tamamen reddetmemekle birlikte, biyolojik ve psikolojik faktörlerden dolayı, birtakım bilişsel kısa yollar ve önyargıların rasyonel davranmayı ve karar almayı zorlaştırabileceğini ve gerçek hayatta rasyonellikten sapmaların meydana gelebileceğini ileri sürmektedir (Tversky ve Kahneman, 1974). Mantıklı davranan bir insanın mutlak olarak rasyonel olduğunu söylemek ne kadar yanlışsa, herhangi bir durum karşısında duygusal davranan bir insanın her zaman irrasyonel olduğunu söylemekte o ölçüde yanlıştır. Davranışsal iktisat, bireylerin davranışlarının tümüyle çıkara dayalı olarak açıklanmasının problem alanlarını ortaya koyduğu gibi, daha gerçekçi analizler yapabilmek için insanın psikolojik/duygusal yönlerinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini ileri sürmektedir (Thaler ve Sunstein. 2019). Bu çalışmanın sonucunda çıkan ölçek faktörlerine bakıldığında alternatif kuramların varsayımlarına oldukça uygun düşmektedir. Örgütler hem insanın hem örgütün çıkarlarının karşılıklı olarak birbirine bağlı olduğu alanlardır. Bu çıkarlardan sadece birinden hareketle problemi açıklayan her tür yaklaşım yetersiz kalacaktır. Bu ölçek geliştirme çalışmasının ortaya koyduğu da örgüti temel örgütsel dikotominin ileri sürdüğü gibi çift kutupluluk açısından incelemenin daha gerçekçi bir yaklaşım olduğudur.

SONUÇ

Geliştirilen ölçek, insanların örgütlerdeki davranışsal kararları konusunda çalışma yapan araştırmacıların insan davranışlarını daha gerçekçi bir temelde açıklamak için gerekli verileri toplamaya uygun bir veri toplama aracıdır. Alanyazında örgüt yanlısı yaklaşımları alternatif kuramlar üzerinden açıklamak amacıyla geliştirilen ölçeğin alana, uygulamaya ve yönetime katkısının olacağı düşünülmektedir. Örgüt yanlısı yaklaşımların alternatif kuramlarla karşılaştırmalı olarak analizi kuram önemli olduğu kadar bundan sonraki çalışmalar için herhangi bir yaklaşıma daha analitik yaklaşılması bakımından yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Gelecek araştırmacılara öneri olarak, araştırma kapsamında geliştirilen ölçme aracı geçerlilik ve güvenilirlik testlerinden geçmiş olsa da benzer örneklemeler üzerinde yeniden denenebilir. Gelecekteki araştırmalarda, daha geniş bir örneklem kapsamında araştırma tekrarlanabilir.

Ölçek geliştirme çalışması üniversite çalışanları üzerinde yapıldığı için örneklemin eğitim düzeyi oldukça yüksek katılımcılardan oluşmaktadır. Diğer bir husus katılımcıların tümünün iş güvencesi bulunmaktadır. Bu durum araştırma bulgularının ve sonuçlarının özel sektöre genellemesi bakımından sınırlılıklar oluşturmaktadır. Özel sektördeki beyaz yakalıları üzerine benzer sonuçlar beklense bile mavi yakalıları üzerinde sonuçların farklı çıkması beklene-

bilir. Bu nedenle burada ileri sürülen hususların ölçeğin özel işletmelerde uygulanmasında sınırlılıklar olarak dikkate alınması gerekebilir. Örgütlerde Davranışsal Karar Ölçeğinin geliştirilmesi sürecinde yerli ve yabancı literatürden geniş ölçüde yararlanılmıştır. Bu durum ölçeğin evrensel niteliğini güçlendiren bir husus olarak görülebilir. Ancak toplumların kültürel yapıları, iş ahlakı ve diğer etik standartlarının farklılığı, farklı sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilir. Aynı konuda bundan sonra yapılacak araştırmalarda burada ileri sürülen sınırlılıkların dikkate alınması yararlı olabilir.

BEHAVIORAL DECISION SCALE IN ORGANIZATIONS: RELIABILITY AND VALIDITY STUDY

1. INTRODUCTION

The general purpose of organizational behavior and behavioral economics disciplines is to understand and explain human behavior's essential motivation. While organizational behavior examines human behavior only at the organizational level, Behavioral economics proposes more realistic and measurable theories about explaining human behavior based on psychology's assumptions about human behavior and the assumptions of classical economics about humans. It can be argued that the approaches put forward in the organizational behavior literature in recent years are insufficient to reflect real human relationships. This situation requires pro-organizational approaches (organizational citizenship behavior, organizational commitment, organizational loyalty, organizational identification) to be read through alternative theories (behavioral economics theory, limited rationalism theory, social exchange theory), organizational commitment, organizational loyalty, organizational identification. The incompatibility between the assumptions of pro-organizational approaches and the basic assumption of the discipline of psychology and economics that the human being is a creature directed towards benefit makes these approaches open to question. It should be questioned whether approaches that claim to explain human behavior have a real-world counterpart and have the potential to explain human behavior. According to the basic acceptance of behavioral economics regarding human, it is generally accepted that human behaves with limited rationality, avoids loss while making decisions and makes choices that he thinks will bring benefits for himself (Simon, 1972: 176). However, when pro-organizational approaches are considered, it is seen that the motivation behind the behavior of people in organizations is handled on the basis of self-sacrifice. The claim that employees in pro-organizational approaches display undefined role behaviors, despite not being included in their job descriptions, in order to benefit the organization, reflects only a wish rather than a factual situation. In this study, pro-organizational approaches such as organizational commitment, organizational citizenship, psychological contract have been tried to be analyzed through alternative theories.

1.1. Literature Review

The behavioral decision approach in organizations deals with employee behavior in the dimensions of rationality, intuition, normativity, descriptiveness and self-esteem. Behavioral decision in organizations tries to explain human behavior in organizations not only based on theoretical assumptions but also on the assumptions of the behavioral economics discipline, taking into account human relations and basic tendencies. In this study, it is suggested that human behavior in organizations can be explained with rationality, intuition, normativity, descriptiveness and self-esteem dimensions. The features related to the dimensions / factors of behavioral decision in organizations are briefly explained below.

Factor I. Rationality. The rationality of human beings, is a basic assumption accepted both in biology, psychology, and economic sciences and by alternative theories in social sciences. Since the main actor of organizational behavior is human, ignoring human rationality in studies in this field will not provide a realistic explanation model. Rationality means that people act rationally, prioritize their benefits, and act with the motive of benefit in the evaluation and decision-making process. Although man acts with a selfish motive towards his own benefit, social life places limitations on the individual's selfishness, and even if people intend to act rationally, the consequences of their actions may not always be rational.

Factor II. Intuition. Another dimension of behavioral decision in organizations is intuition. Intuition refers to the decision-making style in which hunches, cognitive tendencies, and past experiences are at the forefront. Cognitive tendencies are psychological states that affect human decision-making and arise from the possibilities of the intelligent system. When making decisions, human beings are rational or limited rational, but often based on intuition. In decision-making processes, intuition is making decisions based on emotions and feelings. Intuition, intuition, and confidence in emotions are prioritized.

Factor III. Normative. Another dimension of the behavioral decision in organizations is normativity. Normative refers to the part of human behavior in the organization that is based on rules. According to these, organizations have certain rules, norms, standards, and behavior, which constitutes the normative dimension of organizational decisions.

Factor IV. Descriptive. The inability to explain human relationships in the real world with normative models necessitates new approaches. Descriptiveness, another dimension of the behavioral decision in organizations, refers not to what should be but to what happens in organizations. It can be said that the equivalent of this in behavioral economics is limited rationality. When people are making a decision, they choose the right option for the moment and that they think will benefit them the most. However, a human cannot act with perfect rationality due to calculation ability, incomplete information, and limited time.

Factor V. Self-Esteem. Self-esteem is a subjective evaluation of an individual's own competence and worthiness. Self-esteem, self-esteem, ability to demonstrate knowledge, skills, and abilities, being successful and proud of success, being accepted and admired in society, adopting and accepting one's own physical characteristics constitute self-esteem. The indicator of self-esteem is the general value given to oneself. People with high self-esteem are aware of their individual qualities, set appropriate goals for themselves, think positively about themselves, use feedback in a self-enriching way, and cope with difficult situations.

2. METHODOLOGY

This study aims to develop the Behavioral Decision Scale in Organizations to explain the behaviors of employees in organizations by using the assumptions of alternative theories. The development process of the scale and the characteristics of the study group are outlined below. The working group is the Western Black Sea Universities Association. The study's target universe consists of 17,862 employees, 11,665 academics, and 6,197 administrative staff working at these universities. In the study, the cluster sampling method was used in sample selection. Cluster sampling refers to sampling, in which the entire population is divided into clusters or groups. Cluster sampling is a suitable technique for collecting data from a homogeneous universe spread over a wide geographic area because it saves time and cost.

Stage I Creating the Item Pool: First, the literature was examined and the basic assumptions of alternative theories (behavioral economics) were determined to explain human behavior in organizations. Then, the structure of the Behavioral Decision Scale in Organizations, which consists of rationality, intuition, normativity, descriptiveness, and self-esteem sub-dimensions, was determined, and it was decided that the development of such a scale would contribute to the literature. After determining the scale's structure, the literature was reviewed and the scale items (item pool) were created to create the factors (dimensions) of the scale.

Stage II Determination of the measurement format: Simultaneously with the item creation process, the scale's measurement format was determined. In this study, the Likert scale in the style of attitude scale, which is widely used in social sciences, was used. Although there are many answer options (such as 5, 7, 9) in Likert-type scales, the most widely used 5-point Likert scale was preferred in this study. Participants evaluate to what extent they agree or disagree with the statements given by choosing one of the judgments 1 = Strongly Disagree, 2 = Disagree, 3 = Undecided, 4 = Agree, 5 = Strongly Agree.

Stage III Scope Validity of the Scale: In order to analyze the validity of the scale, content validity was performed in the first stage. Content validity aims to determine to what extent the scale and each item in the scale serve the purpose as a whole (Karakoç and Dönmez 2014: 42). For this purpose, the opinions of experts were received. Although there are opinions that

the number of experts to be consulted is between 3-20 (Esin, 2014), it is generally accepted that it may be unnecessary to consult more than 10 experts.

Stage IV Pilot Implementation: Opinions state that a sample of 50-100 will be sufficient for the pilot implementation of the scale that is ready for use after the scope validity. The important point here is that the sample is selected to include all target audience subgroups (Altunışık, 2008: 10). In this context, after the content validity of the scale, a pilot application was conducted. The scale's structural validity and reliability were tested by conducting a pilot study on a group of 96 people with similar characteristics to the sample group.

3. FINDINGS

In the analysis of the data, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were used. First of all, the validity analysis of the developed scale was performed in the study. For this purpose, exploratory factor analysis was used first. The scale, whose initial form consists of 37 items, was collected under five dimensions in accordance with the pilot study in the analysis. In the analysis, firstly, factor loads of the items that make up the scale were examined. The minimum factor load was accepted as 0.5 in the study. Kaizer Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) value of the scale was 0.972 and Bartlett's Test of Sphericity test was found to be significant. These results show that the data set is suitable for factor analysis (Karagöz, 2017: 404). The scale consists of 35 statements under 5 dimensions: Rationality (11 statements), Intuition (8 statements), Self-Esteem (6 statements), Descriptive (5 statements) and Normative (5 statements). The explained total variance of the scale was found to be 70,039%. It is considered sufficient if the variance explained in social sciences is between 40% and 60% (Scherer et al., 1988; Özcan & Balyer, 2013: 142; Karagöz, 2017: 404). In this respect, it can be stated that the scale has the necessary conditions for its use.

4. DISCUSSION

The Behavioral Decision Scale (DACS) in organizations was developed to question and re-test employee behavior according to alternative theories. For this purpose, a scale development study was carried out in the perspective of human behaviors put forward in behavioral economic theories, which are thought to be directly related to the subject. The research was conducted with data obtained from a sample of 542 people. In the analysis of the data, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were used. As a result of the exploratory factor analysis, a scale consisting of 35 items and five sub-dimensions was obtained. The resulting sub-dimensions; It has been named rationality, intuition, self-esteem, descriptiveness and normativity. Findings obtained as a result of the confirmatory factor analysis showed that the scale has acceptable fit values.

CONCLUSION

The developed scale is a data collection tool suitable for collecting necessary data to explain human behaviors of researchers working on behavioral decisions of people in organizations on a more realistic basis. It is thought that the scale, which was developed in order to explain pro-organizational approaches through alternative theories in the literature, will contribute to the field, practice and method. The analysis of pro-organizational approaches in comparison with alternative theories is thought to be a guide for a more analytical approach to any approach as the theory is important. As a suggestion to future researchers, although the measurement tool developed within the scope of the research has passed the validity and reliability tests, it can be re-tested on similar samples. In future research, research can be repeated with a larger sample.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R. (2008). Anketlerde Veri Kalitesinin İyileştirilmesi İçin Öntest (Pilot Test) Yöntemleri, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2, 1-17.
- Bagozzi, R. P., & Edwards, J. R. (1998). A general approach for representing constructs in organizational research. *Organizational Research Methods*, 1(1), 45-87.
- Barnard, C. I. (1976). *The functions of the executive*. London: Harvard University Press.
- Blau, M.P. (1964). *Exchange and power in social life*. NewYork: Wiley.
- Brief, A. P. & Motowidlo, S. J. (1986), Prosocial organizational behaviors, *Academy of Management Review*, 11(4), 710-725.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Clark, L. A., & Watson, D. (1995). Constructing validity: basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309-319.
- Çapan B. E. ve Korkut F. O. (2017). Çocukların Kendilik Değerini Geliştirmede Kendilik Değeri Geliştirme Programı ve Sosyal ve Duygusal Eğitim Programının Etkililiği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 16(62):756-769.
- Dardot, P. ve Laval, C. (2009), *Dünyanın yeni akıllı-Neoliberal toplum üzerine deneme*, I. Ergüden (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Davidshofer, K. R., & Murphy, C. O. (2005). *Psychological testing: principles and applications* (6. Baskı). New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Davis, L. L. (1992). Instrument review: Getting the most from a panel of experts. *Applied Nursing Research*, 5, 194-197.
- Davis, D. (2005). *Business research for decision making*. Belmont, CA: Thomson/Brooks/Cole.

- DeVellis, R.F. (2003), *Scale development: theory and applications*. Newbury Park: SAGE.
- DeVellis R.F. (2012). *Scale development theory and applications* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE.
- Erkuş, A. (2014). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme- I*. Ankara: Pegem Akademi.
- Esin, N. (2014). *Veri Toplama Yöntem ve Araçları & Veri Toplama Araçlarının Güvenirlik ve Geçerliliği*. İçinde S. Erdoğan, N. Nahcivan, M.N. Esin (Eds.), *Hemşirelikte Araştırma*. İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri.
- George, D. & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by Step: A simple guide and reference*. 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson.
- Getzels, I. W. & Guba, E. (1957). Social behaviour and the administrative process. *School Review*, 65, 423-441.
- Habermas, J. (1994). *Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje*, (Çev. Gülelgül Naliş), İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Habermas, J. (1998). *Sosyal Bilimlerin Mantığı Üzerine*, (Çev. Mustafa Tüzel), İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin & R.E. Anderson (2010), *Multivariate data analysis* (7. Baskı), New Jersey: Prentice Hall.
- Hinkin, T. (1998). A Brief Tutorial On Development Of Measures For Use İn Survey Questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1(1), 104-121.
- Howard, R. (2007). *The Foundations of Decision Analysis Revisited*. İçinde W. Edwards, R. Miles Jr., & D. Von Winterfeldt (Eds.), *Advances in Decision Analysis: From Foundations to Applications* (pp. 32-56). Cambridge: Cambridge University Press.
- İsbir, E. (2019). Eleştirel Bir Sosyal Bilimin Olanağı Üzerine. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 369-386.
- Karagöz, Y. (2014). *SPSS 21.1 uygulamalı biyoistatistik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karakoç, F.Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 40, 39-49.
- Kılıç, S. (2012). Örnek büyüklüğü, güç kavramları ve örnek büyüklüğü hesaplaması. *Journal Of Mood Disorders*, 2(3), 140-142.
- Kline, R.B. (1998), *Principles and practice of structural equation modeling*. NewYork: Guilford Press.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 5-55.
- Lynn, M.R. (1986). Determination and quantification of content validity. *Nursing Research*, 35(6), 382-386

- Maldonato, M., & Dell'orco, S. (2010). Toward an evolutionary theory of rationality. *World Futures*, 66 (2), 103-123.
- Morgado, F.F.R., Meireles, J.F.F., Neves, C.M., Amaral, A.C.S. & Ferreira, M.E.C. (2017). Scale development: ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicologia Reflexão e Crítica*, 30(3), 1-20. Erişim adresi: <http://prc.springeropen.com/articles/10.1186/s41155-016-0057-1> (Erişim tarihi: 31.12.2020).
- Murphy, M. (2018). *Sosyal Teori ve Eğitim: Foucault, Habermas, Bourdieu ve Derrida'yı Anlamak*. M. Korumaz ve Y. E. Ömür (Çev.), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: Mac-Graw-Hill.
- Organ, D.W. & Ryan, K. (1995). A meta-analytic review of attitudinal and dispositional predictors and organizational citizenship behaviour. *Journal Of Personel Psychology*. 48, 775-802.
- Özcan, K. & Balyer, A. (2013). Liderlik oryantasyon ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 136-150.
- Özdemir, M. (2018). Eğitim yönetiminde olgu-değer sorunsalına ilişkin görüşlerin değerlendirilmesi, *Amme İdaresi Dergisi*, 51(3), 155-172.
- Pedhazur, E. J., & Pedhazur S. L. (1991). *Measurement, design and analysis: An integrated approach*. New York: Psychology Press.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B. & Bachrach, D. G. (2000), Organizational citizenship behaviours: A Critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research, *Journal of Management*, 26 (3), 513-563.
- Polit, D.F., & Beck, C. T. (2006). The Content Validity Index: Are You Sure You Know What's Being Reported? Critique and Recommendations. *Research in Nursing & Health*, 29, 489 –497
- Rossiter, J. R. (2011). Marketing measurement revolution: The C-OAR-SE method and why it must replace psychometrics. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1561-1588.
- Scherer, R. F., Wiebe, F. A., Luther, D. C. & Adams, J. S. (1988). Dimensionality of coping: Factor stability using the ways of coping questionnaire, *Psychological Reports*, 62(3): 763-770.
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci SPSS ve LISREL uygulamaları* (1. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice, *The Quarterly Journal of Economics*. 69(1), 99-118.

- Simon, H. A. (1972). *Theories of bounded rationality*. İçinde C. B. McGuire, & R. R. (Eds.), *Decision and Organization* (ss. 161-176). North-Holland Publishing Company.
- Simon, H., Dantzig, G., Hogarth, R., Plott, C., Raiffa, H., Schelling, T., Shepsle, K. A., Thaler, R., Tversky, A. & Winter, S. (1987). Decision Making and Problem Solving. *Interfaces*, 17(5), 11-31.
- Simon, A. H. (1997), *Administrative behavior (4th Ed.)*, New York: Free Press.
- Slavec, A. & Drnovsek, M. (2012). A perspective on scale development in entrepreneurship research. *Economic and Business Review*, 14(1),39-62.
- Straub, D. & M.C. Boudreau, D. Gefen (2004), Validation Guidelines for IS Positivist Research. *Communications of the Association for Information Systems*, 13, 380-427.
- Sweeney, K., (2008). Crisis decision theory: Decisions in the face of negative events, *Psychological Bulletin*, 134(1), 61-76.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A. & Sears, D. O. (2003). *Social Psychology*. Prentice Hall, New Jersey.
- Tezbaşaran, A. (2008). *Likert tipi ölçek hazırlama kılavuzu*. Erişim adresi: www.academia.edu/1288035/Likert_Tipi_Ölçek_Hazırlama_Kılavuzu (Erişim tarihi: 29.12.2020).
- Thaler, R. & Sunstein, C.R. (2019), *Dürtme*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Thatcher, J. B., Stepina, L. P., & Boyle, R. J. (2002). Turnover of information technology workers: Examining empirically the influence of attitudes, job characteristics, and external markets. *Journal of Management Information Systems*, 19(3), 231-261.
- Turan, İ., Şimşek, Ü. & Aslan, H. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi, *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 186-203.
- Tutar, H, Erdem AT (2020) Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri Ve-SPSS Uygulamaları, Seçkin Yayıncılık,
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases, *Science*, 185(4157),1124-1131.
- Uğur, N.G.& Turan, A. H. (2016). Mobil uygulama kabul modeli: bir ölçek geliştirme çalışması, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(4), 97-126.
- Worthington, R. L., & Whittaker, T. A. (2006). Scale development research: a content analysis and recommendations for best practices. *The Counseling Psychologist*, 34(6), 806-838.
- Wren, D. ve Bedeian, A. (2009). *The evolution of management thought*. Westford, MA: John Wiley & Sons, Inc.
- Yurdugül, H. (2005). *Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması*. XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, Denizli.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

SAĞLIK ÇALIŞANLARININ İŞ BECERİKLİLİĞİ İLE
ÇALIŞMAYA TUTKUNLUK İLİŞKİSİNDE ÖRGÜTSEL
ERDEMLİLİĞİN, ÖZ-YETERLİĞİN VE DUYGUSAL ZEKÂNIN
ARACILIK ROLÜ¹

Şerife GÜZEL² & Şebnem ASLAN³

Öz

Bu araştırma, sağlık çalışanlarının iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk ilişkisini incelemek ve söz konusu ilişkide örgütsel erdemlilik, öz-yeterlik ve duygusal zekânın aracılık rolü olup olmadığını araştırmak amacıyla oluşturulmuştur. Araştırma, Konya ilindeki bulunan kamu ve üniversite hastanelerinin farklı dallarında görev yapan 700 sağlık çalışanı ile ve rastgele örnekleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada çalışmaya tutkunluk ölçeği, duygusal zekâ ölçeği, iş becerikliliği ölçeği, örgütsel erdemlilik ölçeği ve duygusal öz-yeterlik ölçeği olmak üzere beş ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeklerin geçerliliğini ve güvenilirliğini incelemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi, ölçek boyutları ve ölçekler arası ilişkiye bakmak için korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca yapısal eşitlik modeli ile yol analizi (path) yapılmış ve hipotezler test edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda sağlık çalışanlarının iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca bu ilişkide duygusal zekâ, duygusal öz-yeterlik ve örgütsel erdemlilik değişkenlerinin de kısmi aracılık rolünün olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Çalışmaya Tutkunluk; Duygusal Zekâ, İş Becerikliliği; Örgütsel Erdemlilik; Öz-Yeterlik.*

JEL Kodları: *J24, I10, M12.*

Başvuru: *28.08.2020*

Kabul: *14.03.2021*

- 1 Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalında 2020 yılında tamamlanan “Sağlık Çalışanlarının İş Becerikliliği ile Çalışmaya Tutkunluk İlişkisinde Örgütsel Erdemliliğin, Öz Yeterliliğin ve Duygusal Zekânın Aracılık Rolü” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir ve Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.
- 2 Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, serife_eren.89@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4141-9110>
- 3 Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, sebnemaslan27@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2135-242X>

INTERMEDIARY ROLE OF ORGANIZATIONAL VIRTUOUSNESS, SELF-EFFICACY AND EMOTIONAL INTELLIGENCE IN THE CORRELATION BETWEEN JOB CRAFTING AND WORK ENGAGEMENT IN HEALTHCARE PROFESSIONALS⁴

Abstract

This study was conducted to examine the correlation between job crafting and work engagement in healthcare professionals and to investigate whether organizational virtuousness, self-efficacy and emotional intelligence have an intermediary role in the aforementioned correlation or not. The study was carried out with 700 healthcare professionals who live in Konya province, were chosen via the random sampling method and work in different branches of public and university hospitals. The study utilized five scales as the work engagement scale, emotional intelligence scale, job crafting scale, organizational virtuousness scale and emotional self-efficacy scale. In order to examine the validity and reliability of the scales the confirmatory factor analysis was performed. In order to examine the scale dimensions and correlation between the scales, the correlation analysis was performed. Also the hypotheses were tested by performing a path analysis via the structural equation modeling. As a result of the study there was a positive correlation between job crafting and work engagement of healthcare professionals. Moreover it was concluded that the emotional intelligence, emotional self-efficacy and organizational virtuousness variables have a partially intermediary role in the abovementioned correlation.

Keywords: *Work Engagement, Emotional Intelligence, Job Crafting, Organizational Virtuousness, Self-efficacy.*

JEL Codes: *J24, I10, M12.*

“Bu çalışma, Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

Günümüzde, örgütlerin çevresel değişim ve dönüşümlere uyu sağlayarak hayatta kalabilmesinin, çalışanların performansına ve motivasyonuna bağlı olduğu düşünülmektedir (de Beer ve ark., 2016). Bu doğrultuda çalışan motivasyonunun artması ve örgütün rekabet üstünlüğü elde etmesinin yolu ise işyeri fiziksel koşulları yanında, çalışanların durumuyla da doğrudan ilişkili olarak verilmektedir. Bu bağlamda örgütün istenilen seviyeye ulaşması için çalışanın gerekli bilgi ve beceriye sahip olması gerektiği belirtilmektedir (Gellatly, Meyer ve Luchak, 2006). Dolayısıyla araştırmada ele alınan kavramlardan biri olan iş becerikliliği, çalışanların işlerini şekillendirmek için kişisel ihtiyaçları için uygun bir ortamın sağlandığı proaktif bir davranış olarak ifade edilmektedir (Kerse, 2017; Grant ve Ashford, 2008).

4 Genişletilmiş Türkçe Özet, İngilizce makalenin aşağısında yer almaktadır.

Sağlık hizmetlerinde önemli görülen bir diğer faktör hizmet kalitesidir. Hizmet kalitesi ise hizmeti sunan sağlık personeline bağlı olarak değişmektedir (Talib ve ark., 2011). Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanmış olan Sağlık İstatistikleri Yıllığı (2018) incelendiğinde, Türkiye’de sağlık personelinin yeterli olmadığı ancak sağlık hizmetlerine olan talebin ise çok fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bunun sonucunda sağlık çalışanlarından yüksek düzeyde performans beklendiği görülmektedir (Akçakanat ve Çarıkcı, 2016). Yapılan çalışmalarda, iş yoğunluğu olsa dahi çalışmaya tutkun olan çalışanların daha yüksek performans sergiledikleri sonuçları yer almaktadır (Gozales-Roma ve Bakker, 2002; Kahn, 1990; Rich, Lepine ve Crawford, 2010; Schaufeli, Salanova,).

Bir işte başarılı olabilmek için sadece o işin var olması gereken becerilere sahip olmak değil inanmak ve motive olmak gerekmektedir (Wood ve Bandura, 1989). Bunun yanında duyguları anlamak da uzun yıllardır üzerinde titizlikle durulan konulardandır (Baumeister ve Bushman, 2011; Freberg, 2010). Bu bağlamda duygusal süreçleri yönetmekle ilişkilendirilen duygusal zekâ ve duygusal öz-yeterlik kavramlarına önem verilmiştir (Bahman ve Maffini, 2008). Duygusal zekâ, kişinin başkalarının olduğu kadar kendisinin de duygularını anlayarak gerekli zamanlarda kullanabilme olarak ifade edilmektedir (Seligman, 1998). Duygusal öz-yeterlik ise çalışanın bir görevi gerçekleştirmek için kendine olan inancı olarak değerlendirilmektedir (Bandura, 1997).

İşletmeler yapıları dolayısıyla rekabet üstünlüğü elde etme ve kâr sağlama amacıyla faaliyet göstermektedir. Bunu sağlamanın ise çalışanların istek ve beklentilerinin karşılanması yoluyla elde edileceği ifade edilmektedir (Karacaoğlu ve İnce, 2013). İnsanı mutlu eden şeyin iyilik olduğunu savunulmaktadır. İnsanın iyi olması ise erdem, ahlak ve onur kavramları ile ilgili bulunmaktadır (Bright ve ark., 2014). Cameron ve ark. (2004) tarafından performans ile örgütsel erdemlilik arasında olumlu bir ilişki olduğu belirtilmiştir (Cameron ve ark. 2004).

Literatür incelendiğinde sağlık çalışanlarında iş becerikliliği, çalışmaya tutkunluk, örgütsel erdemlilik, öz-yeterlik ve duygusal zekâ kavramlarını bir arada değerlendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kavramların bazılarını ikili olarak ele alan çalışmalar bulunmasına rağmen hepsine birlikte yer veren bir çalışmaya rastlanmadığı için bu çalışma, özgün bir çalışma olarak nitelendirilmektedir. Çalışmanın alanyazına bir diğer katkısı ise özellikle çok alanlı yapı olan hizmet sektörü içerisindeki sağlık kurumlarında gerçekleştirilecek olması ve bu sektördeki çalışanların duygularına önem vermesinden dolayı farkındalık oluşturacağı düşüncesidir. Ayrıca çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizi ile geçerlilik ve güvenilirlikleri yapılmıştır. Dolayısıyla daha sonra bu ölçeklerden birini ya da birkaçını kullanmak isteyen araştırmacılara katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırma kapsamında iş becerikliliği, çalışmaya tutkunluk, örgütsel erdemlilik, öz-yeterlik ve duygusal zekâ kavramları ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

1.1. İş Becerikliliği

İlk kez Kulik (1987) tarafından değerlendirilen iş becerikliliği kavramı (Wrzesniewski ve Dutton, 2001), çalışanın motivasyon ve becerisini artırmak amacıyla bilişsel, ilişkisel ve fiziksel açıdan işlerin değiştirilmesini ve daha uyumlu hale getirilmesi olarak değerlendirilmektedir (Wrzesniewski ve Dutton, 2001; Ingusci, Callea, Chirumbolo ve Urbini, 2016). Böylece çalışan yaptığı işin kontrolünün kendisinde olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla çalışan bulunduğu işte aktif olarak rol almaktadır (Petrou, Demerouti, Peeters, Schaufeli ve Hetland, 2012). Diğer bir ifadeyle iş becerikliliği ile çalışanların işlerini kişisel özellikleri ile uyumlaştırdığı resmi olmayan bir durumu belirtmektedir (Slemp ve Vella-Brodrick, 2013). Dolayısıyla iş becerikliliği proaktif bir davranış olarak dikkat çekmektedir (Grant ve Ashford, 2008; Berg, Wrzesniewski ve Dutton, 2010; Slemp ve Vella-Brodrick, 2013). Özetle iş becerikliliği, çalışanların yeni iş kaynakları olarak pozitif etkiler elde etmesini sağlayan, var olan kaynakları geliştirerek işte iyi olmalarına yardımcı olan ve işlerin yeniden tasarlanmasına olanak sağlayan proaktif bir davranış olarak değerlendirilmektedir (Van den Heuvel ve ark., 2015; Peng, 2018).

İş becerikliliği konusunda literatürde pek çok farklı boyutlandırmaya rastlanmaktadır. Bu araştırmada, ölçeğinden yararlanılan Slemp ve Vella-Brodrick (2013) tarafından oluşturulan iş becerikliliği görev becerikliliğini, bilişsel becerikliliği ve ilişkisel becerikliliği içermektedir. *Görev becerikliliği*, göreve ekleme ya da bırakma yaparak (Wrzesniewski, 2013), görevde sarf edilen çabanın zamanını ve miktarını değiştirme faaliyetleri olarak belirtilmektedir (Miller, 2015). Böylece kişinin yeteneği ile uyumlu görevler belirlemesi sağlanmaktadır (Slemp ve Vella-Brodrick, 2013). *Bilişsel beceriklilik*, görevleri ve işyeri ilişkilerinin anlamını ve amacını algılaması ve bunu yorumlaması için zihninde yaptığı şekillendirme olarak değerlendirilmektedir (Miller, 2015). Bireylerin yaptıkları işleri diğer insanlara yardım sağlamak için bir araç olarak görmesi bu boyuta örnek olarak verilmektedir (Berg ve diğerleri, 2008). İlişkisel beceriklilik ise kişinin diğer çalışanlarla ilişkisini artırma olarak değerlendirilmektedir (Niessen, Weseler ve Kostova, 2016). Dolayısıyla bireylerin işyerinde diğerleriyle etkileşimin miktarını ve kalitesini değiştirmesi olarak görülmektedir (Niessen ve ark., 2016). İşyerindekilerin benzer beceri ve bilgilere sahip çalışanlarla arkadaşlık etme durumu da oldukça sık gözlemlenmektedir (Slemp ve Vella-Brodrick, 2013).

Bir çalışanın işini yaparken yalnızca fiziksel varlığı ve iş becerisi yeterli görülmemektedir. Bunun yanında bilişsel olarak işle meşgul olması, işini sevmesi, işine karşı heyecan duyması gerekmektedir. Yani duyguların da işin içinde var olması beklenmektedir (Kahn 1990). Böylece çalışmaya tutkun olan personelin iyi performans sergilediği de dikkat çekmektedir (Kahn, 1990; Schaufeli ve ark., 2002; Rich ve ark., 2010).

1.2. Çalışmaya Tutkunluk

Kahn (1990) tarafından ilk kez ele alınan tutkunluk kavramı “kişilerin rollerine adapte olarak rol performansları süresince kendilerini bilişsel, duygusal ve fiziksel olarak ifade etmeleri” olarak ifade edilmektedir (Kahn, 1990). Rothbard (2000) ise tutkunluğu, “psikolojik var olmak, rolüne odaklanmak” olarak ifade etmektedir (Rothbard, 2001). Çalışmaya tutkunluk kavramı ise en yaygın olarak «çalışma ile ilgili olumlu ruh hali” olarak belirtilmektedir (Schaufeli ve diğerleri, 2002). Çalışmaya tutkun olan bireylerin kendilerini mutlu, huzurlu ve sağlıklı olarak hissettikleri görülmektedir (Poon, 2013). Kahn (1990)’a göre işe tutkunluk, çalışanın fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak işi ile bütünleşmesi olarak değerlendirilmektedir (Kahn, 1990). Ayrıca çalışmaya tutkunluk anlık bir durum değil sürekli ve kalıcı bir zihinsel durum olarak görülmektedir (Schaufeli ve ark., 2002).

Kahn (1990)’a göre tutkunluk, iki yönlü doğal bir ihtiyaçtır ve çalışma esnasında insan ruhunu doyurmaya hizmet etmektedir. Buna göre insanlar doğaları gereği çalışma hayatında hem kendilerini meşgul etmek hem de kendilerini ifade etmek istemektedirler (Kahn, 1990). Çalışmaya tutkunluğun, örgütsel performansı artırmak için fırsat arama, iş ve örgüt hakkında pozitif olma, örgüte inanma, işleri daha iyi hale getirmek için aktif çalışma gibi pek çok olumlu özelliği bulunmaktadır (Kahn, 1990; Robinson ve ark., 2004; Schaufeli ve Bakker, 2004).

Çalışmaya tutkunluğun dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma olmak üzere 3 boyuttan meydana geldiği belirtilmektedir (Schaufeli ve diğerleri, 2002). *Dinçlik* boyutu, çalışma başındaki bireyin sahip olduğu yüksek enerji, çalışma azmi ve zihinsel dayanıklılık olarak görülmektedir (Bakker, Tims ve Derks, 2012; Hartog ve Belschak, 2012). Çalışırken yüksek derecede dinçlik hisseden çalışan yaptığı iş ile güdülendiği ve zorluklara karşı pes etmediği görülmektedir (Turgut 2011, Bakker ve ark., 2012; Hartog ve Belschak, 2012). *Adanmışlık*, çalışanın işine olan güçlü bağlılığı olarak değerlendirilmektedir (Schaufeli ve ark., 2002; Vincent-Hoper, Muser ve Janneck, 2012). Çalışmaya adanmış bireyler, işlerinin çekici ve anlamlı olduğunu, mücadele gerektirdiğini düşünmektedirler. Böylece zorlukların da gurur ve meydan okuma hissi ile üstesinden gelmektedir (Schaufeli ve ark., 2002, Schaufeli ve Bakker, 2004). *Yoğunlaşma* ise çalışanın işine tam anlamıyla odaklanması olarak görülmektedir. Burada birey çalışmaya tam olarak odaklanmakta, zamanın nasıl geçtiğini anlamamakta ve yaptığı işten aldığı keyif ile çalışmaya ara vermekte zorlanmaktadır (Maslach ve ark., 2001; Schaufeli ve ark., 2002; Schaufeli ve Bakker, 2000; Lin, 2010). Dolayısıyla bu 3 boyut açısından güçlü olan bireyler çalışmaya tutkun olarak değerlendirilmektedir (Turgut, 2011).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk arasında anlamlı ve pozitif ilişki tespit edilen pek çok çalışmaya rastlanmaktadır (Thomassen, 2016; Bakker ve ark., 2012, Tims ve ark., 2013; Lu ve ark., 2014; Krishnana ve ark., 2018; De Beer

ve ark., 2016; Robledo ve ark., 2019; Chen ve ark., 2014; Brenninkmeijer ve Hekkert-Koning, 2015; Harju ve ark., 2016). Benzer çalışmalardan hareketle Hipotez 1 geliştirilmiştir:

Hipotez 1. İş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ile pozitif ilişkilidir.

1.3. Örgütsel Erdemlilik

Erdem, bireyin en yüksek potansiyelini gerçekleştirecek şekilde kendi kendini gerçekleştirmesi için sahip olması gereken özellik olarak belirtilmektedir (Küçükalp, 2008, Provis, 2010). Erdemlilik kavramı, bireylerin ve organizasyonların en iyi olma arzusu ile ilgili bir kavram olarak verilmektedir (Cameron ve ark., 2004; Barclay ve ark., 2010). Benzer şekilde erdemlilik, kişilerin ideal mükemmellik durumu olarak belirtilmektedir (Arjoon, 2000; Bright ve ark., 2006). Barclay ve ark. (2010)'ın ifadesiyle erdemlilik, olumlu performans göstergelerini artırıp negatif sonuçları engellemektir (Barclay ve ark., 2010). Ayrıca erdemlilik insanların doğuştan değil daha sonradan öğrenmeyle kazandığı üstünlük olarak ele alınmaktadır (Rego ve ark., 2010). Örgüt açısından erdemlilik ise örgüt kültürünün bir parçası olarak örgütün ahlaki amaçları üzerinde durmaktadır (Park ve Peterson, 2003). Ayrıca bireyde var olan erdemlin örgüte katkı sağladığı da belirtilmektedir (Cameron ve ark., 2004; Luthans ve Youssef, 2007; Vallet, 2010). Örgütsel erdemliliğe sahip olan kurumların daha karlı, yenilikçi, başarılı ve yaratıcı oldukları gözlemlenmektedir (Caza ve ark., 2004). Çalışanlar örgütlerinin erdemli olduğunu algıladıklarında, kendilerini örgütün bir parçası olarak hissetmekte ve motive olmaktadır (Tsachouridi ve Nikandrou, 2016).

Organizasyonların erdemli olması yöneticinin erdemli olmasından kaynaklanmaktadır. Erdemli yönetiler çalışanların hem daha iyi performans sergilemesine hem de yeni fikir ve projeler geliştirmelerine olanak sağlamaktadır (Bertland, 2009). Bir örgütün çalışanları örgütün erdemli olduğunu algılasa, örgüt hakkında olumlu düşünceler geliştirmektedir (Dutton ve Heaphy, 2003). Erdemli bir örgütte çalışanlar sorunları çözmeye yaratıcı, sıkıntıları azaltan daha mutlu bir ruh haline sahip olmaktadır (Fridrickson, 2001). Ayrıca erdemli örgütler çalışanlara güven vermektedir ve daha yüksek düzeyde bireysel ve toplumsal faydalar elde etme ihtimalini artırmaktadır (Bolino ve ark., 2002).

Örgütsel erdemlilik iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve bağışlayıcılık olmak üzere beş boyuttan meydana gelmektedir (Rego, Riberio ve Cunha, 2010). İyimserlik boyutu, örgüt içerisinde zorluklar karşısında bile olumlu gelişmeler olacağına ve başarı sağlayacağına dair inanç; *güven boyutu*, çalışanın bulunduğu örgüte ve diğer örgüt üyelerine karşı gösterilen incelik ve duyulan saygı (Cameron ve ark., 2004); *merhamet boyutu*, bireylerin birbirlerine karşı birbirlerine merhametli davranması ve ilgi göstermesi; dürüstlük boyutu, doğruluk ve haysiyet; *bağışlayıcılık boyutu*, yapılan hataların affedilebileceği hatta bunların birer fırsata dönüştürülebileceği olarak belirtilmektedir (Rego ve ark., 2010).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Singh ve ark. (2018) tarafından yapılan çalışma bulgularına göre çalışılan örgütün erdemli olması, çalışanların daha mutlu çalışmasına (Singh ve ark., 2018); Rego ve ark (2010) tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre, organizasyondaki erdemli eylemi gözlemleyen çalışanın daha fazla çaba gösterdiği (Rego ve ark., 2010); Çelik ve Esen (2017) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre örgütsel erdemlilik ile çalışmaya tutkunluğun ilişkili olduğu (Çelik ve Esen, 2017); Hur ve ark. (2017) tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre ise örgütsel erdemlilik ve görev becerikliliği pozitif yönde ilişkili olduğu (Hur ve ark., 2017) sonuçlarına ulaşılmıştır. Benzer çalışmalardan hareketle Hipotez 2 geliştirilmiştir:

Hipotez 2. İş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ilişkisinde örgütsel erdemlilik pozitif yönde aracılık rolüne sahiptir.

1.4. Öz-Yeterlik

Bandura (1977) tarafından ilk kez ortaya çıkarılmış olan duygusal öz-yeterlik, kişisel motivasyon ve beklentilerin, çıktılarını nasıl etkilediğini belirlemek için kullanılmaktadır (Bandura, 1977). Luszczyńska, Scholz ve Schwarzer (2005)'a göre duygusal öz-yeterlik, zor ve belirsiz durumlarla başedebilmek için kişinin kendine olan inancını ifade etmektedir (Luszczyńska ve ark., 2005). Öz-yeterlik algısı, kişinin bir görevi gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulan duygusal, bilişsel, davranışsal ve sosyal becerileri düzenleme bu becerilerle yapabilecekleri konusunda kendisine inancı ile ilgili olarak değerlendirilmektedir (Bandura, 1977). Bandura (1993)'ya göre duygusal öz-yeterlik insanların amaçlarını gerçekleştirmek için çok fazla çaba harcamalarını, güçlüklerle savaşmalarını ve etkilendikleri olayları kontrol etmelerini sağlayan güçlü bir yeterlik inancı (Bandura, 1993) olarak değerlendirilmektedir. Öz-yeterlik algısı, kişinin karar verme ve problem çözme sürecinde önemli bir etken olarak ele alınmaktadır (Dweck ve Leggett, 1988).

Öz-yeterlik algısı, insanların düşünce ve duygularını etkilemektedir. Bireylerin nasıl düşündükleri, nasıl hissettikleri, nasıl motive oldukları ve davranış şekillerinde etkili olmaktadır (Bandura, 1994; Pajares, 2002). Pozitif yeterlik inancı taşıyan kişilerin güçlükler karşısında daha ısrarcı ve dayanıklı oldukları, daha az stres altında başarılı işler yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öz-yeterlik yüksel olmayan kişilerin ise güçlükler karşısında duramadıkları, stresli ve başarısız oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Gordon ve ark., 1998; Pajares, 2002). Benzer şekilde Bandura ve Lock (2003) tarafından öz-yeterliliğin performans ve motivasyonu artırdığı savunulmaktadır (Bandura ve Lock, 2003). Yüksek düzeyde öz-yeterliğe sahip olmak ruhsal açıdan iyilik halini artırmaktadır (Kezer ve ark., 2006). Pajares ve Schunk (2001)'e göre yeterlik inancı yüksek olan kişilerin, başarısız olsalar dahi pes etmedikleri, güvenlerini hemen kazandıkları, başarısızlık sebeplerinin yetersiz çaba ya da eksik bilgi ve becerileri olarak gördükleri belirtilmektedir (Pajares ve Schunk, 2001).

Bandura tarafından öz-yeterlik kavramı bireysel öz-yeterlik, sonuç beklentisi olarak iki bilişsel yapı şeklinde ele alınmaktadır (Bandura, 1989). *Bireysel öz-yeterlik*, kişinin verilen bir görevi yerine getirmek için gerekli uygulamaları gerçekleştirebileceğine dair inancını ifade etmektedir. *Sonuç beklentisinde* ise kişinin belirli bir davranışının veya kendisinden beklenen belirli bir görevin yerine getirilmesi ile ortaya çıkabilecek muhtemel sonuçlar hakkındaki kişisel tahmini belirtilmektedir (Yang ve ark., 2014).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Tims ve ark. (2014) tarafından yapılan çalışmada, bireylerin kendilerini öz-yeterli hissettiklerinde daha fazla iş becerikliliği sahip oldukları (Tims ve ark., 2014); Niessen ve ark. (2016) tarafından yapılan çalışmada öz-yeterlik ile genel iş becerikliliği arasında pozitif bir ilişki olduğu (Niessen ve ark., 2016); Zor ve Ersoy (2019) tarafından yapılan araştırmada öz-yeterlik ile çalışmaya tutkunluğun ilişkili olduğu (Zor ve Ersoy, 2019); Krishnana ve ark. (2018) tarafından yapılan çalışma sonucuna göre iş becerikliliği, çalışmaya tutkunluk ve öz-yeterliliğin ilişkili bulunduğu (Krishnana ve ark., 2018); Tims ve ark. (2014)'nın araştırma sonucunda öz-yeterlik ile performans arasında pozitif ilişki, iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun da aracılık rolünün olduğu (Tims ve ark., 2014) sonuçlarına ulaşılmıştır. Benzer çalışmalardan hareketle Hipotez 3 geliştirilmiştir:

Hipotez 3. İş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ilişkisinde öz-yeterlik pozitif yönde aracılık rolüne sahiptir.

1.5. Duygusal Zekâ

Bireylerin başarısında yıllardır IQ (bilişsel zekâ)'nın etkili olduğu bilinmekte iken son zamanlarda EQ (duygusal zekâ)'nın da başarıda önemli olduğu konusuna vurgu yapılmaktadır (Doğan ve Şahin, 2007). IQ ve EQ birbirine karşıt olmamakla birlikte birbirinden ayrı ve birbiri ile dinamik etkileşim halinde olan kavramlardır (Goleman, 1995). Bar-On (2006)'a göre duygusal zekâ ve bilişsel zekâ birbirini desteklemektedir. Buna göre zeki insanlar sadece bilişsel zekâyâ değil duygusal zekâyâ da sahiptirler (Bar-on, 2006). Ayrıca IQ testleri ile adını duyuran David Wechsler tarafından da duygusal faktörlere yer verilmektedir (Wechsler, 1940). Dolayısıyla duygusal zekâ özellikle son zamanlarda sosyal bilimlerde üzerinde sıkça durulan kavramlardan biri olarak dikkat çekmektedir (Doğan ve Şahin, 2007).

Duygusal zekâ kavramı 1990'lı yıllarda oldukça ilgi çeken bir kavram olarak görülmüştür (Dulewicz ve Higgs, 2000). Duygusal zekâ Mayer, Salovey ve DiPaolo (1990) ile Salovey ve Mayer (1990) tarafından ilk kez ele alınmıştır. Daniel Goleman (1995)'in "Duygusal Zekâ" adlı kitabının yayınlanmasının ardından bu kavram popülerlik kazanmıştır. 1997'de Reuven Bar-On da duygusal zekânın popülerlik kazanmasına katkı sağlamıştır (Doğan ve Şahin, 2007).

Duygusal zekâ kavramına yönelik literatürde pek çok tanıma rastlanmaktadır. Mayer ve Salovey (1993) tarafından duygusal zekâ, bireyin kendisinin ve çevresindekilerin duygularını

izleme ve buradan elde ettiği bilgiyi kullanabilme yeteneğiyle ilgili olduğu değerlendirilmektedir (Mayer ve Salovey, 1993; Salovey ve Mayer, 1990). Daniel Goleman (1995) tarafından duygusal zekâ; engellerle başa çıkma, aksiliklere rağmen yılmama, ruh halini düzenleyebilme, dürtülerini kontrol edebilme gibi durumları ifade ettiği belirtilmektedir (Goleman, 1995). Reuven Bar-On (2005) tarafından duygusal zekâ, kişiye yapılacak baskı ve taleplerin başarılı bir şekilde üstesinden gelmesini sağlayacak yeterlikler ve beceriler olarak belirtilmektedir (Bar-On, 2005). Cornell (2003) tarafından duygusal zekâ, kişinin kendi duyguları kadar başkalarının duygularının farkında olarak bunu sosyal ilişkilerde kullanabilmesi olarak açıklanmaktadır (Schutte, 2006). Dulewicz, Higgs ve Slaski (2003)'ye göre duygusal zekâ, bireyin kendi duygu ve hislerinin farkına vararak önce motivasyonunu yüksek tutması sonra diğerlerini etkileyebilmesi olarak ifade edilmektedir (Dulewicz ve ark., 2003). Kişinin, kendisinin ve başkalarının duygularını düzenlemesi, çevresel baskıların üstesinden gelebilmesi, beceri, yetenek ve yeterliklerini kullanabilmesi duygusal zekânın özellikleri arasında yer almaktadır (Rahim ve Minors, 2003).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Ravichandran ve ark. (2011) tarafından yapılan çalışmada duygusal zekâya sahip olmak çalışmaya tutkunluğun tek başına yeterli olmadığı (Ravichandran ve ark., 2011); Aulia (2016) tarafından yapılan çalışmada örgütsel bağlılık ile duygusal zekâ ile örgütsel bağlılık ve çalışmaya tutkunluk ile örgütsel bağlılığın ilişkili olduğu (Aulia, 2016); Karamustafa ve Kunday (2018)'in çalışmasında duygusal zekâ ile çalışmaya tutkunluk arasında güçlü bir ilişkinin olduğu (Karamustafa ve Kunday, 2018); Raza ve ark. (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre duygusal zekânın çalışanların performansını pozitif yönde etkilediği (Raza ve ark., 2014); Dulara ve Sen (2017) tarafından yapılan araştırmada ise iş becerikliliğinin alt boyutları ile duygusal zekâ ve performans arasında pozitif ilişkiler olduğu (Dulara ve Sen, 2017) sonuçları elde edilmiştir. Benzer çalışmalardan hareketle Hipotez 4 geliştirilmiştir:

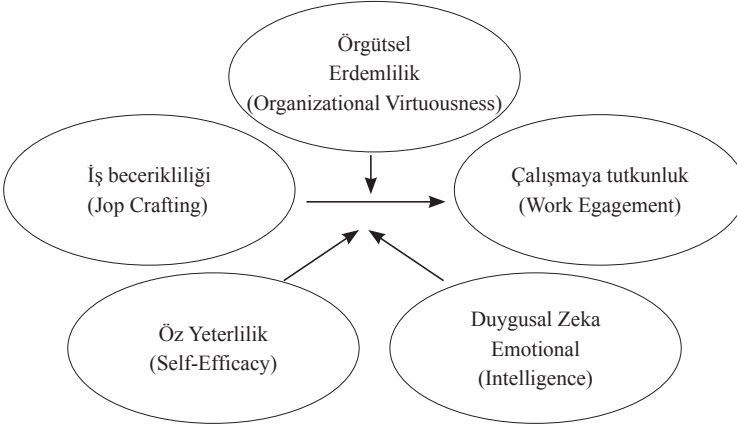
Hipotez 4. İş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ilişkisinde duygusal zekâ pozitif yönde aracılık rolüne sahiptir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Çalışmaya konu olan bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkilerin verildiği araştırma modeli aşağıdaki gibidir:

Şekil 1: Araştırma Modeli.



2.2. Araştırma Kullanılan Ölçekler

Araştırmada iş becerikliliği ölçeği, çalışmaya tutkunluk ölçeği, örgütsel erdemlilik ölçeği, duygusal öz-yeterlik ölçeği, duygusal zekâ ölçeği olmak üzere beş ölçekten yararlanılmıştır.

İş becerikliliği ölçeği: Slep ve Vella-Brodrick (2013)'in geliştirdiği bu ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Kerse (2017) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 19 soru ve 3 alt boyuttan (görev becerikliliği, bilişsel beceriklilik ve ilişkisel beceriklilik) meydana gelmektedir. Slep ve Vella-Brodrick (2013)'ün çalışmasında Cronbach Alfa değerleri görev becerikliliği .75, bilişsel beceriklilik .86 ve ilişkisel beceriklilik .84 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 9 soru ve 3 boyuttan meydana gelen yeni geçerli ve güvenilir bir ölçek elde edilmiştir. Cronbach Alfa değerinin ise .84 (görev becerikliliği: .69, bilişsel beceriklilik: .84, ilişkisel beceriklilik: .70) olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmaya tutkunluk ölçeği: Schaufeli ve ark. (2002)'nin geliştirdiği bu ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Turgut (2011) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 17 ifade ve 3 alt boyuttan (dinçlik, adanmışlık, yoğunlaşma) oluşmaktadır. Schaufeli ve ark. (2002)'in çalışmasında Cronbach Alfa değeri .89 (dinçlik .81, adanmışlık .87, yoğunlaşma .86) olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi yapılarak 14 soru ve üç alt boyuttan meydana gelen geçerli ve güvenilir bir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri .94 (dinçlik: .90, adanmışlık: .87, yoğunlaşma: .88) olarak tespit edilmiştir.

Örgütsel erdemlilik ölçeği: Cameron ve ark. (2004)'in geliştirdiği ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Erkmen ve Esen (2012) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 15 soru ve 5 alt boyuttan (iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük, bağışlayıcılık) meydana gelen bir ölçektir.

Cameron ve ark. (2004)'ın araştırmasında Cronbach Alfa katsayısı iyimserlik boyutu .837, güven boyutu .83, merhamet boyutu .87, dürüstlük boyutu .90, bağışlayıcılık .90 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi yapılarak 15 soru ve beş alt boyuttan meydana gelen oluşan geçerli ve güvenilir ölçek elde edilmiştir. Cronbach Alfa değerinin .96 (iyimserlik: .90, güven: .89, merhamet: .88, dürüstlük: .91, bağışlayıcılık: .86) olduğu hesaplanmıştır.

Duygusal öz-yeterlik ölçeği: Kirk ve ark. (2008)'in geliştirdiği ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği İkiz ve Karaca (2010) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 32 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Kirk ve diğerleri (2008) tarafından yapılan araştırma sonucunda Cronbach Alfa katsayısının .96 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 13 sorudan meydana gelen yeni geçerli ve güvenilir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri ise .91 olarak tespit edilmiştir.

Duygusal zekâ ölçeği: Chan (2004-2006)'ın geliştirdiği ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Aslan ve Özata (2008) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 12 soru ve dört alt boyuttan (pozitif duygusal yönetim, duygusal değerlendirme, duyguların pozitif kullanımı ve empatik duyarlılık) meydana gelmektedir. Chan'ın araştırmasında Cronbach Alfa=0.82-0.86 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile 12 soru ve 4 alt boyuttan meydana gelen geçerli ve güvenilir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa değerinin ise .95 (duygusal değerlendirme: .88, empatik duyarlılık: .87, pozitif duygusal yönetim: .85, duyguların olumlu kullanımı: .88) olduğu tespit edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Konya ilinde bulunan üniversite ve kamu hastanelerinden oluşmaktadır. Konya'daki hastane sayısı, örnekleme alınan hastane sayısı kadardır. Araştırmada örneklem 700 kişi olarak belirlenmiş ve bu sayıya ulaşılmıştır. Araştırmaya konu olan sağlık çalışanları doktorlardan, yardımcı sağlık profesyonellerinden (ebe, hemşire, sağlık memuru, ATT gibi), idari personellerden (bilgi işlem, insan kaynakları, arşiv, eğitim birimi gibi), destek hizmetlerinden (yemekhane, temizlik, güvenlik, danışma gibi) meydana gelmektedir. Çalışma verileri, basit rastgele örnekleme yönteminden yararlanarak yüz yüze anket tekniği ile elde edilmiştir.

2.4. Araştırma Verilerinin Toplanması

Araştırma için öncelikle Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığı Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmaları Etik Kuruluna başvurulmuştur. 13.11.2018 tarih ve 1901 karar sayısı ile etik kurul izni alınmıştır. Daha sonra araştırma kapsamındaki hastaneler için üniversite hastanelerine direk olarak başvuruyla, kamu hastaneleri için ise öncelikle il sağlık

müdürlüğünden etik kurul izni alınıp sonrasında tek tek hastanelerin etik kurullarına başvurarak kurum izinleri alınmıştır.

2.5. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Çalışmada elde edilen veriler değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS13.0 ve LIS-RELL 8.0 programı kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Tablo 1: Sağlık Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Bulgular

Cinsiyet	Sayı (N)	Yüzde (%)
Kadın	414	59.1
Erkek	286	40.9
Öğrenim düzeyi	Sayı (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	28	4.0
Lise	170	24.3
Yüksekokul	94	13.4
Lisans	319	45.6
Lisansüstü	89	12.7
Medeni Durum	Sayı (n)	Yüzde (%)
Evli	426	60.9
Bekâr	274	39.1
Görev	Sayı (n)	Yüzde (%)
Doktor	65	9.3
Yardımcı sağlık profesyonelleri profesyonelleriHizmetleri	370	52.8
İdari personel	183	26.1
Destek hizmetleri	82	11.8
Yaş Aralığı	Sayı (N)	Yüzde (%)
18-32	382	54.6
33-47	289	41.3
48-62	29	4.1
Kurum Çalışma Yılı	Sayı (n)	Yüzde (%)
1-12 yıl	606	86.6
13-24 yıl	81	11.6
25-36yıl	13	1.9
Çalışılan Kurum	Sayı (n)	Yüzde (%)
Tıp Fakültesi	330	47.2
Devlet Hastanesi	370	52.8
Toplam	700	100

Tablo 1 incelendiğinde 700 sağlık çalışanı ile yapılan araştırmada katılımcıların çoğunluğunun yani %59,1'inin (414 kişi) kadın olduğu, %45,6'sının (319 kişi) lisans mezunu olduğu, %60,9'unun (426 kişi) evli, %52,8'inin (370 kişi) yardımcı sağlık profesyoneli olduğu, %54,6'sının (382 kişi) 18-32 yaş aralığında olduğu, %86,6'sının (606 kişi) 1-12 yıl arası kurumda olduğu, %52,8'inin (370 kişi) devlet hastanesinde çalıştığı sonucuna varılmaktadır.

Araştırmada yer alan ölçeklerin doğrulayıcı faktör analiziyle geçerlilik ve güvenilirlikleri araştırılmıştır. Aşağıdaki tablolarda sonuçlar gösterilmektedir.

Analizler sonucunda χ^2/df oranı, RMSEA değeri, GFI, NFI, IFI, CFI, AGFI, NNFI indeksleri elde edilmektedir. Bu değerlere bakılarak kabul edilebilir olup olmadıklarına karar verilmektedir. Sonuçlara göre kabul edilebilir değere sahip değilse düzeltme indeksi veren sorular ölçekten silinmektedir. Kalan sorular bu şekilde tekrar analize sokulmakta ve bu işlem kabul edilebilir değere ulaşana kadar devam etmektedir. Bahsedilen değerler için literatür incelendiğine; χ^2/df oranının <5 olması kabul edilebilir olduğunu, χ^2/df oranının <2 olması ise iyi uyum düzeyinde olduğunu göstermektedir (Li, 2005). RMSEA değeri $0 \leq RMSEA \leq .05$ arasında iyi uyum, $.05 < RMSEA \leq .08$ arasında kabul edilebilir uyum göstermektedir (MacCallum ve ark., 1996; Schermelleh-Engel ve ark., 2003). GFI değeri $.95 \leq GFI \leq 1.00$ arasında iyi uyum, $.90 \leq GFI < .95$ arasında ise kabul edilebilir uyum içerisinde yer almaktadır (Jöreskog ve Sörbom, 1993). NFI değeri $.95 \leq NFI \leq 1.00$ arasında iyi uyum, $.90 \leq NFI < .95$ kabul edilebilir uyum olarak ifade edilmektedir (Bentler, 1990). CFI değeri için $.97 \leq CFI \leq 1.00$ arasında iyi uyum ve $.95 \leq CFI < .97$ değerleri kabul edilebilir uyum göstermektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993; Schumacker ve Lomax, 2010).

Tablo 2: İş Becerikliliği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Sorular	(CFA)** Faktör Yükü	(CFA) Faktör Yükü	(CFA) Faktör Yükü	t-Değeri	Cronbach Alpha	Arit. Ort	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonu
İş Becerikliliği*					.842			
Görev Becerikliliği					.689			
1.	0.62	0.60 ^a						
2.	0.60 ^a							
3.	0.72	0.70 ^a						
4.	0.60	0.62	0.57	14.36		3.43	1.464	.757**
5.	0.65 ^a							
6.	0.75	0.75	0.76	20.08		3.69	1.331	.820**
7.	0.64	0.64	0.67	17.41		3.50	1.332	.783**
Bilişsel Becerikliliği					.839			

8.	0.64 ^a							
9.	0.78	0.78	0.81	24.11	4.24	1.385	.865**	
10.	0.79	0.82	0.86	26.11	4.41	1.416	.897**	
11.	0.78	0.79	0.73	20.99	4.13	1.453	.847**	
12.	0.78	0.76 ^a						
İlişkisel Beceriklilik							.700	
13.	0.75 ^a							
14.	0.76	0.73 ^a						
15.	0.61	0.55	0.55	13.83	3.38	1.562	.765**	
16.	0.56 ^a							
17.	0.69	0.70	0.73	19.32	3.87	1.406	.816**	
18.	0.69	0.73	0.74	19.66	4.13	1.426	.796**	
19.	0.74	0.77 ^a						

Not: Faktör yükü tüm faktörler için $p < .001$.

* Sorular; Slempeve Vella-Brodrick (2013) kaynağının sorularıdır.

**Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü). ^a Faktör yükü .40'dan düşük olanlar ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılmıştır.

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 933.76/149 = 6.266$, $NFI = .86$, $NNFI = .87$, $CFI = .88$, $AGFI = .84$, $GFI = .88$, $IFI = .89$, $RMSEA = .087$).

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 357.39/74 = 4.82$, $NFI = .92$, $NNFI = .92$, $CFI = .94$, $AGFI = .90$, $GFI = .93$, $IFI = .94$, $RMSEA = .074$).

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 83.58/24 = 3.48$, $NFI = .96$, $NNFI = .96$, $CFI = .97$, $AGFI = .95$, $GFI = .97$, $IFI = .97$, $RMSEA = .060$).

Tablo 2'ye bakıldığında iş becerikliliği ölçeği, başlangıç versiyonunda 19 sorudan 3 alt boyuttan oluşmaktadır. "Confirmative Factor Analysis (CFA)" Doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve başlangıç versiyonunda kabul edilebilir uyum değerleri elde edilememiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 933.76/149 = 6.266$, $NFI = .86$, $NNFI = .87$, $CFI = .88$, $AGFI = .84$, $GFI = .88$, $IFI = .89$, $RMSEA = .087$). 5 soru (2,5,8,13,16) faktör yükü .40'm altında olan ve düzeltme indeksi veren sorular çıkartılarak yeniden analiz edilmiş ve kabul edilebilir uyum değerleri elde edilmiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 357.39/74 = 4.82$, $NFI = .92$, $NNFI = .92$, $CFI = .94$, $AGFI = .90$, $GFI = .93$, $IFI = .94$, $RMSEA = .074$). Faktör yükü .40'm altında olan ve düzeltme indeksi gösteren 5 soru (1,3,12,14,19) ölçekten çıkartılıp yeniden analiz yapılmış ve kabul edilebilir uyum değerleri elde edilmiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 83.58/24 = 3.48$, $NFI = .96$, $NNFI = .96$, $CFI = .97$, $AGFI = .95$, $GFI = .97$, $IFI = .97$, $RMSEA = .060$). Madde-toplam korelasyonları .75 ile .89 arasında bulunmuş, buna göre ölçeğin iyi iç tutarlılık düzeyinde olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 3: Çalışmaya Tutkunluk Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları.

Sorular	(CFA)** Faktör Yüğü	(CFA) Faktör Yüğü	t-Değeri	Cronbach Alpha	Arit. Ort	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonu
Çalışmaya Tutkunluk*				.942			
Dinçlik				.897	3.78	1.214	
1.	0.72	0.72	16.91		3.30	1.483	.764**
2.	0.81	0.81	19.96		3.67	1.373	.828**
3.	0.75	0.75	17.73		3.94	1.429	.778**
4.	0.71	0.71	16.37		3.55	1.476	.756**
5.	0.78	0.78	18.66		3.83	1.402	.794**
6.	0.86	0.86	21.69		3.82	1.402	.842**
Adanmışlık				.874	4.14	1.389	
7.	0.78	0.76	18.03		3.94	1.533	.847**
8.	0.80 ^a						
9.	0.87 ^a						
10.	0.83	0.89	22.86		4.19	1.508	.898**
11.	0.78	0.86	21.68		4.26	1.505	.897**
Yoğunlaşma				.879	3.70	1.237	
12.	0.75	0.75	17.65		3.53	1.486	.790**
13.	0.81	0.82	20.04		3.85	1.439	.820**
14.	0.84	0.85	21.14		3.89	1.416	.841**
15.	0.72 ^a						
16.	0.77	0.76	17.84		3.75	1.406	.798**
17.	0.70	0.69	15.60		3.40	1.563	.765**

Not: Faktör yüğü tüm faktörler için $p < .001$.

* Sorular, Schaufeli ve ark. (2002) kaynağının sorularıdır.

**Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü). ^a Faktör yüğü .40'dan düşük olanlar ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılmıştır.

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df=509.83/116=4.39$, $NFI=.91$, $NNFI=.92$, $CFI=.93$, $AGFI=.84$, $GFI=.88$, $IFI=.93$, $RMSEA=.089$).

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df=254.42/74=3.43$, $NFI=.94$, $NNFI=.95$, $CFI=.96$, $AGFI=.89$, $GFI=.92$, $IFI=.96$, $RMSEA=.076$).

Tablo 3'e bakıldığında çalışmaya tutkunluk ölçeği, başlangıç versiyonunda 17 sorudan ve dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma olmak üzere 3 alt boyuttan meydana gelmektedir. Doğrulatoryı faktör analizi uygulanmış ve başlangıç versiyonunda kabul edilebilir uyum değerleri bulunamamıştır (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df=509.83/116=4.39$, $NFI=.91$, $NNFI=.92$, $CFI=.93$, $AGFI=.84$, $GFI=.88$, $IFI=.93$, $RMSEA=.089$). 3 soru (8,9,15) ölçekten çıkartılıp

yeniden analiz yapılmış ve kabul edilebilir uyum değerleri elde edilmiştir (*Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 254.42/74 = 3.43$, $NFI = .94$, $NNFI = .95$, $CFI = .96$, $AGFI = .89$, $GFI = .92$, $IFI = .96$, $RMSEA = .076$). Madde-toplam korelasyonları .75 ile .89 arasında bulunmuş, buna göre ölçeğin iyi iç tutarlılık düzeyinde olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 4: Örgütsel Erdemlilik Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Sorular	(CFA)** Faktör Yüğü	t-Değeri	Cronbach Alpha	Arit. Ort	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonu
Örgütsel Erdemlilik *			.964			
İyimserlik			.900	3.37	1.374	
1.	0.82	25.98		3.20	1.516	.887**
2.	0.89	29.67		3.41	1.442	.919**
3.	0.88	29.16		3.43	1.424	.892**
Güven			.885	3.48	1.359	
4.	0.84	27.15		3.33	1.469	.898**
5.	0.83	26.61		3.63	1.437	.885**
6.	0.87	28.32		3.50	1.483	.879**
Merhamet			.876	3.47	1.361	
7.	0.82	26.07		3.67	1.458	.855**
8.	0.86	28.17		3.49	1.525	.902**
9.	0.84	27.12		3.27	1.519	.885**
Dürüstlük			.914	3.49	1.399	
10.	0.87	28.67		3.32	1.518	.910**
11.	0.88	29.43		3.62	1.466	.911**
12.	0.90	30.42		3.52	1.517	.915**
Bağışlayıcılık			.857	3.47	1.373	
13.	0.87	28.34		3.47	1.515	.878**
14.	0.91	30.92		3.58	1.527	.899**
15.	0.68	19.90		3.34	1.514	.831**

Not: Faktör yükü tüm faktörler için $p < .001$.

* Sorular; Cameron ve ark. (2004) kaynağının sorularıdır.

**Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü). ^a Faktör yükü .40'dan düşük olanlar ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılmıştır.

(*Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 457.24/80 = 5.715$, $NFI = .95$, $NNFI = .95$, $CFI = .96$, $AGFI = .88$, $GFI = .92$, $IFI = .96$, $RMSEA = .082$).

Tablo 4 incelendiğinde örgütsel erdemlilik ölçeği, başlangıç versiyonunda 15 sorudan ve iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük, bağışlayıcılık olmak üzere 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve başlangıç versiyonunda kabul edilebilir uyum

değerleri bulunmuştur (*Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 457.24/80 = 5.715$, $NFI = .95$, $NNFI = .95$, $CFI = .96$, $AGFI = .88$, $GFI = .92$, $IFI = .96$, $RMSEA = .082$). Madde-toplam korelasyonları .83 ile .91 arasında bulunmuş, buna göre ölçeğin iyi iç tutarlılık düzeyinde olduğu kabul edilmiştir.*

Tablo 5. Duygusal Öz-Yeterlik Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Sorular	(CFA)** Faktör Yükü	(CFA) Faktör Yükü	(CFA) Faktör Yükü	t-Değeri	Cronbach Alpha	Arit. Ort	Std Hata	Madde- Toplam Korelasyonu
Duygusal Öz Yeterlik *					.905			
1.	0.46 ^a							
2.	0.65	0.66	0.63	17.81		3.48	1.070	.673**
3.	0.60	0.62 ^a						
4.	0.64	0.63 ^a						
5.	0.68	0.68 ^a						
6.	0.65 ^a							
7.	0.66	0.67 ^a						
8.	0.65	0.65 ^a						
9.	0.66	0.66	0.63	17.96		3.71	1.014	.673**
10.	0.60	0.60	0.60	16.97		3.43	1.051	.653**
11.	0.63 ^a							
12.	0.59	0.59	0.56	15.61		3.34	1.100	.622**
13.	0.64 ^a							
14.	0.58	0.58 ^a						
15.	0.64	0.64	0.60	16.84		3.41	1.031	.645**
16.	0.60 ^a							
17.	0.62	0.59	0.59	16.58		3.66	1.007	.635**
18.	0.70 ^a							
19.	0.63 ^a							
20.	0.50	0.52 ^a						
21.	0.64	0.65 ^a						
22.	0.66	0.68	0.65	18.76		3.44	1.011	.692**
23.	0.70	0.71 ^a						
24.	0.67	0.66	0.65	18.75		3.58	.987	.686**
25.	0.67 ^a							
26.	0.66 ^a							
27.	0.73	0.72	0.74	22.06		3.60	1.030	.749**
28.	0.68	0.67	0.70	20.67		3.59	1.040	.720**

29.	0.69	0.68	0.71	21.06	3.63	1.007	.727**
30.	0.70 ^a						
31.	0.68	0.68	0.72	21.30	3.51	1.003	.738**
32.	0.63	0.61	0.65	18.69	3.61	1.022	.680**

Not: Faktör yükü tüm faktörler için $p < .001$. * Sorular, Kırk ve ark. (2008) kaynağının sorularıdır. **Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü). ^a Faktör yükü .40'dan düşük olanlar ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılmıştır.

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 11823.26/464 = 25.48$, $NFI = .83$, $NNFI = .85$, $CFI = .86$, $AGFI = .81$, $GFI = .84$, $IFI = .86$, $RMSEA = .073$).

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1035.83/209 = 4.95$, $NFI = .87$, $NNFI = .88$, $CFI = .89$, $AGFI = .86$, $GFI = .88$, $IFI = .89$, $RMSEA = .075$).

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 199.11/65 = 3.06$, $NFI = .94$, $NNFI = .95$, $CFI = .96$, $AGFI = .94$, $GFI = .96$, $IFI = .96$, $RMSEA = .054$).

Tablo 5'e göre duygusal öz-yeterlik ölçeği, başlangıç versiyonunda 32 sorudan oluşmakta ve alt boyutu bulunmamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve başlangıç versiyonunda kabul edilebilir uyum değerleri elde edilememiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 11823.26/464 = 25.48$, $NFI = .83$, $NNFI = .85$, $CFI = .86$, $AGFI = .81$, $GFI = .84$, $IFI = .86$, $RMSEA = .073$). 10 soru (1,6,11,13,16,18,19,25,26,30) faktör yükü .40'ın altında olan ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılıp yeniden analize tabi tutulmuş ve kabul edilebilir uyum değerleri elde edilememiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1035.83/209 = 4.95$, $NFI = .87$, $NNFI = .88$, $CFI = .89$, $AGFI = .86$, $GFI = .88$, $IFI = .89$, $RMSEA = .075$). Faktör yükü .40'ın altında olan ve düzeltme indeksi gösteren 9 soru (3,4,5,7,8,14,20,21,23) ölçekten çıkartılıp yeniden analiz edilmiş ve kabul edilebilir uyum değerleri elde edilmiştir (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1035.83/209 = 4.95$, $NFI = .87$, $NNFI = .88$, $CFI = .89$, $AGFI = .86$, $GFI = .88$, $IFI = .89$, $RMSEA = .075$). Madde-toplam korelasyonları .62 ile .74 arasında bulunmuş, buna göre ölçeğin iyi iç tutarlılık düzeyinde olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 6: Duygusal Zekâ Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Sorular	(CFA)** Faktör Yükü	t-Değeri	Cronbach Alpha	Arit. Ort	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonu
Duygusal Zekâ*			.947			
Duygusal Değerlendirme			.882	3.73	1.051	
1.	0.87	28.00		3.68	1.217	.903**
2.	0.82	25.64		3.73	1.096	.876**
3.	0.86	27.57		3.70	1.075	.863**
Empatik Duyarlılık			.869	3.80	.980	
4.	0.83	25.99		3.78	1.041	.852**

5.	0.82	25.71	3.75	1.097	.868**
6.	0.84	26.70	3.77	1.055	.886**
Pozitif Duygusal Yönetim		.854	3.69	1.022	
7.	0.82	25.74	3.72	1.083	.843**
8.	0.80	24.86	3.72	1.141	.866**
9.	0.81	25.23	3.60	1.131	.861**
Duyguların Olumlu Kullanımı		.867	3.79	1.019	
10.	0.87	28.11	3.76	1.100	.888**
11.	0.83	26.18	3.85	1.058	.861**
12.	0.79	24.14	3.73	1.121	.857**

Not: Faktör yükü tüm faktörler için $p < .001$.

* Sorular, Chan (2004 ve 2006)'inkaynağının sorularıdır.

**Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü). ^a Faktör yükü .40'dan düşük olanlar ve düzeltme indeksi gösteren sorular ölçekten çıkartılmıştır.

(Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 201.44/48 = 4.19$, $NFI = .97$, $NNFI = .95$, $CFI = .98$, $AGFI = .93$, $GFI = .95$, $IFI = .98$, $RMSEA = .068$).

Tablo 6'ya göre duygusal zekâ ölçeği, başlangıç versiyonunda 12 sorudan ve duygusal değerlendirme, empatik duyarlılık, pozitif duygusal yönetim, duyguların olumlu kullanımı olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Doğrulamalı faktör analizi uygulanmış ve başlangıç versiyonunda kabul edilebilir uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 201.44/48 = 4.19$, $NFI = .97$, $NNFI = .95$, $CFI = .98$, $AGFI = .93$, $GFI = .95$, $IFI = .98$, $RMSEA = .068$). Madde-toplam korelasyonları .84 ile .90 arasında bulunmuş, buna göre ölçeğin iyi iç tutarlılık düzeyinde olduğu kabul edilmiştir.

Araştırmada değişkenler arası ilişkiler korelasyon analiziyle araştırılmıştır. Sonuçlar Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7: Korelasyon Analizi

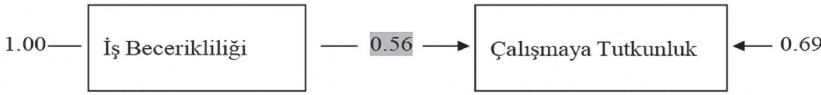
	Art. Ort.	Std. Hata	İş Becerikliliği	Örgütsel Erdemlilik	Duygusal Öz-Yeterlik	Duygusal Zekâ
İş Becerikliliği	3.87	.997				
Örgütsel Erdemlilik	3.43	1.257	.410**			
Duygusal Öz-Yeterlik	3.57	.779	.511**	.406**		
Duygusal Zekâ	3.78	.914	.426**	.349**	.505**	
Çalışmaya Tutkunluk	3.82	1.167	.558**	.438**	.529**	.539**

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

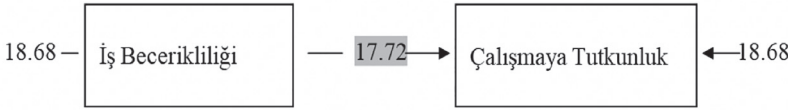
Tablo 7’de görüldüğü gibi korelasyon analizi yapılarak iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir ($r=.558$, $p<.001$). Ayrıca iş becerikliliği ve örgütsel erdemlilik arasında ($r=.410$, $p<.001$), iş becerikliliği ve duygusal öz-yeterlik arasında ($r=.511$, $p<.001$), iş becerikliliği ve duygusal zekâ arasında ($r=.426$, $p<.001$), örgütsel erdemlilik ve duygusal öz-yeterlik arasında ($r=.40$, $p<.001$), örgütsel erdemlilik ve duygusal zekâ arasında ($r=.349$, $p<.001$), örgütsel erdemlilik ve çalışmaya tutkunluk arasında ($r=.438$, $p<.001$), duygusal öz-yeterlik ve duygusal zekâ arasında ($r=.505$, $p<.001$), duygusal öz-yeterlik ve çalışmaya tutkunluk arasında ($r=.529$, $p<.001$), duygusal zekâ ve çalışmaya tutkunluk arasında ($r=.539$, $p<.001$) pozitif ilişki bulunmuştur.

Yapısal eşitlik modeli yol (path) analizi sonuçları aşağıdaki gibidir:

Şekil 2: İş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk ilişkisine yönelik yol analizi ilk aşama.



Şekil 3: İş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk ilişkisine yönelik yol analizi ilk aşama t değeri.



İlk olarak iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişki tek başına yol analizi yapılarak belirlenmiştir. Yapılan analizde iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk arasında yol katsayısı 0.56 ($t=17.72$) olarak bulunmuştur. Bu sonuç aracı değişken sonucundan ilkinin karışılmakta ve ilişkinin olabileceğini göstermektedir.

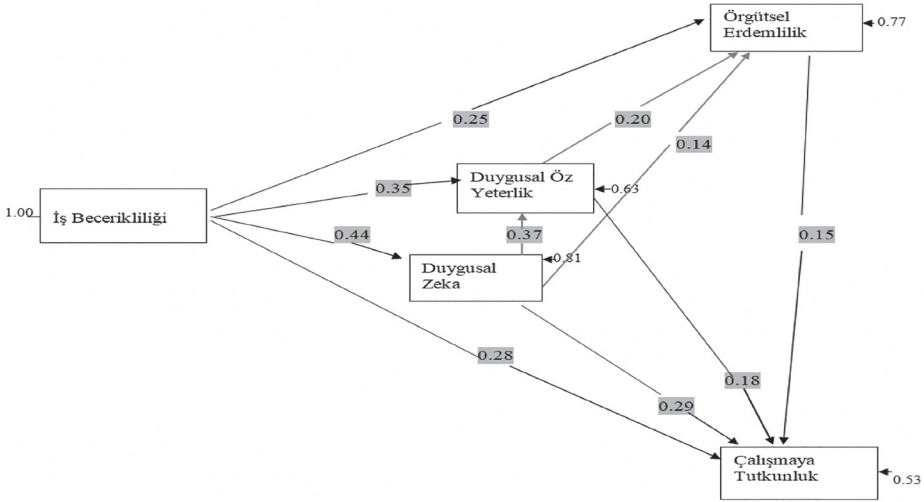
Sonraki aşamada duygusal zekâ, duygusal öz-yeterlik ve örgütsel erdemlilik değişkenlerinin iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk ilişkisinde aracılık rolünü belirlemek amacıyla analizler yapılmıştır. Yapılan incelemede iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk ($.28$, $p<.01$), iş becerikliliği ile duygusal zekâ ($.44$, $p<.01$), duygusal zekâ ile çalışmaya tutkunluk ($.29$, $p<.01$), iş becerikliliği ile duygusal öz-yeterlik ($.35$, $p<.01$), duygusal öz-yeterlik ile çalışmaya tutkunluk ($.18$, $p<.01$), iş becerikliliği ile örgütsel erdemlilik ($.25$, $p<.01$), örgütsel erdemlilik ile çalışmaya tutkunluk ($.15$, $p<.01$) arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla *Hipotez 1* kabul edilmiştir. Ayrıca bu sonuçlara göre ara değişken koşulları yerine gelmiştir.

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi model üzerine yeni yollar eklenmiştir. Duygusal zekâ ile duygusal öz-yeterlik ($.37$, $p<.01$), duygusal öz-yeterlik ile örgütsel erdemlilik ($.20$, $p<.01$),

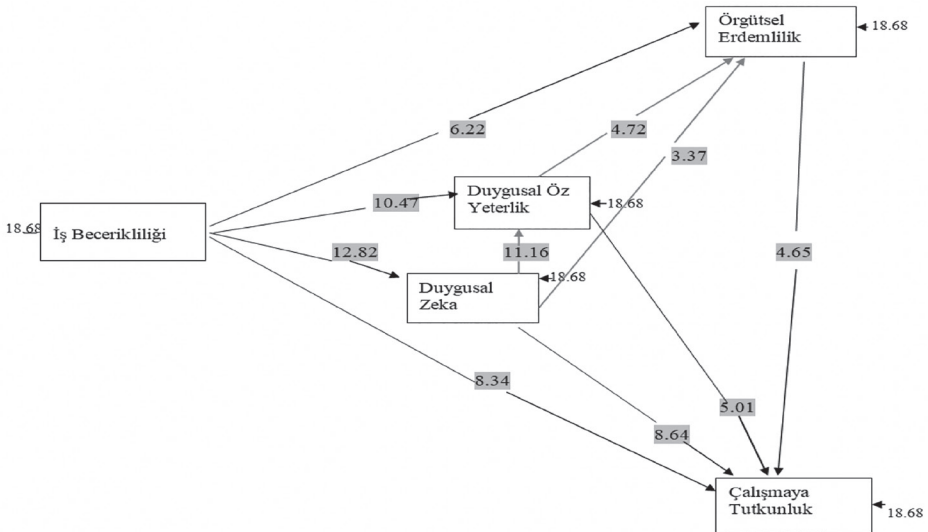
duygusal zekâ ile örgütsel erdemlik (.14, $p < .01$) arasında da anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir.

İş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun başlangıç yolunda 0.56 olarak anlamlı ilişki olduğu, sonuç modelinde ise 0.28'e düştüğü görülmektedir. İlişki katsayısı düştüğünden dolayı bu durum, değişkenlerin kısmı aracılık rolü bulunmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır. Dolayısıyla *Hipotez 2*, *Hipotez 3* ve *Hipotez 4* kabul edilmiştir.

Şekil 4: İş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk ilişkisinde örgütsel erdemliliğin, öz-yeterliğin ve duygusal zekânın aracılık rolünü incelemeye ilişkin yol analizi sonuç modeli.



Şekil 5: İş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk ilişkisinde örgütsel erdemliliğin, öz-yeterliğin ve duygusal zekânın aracılık rolünü incelemeye ilişkin yol analizi sonuç modeli *t* değerleri.



Araştırma sonuç modeli için t değerlerine bakıldığında iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk arasında $t=8.34$, iş becerikliliği ile duygusal zekâ arasında $t=12.82$ duygusal zekâ ile çalışmaya tutkunluk arasında $t=8.64$, iş becerikliliği ile duygusal öz-yeterlik arasında $t=10.47$, duygusal öz-yeterlik ile çalışmaya tutkunluk arasında $t=5.01$, iş becerikliliği ile örgütsel erdemlik arasında $t=6.22$, örgütsel erdemlik ile çalışmaya tutkunluk arasında $t=4.65$, duygusal zekâ ile duygusal öz-yeterlik arasında $t=11.16$, duygusal öz-yeterlik ile örgütsel erdemlik arasında $t=4.72$, duygusal zekâ ile örgütsel erdemlik arasında $t=3.37$ olarak elde edilmiştir.

Modelin iyi uyum indeksleri incelendiğinde (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df=7.42/3=1.47$, NNFI=.98, NFI=.95, CFI=.99, AGFI=.98, GFI=.99, IFI=.95, RMSEA=.05) değerlerin iyi uyum değerleri verdiği ve modelin kabul edilebilir olduğu söylenebilir.

4. TARTIŞMA

Araştırmada ilk olarak sağlık çalışanlarının iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırma sonuçları literatür ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları Thomassen (2016) tarafından yapılan çalışma ile paralellik göstermektedir (Thomassen, 2016). Bakker ve ark. (2012) tarafından ve Tims ve ark. (2013) tarafından yapılan çalışmalarda iş becerikliliğinin tüm boyutları ile çalışmaya tutkunluğun tüm boyutları arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmaktadır (Bakker ve ark., 2012; Tims ve ark., 2013). Lu ve ark. (2014) tarafından Çin’de ileri teknoloji işletme çalışanları üzerinde yapılan araştırmada iş becerikliliğinin ilişkisel, fiziksel ve psikolojik boyutları ele alınmış ve çalışmaya tutkunluk ile bu boyutların her biri arasında ilişki bulunmuştur (Lu ve ark., 2014). Krishnana ve ark. (2018) tarafından Malezya’da sağlık çalışanları üzerinde yapılan çalışma sonucuna göre iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk pozitif yönde ilişkili bulunmuştur (Krishnana ve ark., 2018). Benzer şekilde De Beer ve ark. (2016) tarafından yapılan çalışmada da iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (De Beer ve ark., 2016). Robledo ve ark. (2019)’ın çalışma sonuçlarına göre iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun aynı yönde attığı, çalışmaya tutkunluğun iş becerikliliği ve çalışan performansı üzerinde dolaylı olarak etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Robledo ve ark., 2019). Bütün bunların yanında benzer sonuçların elde edildiği pek çok araştırma da bulunmaktadır (Chen ve ark., 2014; Brenninkmeijer ve Hekkert-Koning, 2015; Harju ve ark., 2016).

Araştırmada ikinci olarak, iş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ilişkisinde örgütsel erdemliliğin aracılık rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürdeki sonuçların araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Singh ve ark. (2018) tarafından yapılan çalışma bulgularına göre çalışanların örgütsel erdemli olması doğrudan değil dolaylı olarak mutluluk yoluyla iş çalışmaya tutkunluk sağlamaktadır. Dolayısıyla paydaşlar ve yöneticiler, çalışan mutluluğunu artırmak ve çalışmaya tutkunluğu sağlamak için örgütsel erdemliliği besleyebilmektedir (Singh ve ark., 2018). Rego ve ark. (2010) tarafından yapılan çalışma sonuçlarına

göre, organizasyondaki erdemli eylemi gözlemleyerek ve destekleyerek çalışanların daha fazla refah içinde oldukları, ekstra çaba sarf ettikleri ve organizasyona sağlıklı bir ortamın inşasının sağlandığı belirtilmektedir. Dolayısıyla erdemlilik, bireysel ve örgütsel etkinliği artıracak ve devam ettirecek bir durum olarak kabul edilmektedir (Rego ve ark., 2010). Çelik ve Esen (2017) tarafından çimento ve hazır beton sektörlerinde çalışanlarına yapılan araştırma bulgularına göre örgütsel erdemlilik ile çalışmaya tutkunluk arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmaktadır (Çelik ve Esen, 2017). Hur ve ark. (2017) tarafından Koreli uçuş görevlileri üzerinde yapılan çalışma sonuçlarına göre örgütsel erdemlilik ve görev becerikliliği pozitif yönde ilişkili bulunmuştur (Hur ve ark., 2017).

Araştırmada üçüncü olarak sağlık çalışanlarının iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk ilişkisinde öz yeterliğin aralık rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde, öz-yeterlik kişilerin kendilerine inanmasını sağlayarak engellere karşı daha dirençli olmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple öz yeterliği yüksek bireylerin daha fazla iş becerikliliğine sahip olacağını düşünülmektedir (Tims ve ark., 2014; Niessen ve ark., 2016). Tims ve ark. (2014) tarafından farklı sektörlerden 47 çalışanla yapılan çalışmada, bireylerin kendilerini öz yeterli hissettiklerinde yeni bilgiler öğrenme ve yaptıkları işleri zenginleştirmede daha fazla iş becerikliliği sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tims ve ark., 2014). Niessen ve ark. (2016) tarafından Almanya'da tam zamanlı farklı sektörlerden çalışanlar üzerinde yapılan bir çalışmada öz-yeterlik ile genel iş becerikliliği arasında pozitif bir ilişki, görev becerikliliği ve bilişsel beceriklilik ile öz-yeterlik arasında pozitif anlamlı ilişki bulunmuş, ilişkisel iş becerikliliği ile herhangi bir ilişki bulunmamıştır (Niessen ve ark., 2016). Benzer şekilde öz yeterliğin çalışmaya tutkunluk ile ilişkili olduğu pek çok çalışma sonucunda elde edilmiştir. Zor ve Ersoy (2019) tarafından özel bir üretim işletmesi çalışanları üzerinde yapılan araştırma sonucunda öz-yeterlik ile çalışmaya tutkunluğun ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Zor ve Ersoy, 2019). Halbesleben (2010) tarafından yapılan ve çalışmaya tutkunluğun en güçlü öncellerini belirlemeyi amaçlayan meta analizinde, öz-yeterlik de saptanan kişisel kaynaklar arasında yer almaktadır (Halbesleben, 2010). Krishnana ve ark. (2018) tarafından Malezya'da sağlık çalışanları üzerinde yapılan çalışma sonucuna göre iş becerikliliği, çalışmaya tutkunluk ve öz-yeterlik ilişkili bulunmuştur (Krishnana ve ark., 2018). Tims ve ark. (2014) tarafından yapılan araştırmada, öz-yeterlik ile performans ilişkisinde iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun aracılık rolü araştırılmıştır. Burada öz-yeterlik ile performans arasında pozitif ilişki iş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluğun da aracılık rolü tespit edilmiştir (Tims ve ark., 2014).

Araştırmada dördüncü olarak, iş becerikliliği çalışmaya tutkunluk ilişkisinde duygusal zekâ pozitif yönde aracılık rolü olduğu sonucuna varılmıştır. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde sonuçların literatür ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ravichandran ve ark. (2011) tarafından yapılan çalışmada da çalışmaya tutkunluk davranışı ile duygusal zekânın ilişkisi incelenmiştir. Buna göre duygusal zekâyâ sahip olmak çalışmaya tutkun olmak için tek başına yeterli bulunmamıştır (Ravichandran ve ark., 2011). Aulia (2016) tarafından duygusal zekâ, örgütsel bağlılık ve çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişki araştırılmıştır. Endenoz-

ya ordu personeli üzerinde yapılan bu çalışma sonuçlarına göre duygusal zekâ ve örgütsel bağlılık; örgütsel bağlılık ve çalışmaya tutkunluk ilişkili bulunmuştur (Aulia, 2016). Karamustafa ve Kunday (2018) tarafından İstanbul'da özel bir şirket çalışanları üzerinde yapılan çalışma sonuçlarına göre duygusal zekâ ile çalışmaya tutkunluk arasında güçlü bir ilişkinin olduğu elde edilmiştir (Karamustafa ve Kunday, 2018). İş becerikliliği ve duygusal zekâ ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, Raza ve ark. (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre duygusal zekânın çalışanların performansını pozitif yönde etkilediği sonucu dikkat çekmektedir (Raza ve ark., 2014). Benzer şekilde Dulara ve Sen (2017) tarafından otel yöneticileri üzerinde yapılan araştırma sonucuna göre iş becerikliliğinin alt boyutları ile duygusal zekâ ve performans arasında pozitif ilişkiler elde edilmiştir (Dulara ve Sen, 2017).

SONUÇ

Bu araştırmada, sağlık çalışanlarının iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk ilişkisinde örgütsel erdemlilik, öz-yeterlik ve duygusal zekânın aracılık rolünün olup olmadığının tespiti amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda iş becerikliliği ile çalışmaya tutkunluk arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişkide duygusal zekâ, duygusal öz-yeterlik ve örgütsel erdemlilik değişkenlerinin de kısmi aracılık rolünün olduğu görülmüştür.

Literatüre bakıldığında, araştırmaya dâhil edilen kavramlar ile ilgili ayrı ayrı veya ikili olarak çalışmalar bulunmakla birlikte pek çok değişkeni birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan araştırmanın alana katkı sağladığı öngörülmektedir. Ayrıca araştırmanın sağlık çalışanları üzerine yapılmasının da alana farklı bir bakış açısı getirdiği düşünülmektedir.

Çalışmaya tutkunluk kavramı Türkçe literatürde çok çalışılmış bir kavram olmadığı için öncelikle bu kavram ile yeni çalışmalar türetilmesi önerilebilir. Çalışanların, çalışmaya tutkunluğunu sağlamak için olumlu etkiye sahip olabilecek farklı kavramlar da araştırılabilir. İş becerikliliği ve çalışmaya tutkunluk ilişkisine etki edeceği düşünülen etkili iletişim, kişilik, kültür, stres, kaygı gibi pek çok farklı değişken ile yeni çalışmalar türetilir. Araştırma kapsamına sadece tıp fakülteleri ve devlet hastaneleri dâhil edilmiştir. Benzer çalışmaların özel hastanelerde de uygulanması hatta özel ve devlet hastane çalışanları üzerinde karşılaştırma niteliğinde çalışmalar yapılması önerilebilir. Araştırma kapsamında tüm sağlık çalışanları (doktor, yardımcı sağlık personeli, idari personel gibi) ele alınmıştır. Bu örneklem yapısı daraltılarak sadece doktorlar, sadece hemşireler ya da sadece idari personele uygulanabilir. Hatta farklı meslek grupları arasında karşılaştırma yapma yoluna gidilebilir. Benzer çalışmalar hastaneler dışındaki farklı kurumlarda da uygulanabilir hatta sağlık çalışanları ile farklı sektörlerdeki çalışanlar arasındaki karşılaştırmalara yer verilmesi önerilebilir. Araştırmada hipotezler dışında yeni ilişkiler (duygusal öz-yeterlik ve örgütsel erdemlilik arasında, duygusal zekâ ve duygusal öz-yeterlik arasında, duygusal zekâ ve örgütsel erdemlilik arasında) tespit edilmiştir. Bunlar üzerinde yeni çalışmalar yapılması önerilebilir.

INTERMEDIARY ROLE OF ORGANIZATIONAL VIRTUOUSNESS, SELF-EFFICACY AND EMOTIONAL INTELLIGENCE IN THE CORRELATION BETWEEN JOB CRAFTING AND WORK ENGA- GEMENT IN HEALTHCARE PROFESSIONALS

1. INTRODUCTION

Currently, it is believed that the ability of organizations to survive environmental changes depends on employee motivation and proactive behavior (de Beer et al., 2016). In addition to the physical conditions of the workplace, the way to ensure employee motivation and achieve a competitive advantage of the organization is given in direct relation to the condition of the employees. In this context, it is stated that in order for the organization to reach the desired level, the employee must have the necessary knowledge and skills (Gellatly, Meyer and Luchak, 2006). Therefore, the concept of job crafting focused on in the research is considered as a proactive behavior in which employees create conditions that match their personal needs to make their work more meaningful by shaping them (Kerse, 2017; Grant and Ashford, 2008). In our country, the number of medical personnel is insufficient (Sağlık İstatistiği Yıllığı, 2018), but the demand for Health Services is also quite high. Therefore, employees must perform at a high level (Akçakanat and Çarıkçı, 2016). In studies, it is also noted that staff who are passionate about work perform much better (Rich, Lepine and Crawford, 2010; Schaufeli, Salanova, Gozales-Roma and Bakker, 2002; Kahn, 1990). Only the skills required by the job are not considered sufficient for success. In order to achieve goals, one must also believe and be motivated (Wood and Bandura, 1989). In addition, understanding emotions and emotional processes has been a focus of researchers for many years (Baumeister and Bushman, 2011; Freberg, 2010). In this context, the concepts of emotional self-efficacy and emotional intelligence were focused on the importance of effectively managing emotional processes (Bahman and Maffini, 2008). Emotional self-efficacy is expressed as one's self-belief in fulfilling a task (Bandura, 1997). Emotional intelligence, on the other hand, is indicated as observing, understanding, distinguishing and using the feelings of one's own and others as a guide (Seligman, 1998). Cameron et al. (2004) noted that there is also a positive relationship between Organizational virtuousness and performance, and that they strengthen each other (Cameron et al. 2004).

2. METHODOLOJİ

The study was conducted through a face-to-face survey method with 700 health workers in different branches from public and University Hospitals selected by random sampling method in Konya province. These employees consist of doctors with various specialties, auxiliary medical professionals (nurse, midwife, health officer, anesthesia, laborant), administrative

staff (Human Resources, procurement, billing, salary, computing, warehouse, archive, training), support services (cleaning, dining hall, consultation, security). In this study, Schaufeli et al. (2002), developed by Turgut (2011) validity and reliability studies by work engagement scale (UWES) (17 expression); Chan(2004 and 2006) and the original used by Schutte and colleagues (2006) 33-item developed from the work of Aslan and Özata (2008) emotional intelligence: reliability and validity of the scale, which is made by (question 12); Slemp and Vella-Brodrick (2013) developed by credit if you (2017) validity and reliability of the job, which is made by the job crafting scale (question 19); Cameron et al (2004) developed by Erkmen and Esen (2012) reliability and validity of the scale, which is made by organizational virtuousness (15 questions); Kirk et al (2008) developed by batch, twin and Khan (2010) validity and reliability that made the emotional self-efficacy Scale (ESES) (question 32) was used.

The data obtained in the research were transferred to the SPSS 13.0 package program. Confirmatory factor analysis was performed with the Lisrel 8.0 program to examine the validity and reliability of the scales, and the validity of the scales was investigated. Cronbach Alpha Coefficient was used for reliability analysis. Correlation analysis was applied to examine the scale dimensions and the relationship between scales. Hypotheses were tested by performing path analysis with the structural equation model in the Lisrel program.

3. FINDINGS

As a result of the confirmatory factor analysis conducted in this study, the new valid and reliable job crafting scale consisting of 9 questions and 3 dimensions; the new valid and reliable work engagement scale consisting of 14 questions with three sub-dimensions; the new valid and reliable organizational virtuousness scale consisting of 15 questions; the new valid and reliable self-efficacy scale with 13 questions; the new valid and reliable emotional intelligence scale with 4 sub-dimensions consisting of 12 questions was obtained.

59.1% of the participants (414 people) were women, 45.6% (319 people) were graduates, 60.9% (426 people) were married, 52.8% (370 people) were) are assistant health professionals, 54.6% (382 persons) are between the ages of 18-32, 86.6% (606 persons) are in the institution between 1-12 years, 52.8% (370 persons)) seems to be working in a state hospital.

4. DISCUSSION

When studies were examined in the literature, the results of the research were found to be compatible with the literature. According to the results of the study, there is a positive relationship between job crafting and work engagement (Thomassen 2016; Bakker et al 2012, Tims et al 2013; Lu et al 2014; Krishna et al 2018; Krishna et al 2018; de Beer et al., 2016; Chen et al 2014, Hekkert and Brenninkmeijer-Koning 2015, Harju, et al 2016; Robledo et al

2019). It has been concluded that Organizational virtuousness has a positive mediating role in the relationship between job crafting and work engagement. The results in the literature appear to have parallels with the research results (Singh et al 2018; Rego et al 2010; Çelik and Esen 2017; Hur et al 2017). Third, it has been concluded that job crafting has a positive mediating role in the relationship between job crafting and work engagement. When the relevant literature is examined, self-efficacy makes people believe in themselves, causing them to be more resistant to obstacles. For this reason, it is believed that individuals with high self-sufficiency will have more job crafting (Tims et al 2014, Niessen et al 2016; Tims et al 2014; Niessen et al 2016; Zor and Ersoy 2019; Halbesleben 2010; Krishnana et al 2018; Tims et al 2014). Finally, it has been concluded that Emotional intelligence has a positive mediating role in the relationship of job crafting and work engagement. Studies conducted in the literature show that the results are similar to the literature (Ravichandran et al., 2011; Ravichandran et al., 2011; Aulia 2016; Karamustafa and Kunday 2018; Raza et al., 2014; Dulara and Sen 2017)

CONCLUSION

In this study, it was determined whether organizational virtuousness, self-efficacy and emotional intelligence play a mediating role in the relationship between job crafting of health workers and passion for work. As a result of the study, a positive relationship was found between job crafting and passion for work. In this relationship, emotional intelligence, emotional self-efficacy and organizational virtuousness variables were also found to have a partial mediating role. Hypothesis 1 as a result of research. (Work resourcefulness is positively correlated with passion for work), Hypothesis 2. (Organizational virtuousness has a positive mediating role in the relationship between job crafting and work engagement), hypothesis 3. (job crafting has a positive mediating role in the relationship between job crafting and work engagement), hypothesis 4. (Emotional intelligence has a positive mediating role in the relationship of job crafting and work engagement) has been accepted.

Although previous studies have been examined, there have been separate or binary studies of the concepts included in the research, no studies have been found that address many variables together. From this point of view, it seems that research contributes to the field. It is also believed that conducting research on health workers also brings a different perspective to the field.

KAYNAKÇA

Akçakanat, T., ve Çarıkcı, İ.H. (2016). Sağlık kurumlarında performans dayalı ödeme sistemi: üniversite hastanelerinde çalışan öğretim üyeleri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 865-892.

- Aslan, Ş. ve Özata, M. (2008). Duygusal zekâ ve tükenmişlik arasındaki ilişkilerin araştırılması: sağlık çalışanları örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (30), 77-97.
- Aulia, A., (2016). Emotional intelligence, work engagement, and organizational commitment of Indonesian army personnel. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 31(3), 124-131.
- Bahman, S., ve Maffini, H. (2008). *Developing children's emotional intelligence*. New York, NY: Continuum International Publishing Group.
- Bakker, A.B., Tims, M., ve Derks, D. (2012). Proactive personality and job performance: the role of job crafting and work engagement. *Human Relations*, 65(10), 1359-1378.
- Bandura, A.(1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A.(1997). *Self-efficacy: The exercise of control*.New York: H. Freeman and Company.
- Bandura, A., (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 194-215.
- Bandura, A., (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44, 1175-1184.
- Bandura, A., (1994). Self-efficacy. *Encyclopedia of human behaviour*. (Ed. Ramachandran, V.S.). New York: Academic Press, 4, 71-81.
- Bandura, A., Lock, E.A., (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88, 87-99.
- Bar-On, R. (2005). The Bar-On model of emotional-social intelligence. In: Fernández-Berrocal P, Extremera N, (Guest Editors), Special Issue on Emotional Intelligence, *Psicothema*, 17. www.eiconsortium.org veritabanından 16 Mayıs 2019'da alınmıştır.
- Baumeister, R.F.,ve Bushman, B.J. (2011). *Social psychology and human nature*. (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Bentler, P.M., (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 243.
- Berg, J.M., Dutton, J.E., Wrzesniewski, A. (2008). What is job crafting and why does it matter? Regents of the University of Michigan, 1-8.
- Berg, J.M., Wrzesniewski, A., ve Dutton, J.E. (2010). Perceiving and responding to challenges in job crafting at different ranks: When proactivity requires adaptivity. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 158-186.
- Bertland, A. (2009). Virtue ethics in business and the capabilities approach. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 25-32.

- Bolino, M.C., Turnley, W.H., Bloodgood, J.M., (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *The Academy of Management Review*, 27, 505-522.
- Brenninkmeijer, V., Hekkert-Koning, M., (2015). To craft or not to craft: The relationships between regulatory focus, job crafting and work outcomes. *Career Development International*, 20(2), 147-162.
- Bright, D., ve diğ. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. *Journal of Business Ethics*, 64, 249-269.
- Bright, D.S., Winn, B.A., Kanov, J. (2014). Reconsidering virtue: Differences of perspective in virtue ethics and the positive social sciences. *Journal of Business Ethics*, 119(4),445-460.
- Cameron, K.S., Bright, D., ve Caza,A.(2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.
- Chan, D.W. (2004). Perceived emotional intelligence and self-efficacy among chinese secondary school teachers in hong kong, *Personality and Individual Differences*, 36, 1781-1795.
- Chen, C.Y., Yen, C.H., Tsai, F.C., (2014). Job crafting and job engagement: The mediating role of person-job fit. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 21-28.
- CQ, Wang, H.J, Lu, J.J., Du, D.Y., Bakker, A.B. (2014). Does work engagement increase person-job fit? The role of job crafting and job insecurity. *Journal of Vocational Behavior*, 84(2), 142-152.
- Çeli, A., Esen, E., (2017). The moderating role of psychological wellbeing: Organizational virtuousness and work engagement. *Journal of International Social Research*, 10(50), 668-674.
- De Beer, L.T., Tims, M., Bakker, A.B., (2016). Job crafting and its impact on work engagement and job satisfaction in mining and manufacturing. *SAJEMS NS*, 19(3), 400-412.
- De Beer, L.T., Tims, M., ve Bakker, A.B.(2016). Job crafting and its impact on work engagement and job satisfaction in mining and manufacturing. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 19(3), 400-412.
- Doğan, S., Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: Tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, 16(1).
- Dulara, S., Sen, C. (2017). The role of job characteristics, job crafting and work engagement on job performance: A study on service industry. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 22(7), 36-42
- Dulewicz, V., Higgs, M., ve Slaski, M.(2003). Measuring emotional intelligence: Content, construct and criterion-related validity. *Journal of Managerial Psychology*, 18(5), 405-420.

- Dulewicz, V., Higgs, M.J. (2000). Emotional intelligence: A review and evaluation study. *Journal of Managerial Psychology*, 15(4), 341-72.
- Dutton, J.E., Heaphy, E.D. (2003). The power of high-quality connections. *Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline*, 3, 263-278.
- Dweck, C.S., Leggett, E.L., (1988). A social-cognitive approach to motivation and personality. *Psychological Review*, 95, 256- 273.
- Freberg, L.A. (2010). *Discovering biological psychology*. Ed: Belmont, CA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Fridrickson, B., (2001). The role of positive emotion in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotion. *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Gellatly, I.R. Meyer, J.P., ve Luchak, A.A. (2006). Combined effects of the three commitment components on focal and discretionary behaviors: A test of Meyer and Herscovitch's propositions. *Journal of Vocational Behavior*, 69(2), 331-345.
- Goleman, D. (1995). *Duygusal zekâ*. (Çev. Banu Seçkin Yüksel) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gordon, C., Lim, L., McKinnon, D., Nkala, F. (1998). Learning approach, control orientation and self-efficacy of beginning teacher education students. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education & Development*, 1(1), 53-63.
- Grant, A.M., ve Ashford, S.J., (2008). The dynamics of proactivity at work. *Research in Organizational Behavior*, 28, 3-34.
- Harju, L.K., Hakanen, J.J., Schaufeli, W.B., (2016). Can job crafting reduce job boredom and increase work engagement? A three-year cross-lagged panel study. *Journal of Vocational Behavior*, 95, 11-20.
- Hartog, D.N.D., Belschak, F.D., (2012). Work engagement and machiavellianism in the ethical leadership process. *Journal of Business Ethics*, 107, 38.
- Hur, W.M., Shin, Y., Rhee, S.Y., Kim, H. (2017). Organizational virtuousness perceptions and task crafting: The mediating roles of organizational identification and work engagement. *Career Development International*, 22(4), 436-459.
- Ingusci, E., Callea, A., Chirumbolo, A., ve Urbini, F. (2016). Job crafting and job satisfaction in a sample of Italian teachers: the mediating role of perceived organizational support. *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 9(4), 675-687.
- Jöreskog, K.G., Sörbom, D. (1993). LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. Scientific Software International.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Karacaoğlu, K., İnce, F. (2013). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 181-202.

- Karamustafa, E.Y., Kunday, O. (2018). The relationship between emotional intelligence and employee engagement with the moderating role of gender. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 2(2), 586-603.
- Kerse, G.(2017). İş becerikliliği (job crafting) ölçeğini Türkçe'ye uyarlama ve duygusal tükenme ile ilişkisini belirleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 283-304.
- Kezer, F., Oğurlu, Ü., Akfırat, O.N. (2016). Eleştirel düşünme eğilimi, genel öz yeterlik ve umutsuzluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34).
- Kirk, B.A, Schutte, N.S.,ve Hine, D.W.(2008). Development and preliminary validation of an emotional self-efficacy scale. *Personality and Individual Differences*, 45(5), 432-436.
- Krishnana, R., Osmana, İ., Muthusamy, G., Alias, N.E., Mastor, S.H. (2018). The moderating effect of self-efficacy in the relationship between perceived job characteristics and work engagement. *Management & Accounting Review (Mar)*, 17(2), 79-92,
- Li, S., Rao, S.S., Ragu-Nathan, T.S., Ragu-Nathan, B., (2005). Development and validation of a measurement instrument for studying supply chain management practices. *Journal of Operations Management*, 23(6), 618-641.
- Lin, C.P., (2010). Modeling corporate citizenship, organizational trust, and work engagement based on attachment theory. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 517-531
- Luszczynska, A., Scholz, U.,ve Schwarzer, R.(2005). The general self efficacy scale: Multi-cultural validation studies, *The Journal of Psychology*, 139(5), 439-457.
- Luthans, F., Youssef, C.M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33, 321-349.
- MacCallum, R.C., Browne, M.W., Sugawara, H.M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-49.
- Maslach, C., Schaufeli, W.B., Leiter, M.P., (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422
- Mayer, J.D.,ve Salovey, P.(1993). The intelligence of emotional intelligence. *Intelligence*, 17, 433-442.
- Miller, M.L., (2015). Relationships between job design, job crafting, idiosyncratic deals, and psychological empowerment. Walden University, College of Management and Technology, Minneapolis.
- Niessen, C., Weseler, D, ve Kostova, P.(2016). When and why do individuals craft their jobs? the role of individual motivation and work characteristics for job craftin. *Human Relations*, 69(6) 1287-1313.
- Niessen, C., Weseler, D., Kostova, P. (2016). When and why do individuals craft their jobs? The role of individual motivation and work characteristics for job crafting. *Human Relations*, 69(6), 1287-1313.

- Pajares, F. (2002). Overview of social cognitive theory and of self-efficacy. Erişim tarihi 11 Ocak 2019. Erişim Adresi <http://www.emory.edu/EDUCATION/MFP/eff.html>
- Pajares, F., Schunk, D.H. (2001). Self-beliefs and school success: self-efficacy, self concept and school achievement, Ed: Riding R, Royner S, Perception, London, Ablex Publishing, 239–266,
- Peng, C., (2018). A literature review of job crafting and its related researches. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 6(1), 1.
- Petrou, P., Demerouti, E., Peeters, M.C.W., Schaufeli, W., ve Hetland, J.(2012). Crafting a job on a daily basis: Contextual correlates and the link to work engagement. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 1120-1141.
- Poon, J.M.L. (2013). Relationships among perceived career support, affective commitment, and work engagement. *International Journal of Psychology*, 48(6), 1149.
- Rahim, M.A., Minors, P. (2003). Effects of emotional intelligence on concern for quality and problem solving. *Managerial Auditing Journal*, 18(2), 150-155.
- Ravichandran, R., Arasu, R., Arun Kumar, S., (2011). The impact of emotional intelligence on employee work engagement behavior: An empirical study. *International Journal of Business and Management*, 6(11), 157-169.
- Raza, A., Saleem, S., Qamar, B., (2014). An investigation of the impact of emotional intelligence on job performance through the mediating effect of organizational commitment: An empirical study of banking sector of Pakistan. *Information and Knowledge Management*, 4(10), 19-27.
- Rego, A., Riberio, N., ve Cunha, M.P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93, 215-235.
- Rich, B.L., Lepine, J.A., ve Crawford, E.R. (2010). Job engagement: antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Robinson, D., Perryman, S., Hayday, S., (2004). The drivers of employee engagement. Institute of Employment Studies, UK.
- Robledo, E., Zappala, S., Topa, G., (2019). Job Crafting as a mediator between work engagement and wellbeing outcomes: A time-lagged study. *International journal of environmental research and public health*, 16(8), 1376.
- Rothbard, N.P. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), 655-684.
- Sağlık İstatistik Yıllığı, (2018). <https://www.saglik.gov.tr/TR,11588/istatistik-yilliklari.html> sitesinden 11 Kasım 2019 tarihinde alınmıştır.
- Salovey, P., Mayer, J.D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.

- Schaufeli W, Salanova M, Gozales-Roma V, Bakker A. (2002). The measurement of engagement and burnout: A confirmative analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Schaufeli, W., Bakker, A., (2004). UWES utrecht work engagement scale. Preliminary Manual, Version 1.1.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., Müller, H., (2003). Evaluating the fit of structural equa-equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schumacker, R.E., Lomax, R.G., (2010). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling. Taylor and Francis Group, London.
- Schutte, N.S. (2006). A meta-analytic investigation of the relationship between emotional intelligence and health. *Personality and Individual Differences*, 1-13.
- Seligman, M. (1998). *Learned optimism*. Newyork: NY Packet Books.
- Singh, S., David, R., Mikkilineni, S., (2018). Organizational virtuousness and work engagement: Mediating role of happiness in India. *Advances in Developing Human Resources*, 20(1), 88-102.
- Slemp, G.R., ve Vella-Brodrick, D.A. (2013). The job crafting questionnaire: a new scale to measure the extent to which employees engage in job crafting. *International Journal of Wellbeing*, 3(2), 126-146.
- Talib, F., Rahman, Z., Azam, M. (2011). Best practices of total quality management implementation in health care settings. *Health Marketing Quarterly*, 28, 232-252.
- Thomassen, J. (2016). The relationship between job crafting and work engagement: the mediating role of workload and colleague support and the moderating role of self-efficacy. Master Thesis, Tilburg University Human Resource Studies Faculty of Social and Behavioral Science, Holland.
- Tims, M., Bakker, A.B., Derks, D., Van, Rhenen, W. (2013). Job crafting at the team and individual level: Implications for work engagement and performance. *Group ve Organization Management*, 38(4), 427-454.
- Tims, M.B., Bakker, A., Derks, D., (2014). Daily job crafting and the self-efficacy-performance relationship. *Journal of Managerial Psychology*, 29(5), 490-507.
- Totan, T., İkiz, E., ve Karaca, R. (2010). Duygusal öz-yeterlik ölçeğinin Türkçeye uyarlanarak tek ve dört faktörlü yapısının psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 71-95.
- Tsachouridi, I. ve Nikandrou, I. (2016). Organizational virtuousness and spontaneity: a social identity view. *Personnel Review*, 45(6), 1302-1322.
- Turgut, T. (2011). Çalışmaya tutkunluk: iş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3-4), 155-179.

- Vallett, C.M., (2010). Exploring the relationship between organizational virtuousness and culture in continuing higher education. *The Journal of Continuing Higher Education*, 58(3), 130-142.
- Van den Heuvel, M., Demerouti, E., Peeters, M.C., (2015). The job crafting intervention: Effects on job resources, self-efficacy, and affective well-being. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88(3), 511-532.
- Vincent-Hoper, S., Muser, C., ve Janneck, M. (2012). Transformational leadership, work engagement, and occupational success. *Career Development International*, 17(7), 665.
- Wechsler, D., (1958). The measurement and appraisal of adult intelligence. (4th ed.) Baltimore, Williams & Wilkins,
- Wrzesniewski, A., LoBugli, N., Dutton, J.E., ve Berg, J.M. (2013). Job crafting and cultivating positive meaning and identity in work. In *Advances in positive organizational psychology* (281-302). Emerald Group Publishing Limited.
- Wrzesniewski, A., ve Dutton, J.E. (2001). Crafting a job: As active employees revisioning crafters of their work. *Academy of Management Review*, 26(2), 179-201.
- Yang, E., Anderson, K.L., Burke, B., (2014). The impact of service-learning on teacher candidates' self-efficacy in teaching STEM content to diverse learners. *International Journal of Research on Service-Learning in Teacher Education*, 2, 1-46.
- Zor, M., Özsoy, E., (2019). Psikolojik sağlamlığın ve genel öz-yeterliliğin çalışmaya tutkunuğa etkisinin karşılaştırılması. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 7(1), 35-44.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

**PANDEMİ DÖNEMİNDE SAĞLIK ÇALIŞANLARININ
DUYGUSAL ZEKÂ DURUMLARI İLE PROSOSYAL
DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYİ İNCELEMAYA
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Murat SUCU¹

Öz

Bireylerin görev tanımları kapsamında olmayan ancak başka bir birey ya da grup için faydalı olacak prososyal davranışlar sergilemesinin olağan ve olağanüstü durumlarda önemli katkılar sağladığı ifade edilmektedir. Özellikle bu davranışların karşılığında ödül beklentisi olmaması, davranışların gönüllü olarak ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu davranışların ortaya çıkmasında duygusal zekâ ve unsurlarının önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir. Çünkü bireyin duygusal zekâ durumu, kendi ve başkalarının duygularını anlama, duygularını kontrol edebilme ve duygularından yararlanma unsurlarından oluşmaktadır. Başkalarının duygularını anlayabilen, kendi duygularını kontrol edebilen ve duygularından yararlanma yeteneğine sahip bireylerin, rol içi ve rol ötesi prososyal davranışlar sergilemesi beklenebilir. Bu bağlamda araştırmamız, COVID-19 salgın hastalığı nedeni ile olağanüstü durumlar yaşanan dönemde sağlık çalışanlarının katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmamızın örneklemini, İstanbul ilinde özel sağlık kurumlarında çalışan toplam 209 doktor ve hemşireden oluşmaktadır. Araştırmamızda analizlere dâhil edilecek bilgileri toplamak amacı ile bireysel bilgi formu, prososyal davranış ile duygusal zekâ ölçeklerinden yararlanılmıştır. Araştırmamız sonucunda, duygusal zekâ ve unsurlarının prososyal davranışların ortaya çıkmasında anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, duygusal zekâ alt faktörlerinin rol ötesi prososyal davranışların ortaya çıkmasında da anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Prososyal Davranış, Duygusal Zekâ, Yönetim.*

JEL Kodları: *M10, L20, M54.*

Başvuru: *07.09.2020*

Kabul: *06.12.2020*

¹ Dr.; İstanbul, Türkiye; <https://orcid.org/0000-0001-8951-3045>.

A RESEARCH TO EXPLORE THE RELATIONSHIP BETWEEN THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND PROSOCIAL BEHAVIORS OF HEALTHCARE EMPLOYEES DURING THE PANDEMIC PERIOD²

Abstract

It is stated that people exhibiting prosocial behaviors that are not within the scope of job descriptions but that will be beneficial for another individual or group make significant contributions in ordinary and extraordinary situations. The fact that there is no expectation of reward in return for these behaviors enables the behaviors to occur voluntarily. Emotional intelligence and its elements are thought to have an important role in the emergence of these behaviors. Because the emotional intelligence state of the individual consists of the elements of understanding their own and others' emotions, being able to control their emotions, and benefiting from their emotions. Individuals who are capable of understanding the emotions of others, controlling their own emotions and benefiting from their emotions can be expected to exhibit prosocial behaviors in-role and beyond-role. In this context, our research was carried out with the participation of healthcare employees during extraordinary situations due to the COVID-19 epidemic. The sample of our study consists of a total of 209 doctors and nurses working in private health institutions in İstanbul. In our study, personal information form, prosocial behavior and emotional intelligence scales were used to collect the information to be included in the analysis. As a result of our research, it was concluded that emotional intelligence and its elements have a significant effect on the emergence of prosocial behavior. In addition, emotional intelligence sub-factors were found to have a significant effect on the emergence of beyond-role prosocial behavior.

Keywords: Prosocial Behavior; Emotional Intelligence, Management.

JEL Codes: M10, L20, M54.

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

2019 yılının Aralık ayında ilk kez Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve tüm Dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgın hastalığı, kar amacı güden ve gütmeyen tüm kurumları olumsuz yönde etkilemiştir. Kurumlar bu dönemde ciddi maddi kayıplar ile karşılaşmış ve iş süreçleri kesintilere uğramıştır. Salgın dönemi ekonomi anketi isimli çalışmada, COVID-19 döneminde Türkiye genelinde faaliyet gösteren kurum ve sektörlerde görülmekte olan problemler değerlendirilmiştir. Bu sorunların başında %31 ile talep daralması gelmektedir. Bu nedenle kurumların önemli oranda maddi kayıplar yaşadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte finansman

² The Extended English Summary is located below the Turkish article.

sorunları %30 oranında önemli bir pay almıştır. Diğer sorunlar ise; maliyetlerde artış, kalifiye personel ve tahsilat sorunları olarak sıralanmaktadır. Bu temel sorunlar, kurumların COVID-19 sürecinde bildirdikleri sorunların %70'ini oluşturmaktadır (Ekren, Alp ve Güner, 2020). Çalışanlardaki kalifiye problemi ve sayısal olarak yetersizliği ile çalışmalarını sürdürmek zorunda kalan kurumlar, aynı kalitede ve hızda hizmet sunmak için çaba sarf etmektedirler. Hastalığa maruz kalan, psikolojik olarak çalışmak istemeyen ve azalan işler nedeni ile çalışmayan insanların boşluğunu, diğer ekip üyeleri doldurmaya başlamıştır. Özellikle hastanelerde görev alan sağlık çalışanları bu süreçten ciddi şekilde etkilenmiştir. 08 Nisan 2020 itibariyle, 22.073 sağlık çalışanının COVID-19 teşhisi aldığı Dünya Sağlık Örgütüne rapor edilmiştir. Daha sonrasında hemşirelik konseyi, 22.073 olarak bildirilen sağlık çalışanı sayısının kısa süre içerisinde 90 bini geçtiğini ve hasta sayısındaki artışın devam ettiğini açıklamıştır (Pala ve Metintaş, 2020). Bu nedenle, uzun mesai süreleri, eksik personel, hasta sayısındaki artış ile karşı karşıya kalan sağlık çalışanları birbirlerine daha fazla ihtiyaç duyar duruma gelmişlerdir. Bu nedenle işbirliği, yardımlaşma, empati kurma gibi kavramlar özellikle bu dönemde daha fazla önem kazanmıştır. Bu bağlamda çalışmamızın birinci kısmında, prososyal davranış kavramı ve prososyal davranış türleri olan rol içi ve rol ötesi prososyal davranışlar ele alınmıştır. Prososyal davranış kısaca, bireyin görev tanımında bulunan işleri yürütürken görev tanımında bulunmayan işleri de herhangi bir ödül beklemeden yürütmesi olarak tanımlayabiliriz. Bu kavram, bireyler arası yardımlaşma, ilave görevler için istekli olma, çalışma arkadaşının yaşadığı bir problemde onlara destek olma gibi eylemleri de kapsamaktadır.

Pandemi süreci, tüm insanları duygusal olarak da olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Salgının gidişatındaki ani değişimler, insanların duygu durumlarında değişiklikler yaratarak korku, endişe ve çaresizliğin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Bozkurt, Aşkın, Zeybek 2020).

Sağlık çalışanlarının bu duygular ile birlikte uzun süre aileleri ile iletişim kuramamaları, hastalığın seyrindeki hızlanma, ailelerinin risk altında olması gibi nedenlerden dolayı duygusal ve ruhsal çöküntüler yaşadıkları görülmektedir. Ancak sağlık çalışanları bu ortamda görevlerinin başında olmaya devam etmişlerdir. Ayrıca haber ve yayın ağlarında sağlık çalışanlarının duygusal durumları gözler önüne serilmiştir. Duygusal olarak olumsuz etkilenmiş sağlık çalışanlarının prososyal davranış sergilemeleri beklentiler arasında olmuştur. Bu bağlamda çalışmamızın ikinci kısmında, duygusal zekâ kavramı ve unsurları ele alınmıştır. Kendi duygularını değerlendirebilmek, başkalarının duygularını değerlendirebilmek, duygulardan yararlanma ve duyguların kontrolü unsurları, duygusal zekâ kavramı ile birlikte ele alınmıştır.

Çalışmamız, olağanüstü durumlar yaşanan bu günlerde sağlık çalışanlarının duygusal olarak olumsuz yönde etkilenmiş olmalarına rağmen, görev tanımlarında bulunan ya da bulunmayan davranışları sergilemeleri konusundaki durumun tespit edilmesini sağlayarak literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca çalışma sırasında taranan çalışmalarda duygusal zekâ ve prososyal davranış değişkenlerini ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, çalışmamızın son bölümünde çalışmamızın amacı doğrultusunda pandemi dön-

minde sağlık çalışanlarının prososyal davranışları ve duygusal zekâ durumları arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere anket uygulaması yapılmıştır. Uygulamaya, sağlık çalışanlarından toplanan verilerin analizi ile devam edilmiş ve sonuçları paylaşılmıştır.

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1.1. Prososyal Davranış

Geçtiğimiz son on yıllık dönemde sosyal psikoloji alanında yapılan çalışmalarda, yardımcı olma davranışının tamamını içeren bir kavram bulmakta zorlanılmıştır. Bu bağlamda yapılan araştırmalarda, sıkça kullanılan anti-sosyal davranışın tersi olan iyi vatandaşlık davranışı olarak da ifade edilen “prososyal davranış” kavramı gündeme gelmiştir (Çekin, 2013). Toplumsal açıdan bu tutum ve davranışların; sosyal olarak arzu edilen, doğru ya da dostça davranışlar olduğu ifade edilmektedir. İşletmeler açısından yapılan ilk çalışmalarda ise sosyal davranışlar, net olarak beklentiler arasında sunulmamış ancak iyi iletişim, daha fazla iş memnuniyeti, daha iyi müşteri yönetimi ve daha iyi örgütsel verimlilik ihtiyacının üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte, kötü iş performansı, uygunsuz karar verme, zayıf müşteri ilişkileri, çatışma ve düşük verimlilik gibi anti-sosyal davranışların istenmeyen sonuçlara yol açtığı konusunda fikir birliği sağlanmıştır (Elkhdr, 2019). Yapılan çalışmalar sonucunda sosyal davranışların göz ardı edilemeyeceği anlaşılmış ve ilerleyen çalışmalarda çalışanların tutumları, iş yapış şekilleri, takım çalışması, sosyal davranışları gibi hususlar ele alınmaya başlanılmıştır. Bu çalışmalarda, kurumların fonksiyonları arasındaki işbirliği ve takım çalışmasındaki artışın biçimsel olmayan tutum ve davranışları ortaya çıkartmaya başladığı ifade edilmiş ve bu tip tutum ve davranışlar prososyal davranışlar olarak tanımlanmıştır (Özdevecioğlu, 2009). Böylelikle prososyal davranış, kurumların fonksiyonlarında var olmaya başlayan ve yönetimin dikkatini çeken bir kavram olmuştur.

Yazında prososyal davranış kavramını açıklayan çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Bazı tanımlar şu Tablo 1’de görüldüğü gibidir.

Tablo 1: Prososyal Davranış Tanımları

YAZAR	PROSOSYAL DAVRANIŞ TANIMI
Dennis W. Organ	Görev tanımında olmayan ve işveren tarafından belirtilmemiş, herhangi bir ceza ya da ödüle tabi olmayan davranışlardır (<i>İpek ve Özbilgin, 2015</i>).
Carlo, Hausmann, Christiansen ve Randall	“Başkalarının faydasına olacak, baskı hissetmeden ve kendi rızası ile gösterdiği tutum ve davranışlar” olarak tanımlanmışlardır (<i>Bağcı, 2015</i>).
Krebs	Başkasının iyiliği için kişinin kendi faydasına olabilecek bir durumdan vazgeçmesi olarak açıklamıştır (<i>Çubukçu, 2019</i>).
Brief ve Motowidlo	“Kurum çalışanlarının rollerini yerine getirirken etkileşim içerisinde olduğu kişiler ile gerçekleşen ve kurumun refahını yükseltmek amacı ile sergilenen davranışlardır”.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ayrıca, Motowidlo ve Brief, yapmış oldukları çalışmada prososyal davranışları on üç madde ile açıklamışlardır:

- Çalışma arkadaşlarına her türlü sorunlarında yardımcı olmak,
- Kişilerin kararlarına hoşgörü göstermek,
- İşletmenin amaçları ile tutarlı şekilde mal ve hizmet sunmak,
- İşletmenin amaçları ile tutarlı şekilde müşterilere mal ve hizmet sunmamak,
- İşletme değerleri, politikaları ve düzenlemeleri ile uyumlu olmak,
- Örgütsel, yönetsel ve prosedürle ilgili konuları geliştirici fikirler sunmak,
- Uygunsuz yönetsel dokümanlara itiraz etmek,
- İşle alakalı fazladan olumlu yönde, her türlü çabayı göstermek,
- Ek görevler için gönüllü olmak,
- Zorluk ve sorunlara karşın, görevine devam etmek,
- İşletmenin çevresinde kabul edilebilir bir imaj kazanmasına yardımcı olmaktır (İpek, 2014).

Prososyal davranış kavramının ortaya çıkmasından sonra konu ile ilgili araştırmaların bireyler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmalarda prososyal davranışların, gönüllü yapılmayan ve başkasına yardım amacı gütmeyen diğer tüm davranışları, tanımın dışına ittiğini ve tamamen bireylerin ve toplumun faydasını gözetmesi gerektiğinin vurgulandığı görülmektedir (Turkay, 2019). Ayrıca, prososyal davranışların yaşamın ilk yirmi yılında artarak geliştiği, en büyük gelişimin okul öncesi dönemde olduğu ve erken yetişkinlik döneminde nispeten azalarak arttığı ortaya konulmuştur (Çetin ve Samur, 2018). Prososyal davranış araştırmalarında demografik faktörler, saldırganlık, anti sosyal davranış, empati gibi unsurların incelendiği de görülmektedir. Örneğin; öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde prososyal davranış sergileme eğiliminde oldukları görülmüştür. Wilson ve Musick (1997) yaptıkları çalışmada ise, yüksek eğitim seviyesinin prososyal davranışı teşvik ettiğini ve yüksek eğitimli insanların daha fazla prososyal davranış gösterme eğiliminde olabileceklerini ifade etmişlerdir (Çekin, 2013). Bununla birlikte örgütsel davranış alanında yapılan çalışmalarda, çalışanların tanımlı görevlerinin ötesinde gayret göstererek işe devam, iş performansı ve üretkenliğini neyin arttırdığı araştırıldığında ‘başkalarına faydalı olma arzusu’ cevabına ulaşmıştır (Yıldız, 2019). Ayrıca çağdaş sosyobiolojik teoriler bireyin kendisinde bulunan yaşama tutunma arzusuyla başkalarına yardımcı olduğu ve bu sayede prososyal davranışların ortaya çıktığı savunulmaktadır (Turkay, 2019).

Yazında, bireyler üzerinde yürütülen çalışmaların yanı sıra prososyal davranışların boyutları da ele alınmıştır. Bu boyutlardan bir tanesi, özgeci prososyal davranışlardır. Özgecilik kavramı, ilk kez 19. yüzyılda Fransız sosyolog Auguste Comte tarafından kullanılmıştır. Comte özgecilik kavramını, ‘başkaları için yaşama arzusu olarak’ tanımlamıştır (Tekin, 2019). Özgeci prososyal davranışlar ise, ‘başka bir kişiye faydalı olmayı hedefleyen, ceza ve ödül beklentisi

olmayan temelinde gönüllü davranışlar' olarak tanımlanmaktadır (Ekin, 2019). Özgeci davranış sergileyen kişiler, ben merkezli olmak yerine başkalarını temele koyarak, çevresine duyarlı ve yardım etme güdüsü ile hareket ederler (Bağcı, 2015). Prososyal davranışların önemli boyutlarından bir diğeri ise, duygusal prososyal davranışlardır. Literatürde, empati ile duygusal prososyal davranış arasında bir ilişki olduğu ifade edilmektedir. Empati kavramı, ilk olarak 1897 yılında Alman filozof Theodor Lipps tarafından kullanılmış ve bir kişinin kendisini karşısındakine yansıtması, kendini onun içinde hissetmesi ve bu yolla o nesneyi içine alarak/özümseyerek anlaması sürecidir şeklinde tanımlamıştır. Empati denildiğinde akla gelen ilk isim olan Rogers'a göre (1975) ise empati, bireyin belli bir durumla ilgili olarak, karşısındaki kişinin duygu ve düşüncelerini doğru bir şekilde anlaması ve hissettiklerini hissetmesi, aynı zamanda da bu durumu ona hissettirmesi sürecidir (Tekin, 2019). Bu bağlamda empati, başkalarının duygularını anlama ve bu doğrultuda hareket etmek anlamı taşımakta ve prososyal davranışın bir alt boyutu olarak değerlendirilmektedir. Önemi bir diğeri boyut ise itaatkâr prososyal davranışlardır. Yardımlaşmanın başka birisi aracılığıyla ortaya çıkması durumudur. Yani, bireyin kendi isteği ile değil, başka bir bireyin istemesi durumunda gönüllü bir şekilde yardım göstermesi itaatkâr prososyal davranışı ifade etmektedir (Çubukçu, 2019).

Yazında, prososyal davranış ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramları iç içe geçmiş durumdadır. Ancak bu iki kavram arasında temel bazı farklılıklar vardır. Örneğin, örgütsel vatandaşlık davranışı rol içi davranışları kapsamına almaz ve sadece rol ötesi davranışları içine almaktadır (Serttaş, 2019). Prososyal davranış ise hem rol içi hem de rol ötesi davranışları kapsamaktadır. Bu bağlamda örgütsel vatandaşlık davranışı, prososyal davranışların bir boyutu olarak ele alınabileceğini ifade edilebilir (Öcal ve Sarnıç, 2017). Ayrıca örgütsel vatandaşlık davranışları, işlevsel davranışlardır. Ancak prososyal davranışlar, işlevsel ve işlevsel olmayan davranışlardan oluşmaktadır. Örneğin, karar verdikten sonra esneklik işlevsiz bir davranıştır, ancak bazen iş süreçlerine oldukça yardımcı olabilir. (Elkhdr, 2019). Her iki kavramın tanımları arasında da farklılıklar bulunmaktadır. Brief ve Motowidlo prososyal davranışı; bireylerin pozitif sosyal tutumlar ve başkalarının refahını sağlamaya yönelik davranışlar olarak tanımlamaktadır. Brief ve Motowidlo 'ya göre, prososyal davranışlar; yardımcı olmak, bağış yapmak, işbirliği yapmak ve gönüllülük biçiminde ortaya çıkabilir. Bu davranışlar olumlu sosyal davranışlardır ve başka kimselerin iyilik ve refahının sağlanmasına olanak vermektedir. Organ (1988) örgütsel vatandaşlık davranışını; ödüllendirme ile sonuçlanmayan, örgütün işleyişine destek olan ve gönüllü bireysel tutum ve davranışlar olarak tanımlamıştır. Bu davranışlar, görev ya da teknik performanstan ayırt edilebilen davranışlardır. Bu bağlamda prososyal davranışlar, çalışanın tanımlı görevinden ve teknik performansından ayrılmayan ve içgüdüsel ortaya çıkan davranışlardır (Akbaş, 2011).

1.1.2. Prososyal Davranış Türleri

Yazında prososyal davranışlar, rol tanımlarında yer almayan 'rol ötesi' davranışlar ve rol tanımlarında yer alan 'rol içi' prososyal davranışlar olarak ikiye ayrılmaktadır.

Rol içi prososyal davranışlar, çalışanın kurum tarafından resmi olarak belirlediği iş ya da görevinin kapsamı içerisinde. İşletmeler, rol içi prososyal davranışları tanımlayarak çalışanlardan bu davranışları göstermelerini bekler ve bir performans değerlemesi unsuru olarak görür (Soydemir, 2014). Beklenen bu davranışların ortaya çıkmaması, kurumların maddi kayıp yaşamasına, iş performansının düşmesine ve çalışanların çeşitli ödüllerden mahrum kalmasına sebep olabilir (Bozkurt, 2017). Bununla birlikte, rol içi davranışların tanımlanmasında kullanılan sorumluluk ve görev davranışlarının işlevsel olması gerekmektedir. Örneğin; bankada çalışan bir danışma görevlisinin işini icra ederken güler yüzlü olması, tanımlanmış rol içi prososyal davranışın işlevsel kısmını oluşturmaktadır (Serttaş, 2019). Genel olarak değerlendirildiğinde rol içi prososyal davranışlar, kurumların temel hedeflerine hizmet eden ve resmi iş tanımında bulunan davranışlardır.

Rol ötesi prososyal davranışlar, çalışanların resmi olarak tanımlanan iş ya da rollerinin dışında kalan ekstra davranışlardır. Bu davranışlar, çalışanlar tarafından bir menfaat beklentisi olmadan tamamen gönüllük esaslı ortaya konulmaktadır. Rol ötesi prososyal davranışlar, iş arkadaşlarıyla işbirliği yapmak, kurumu tehlikelere karşı korumak adına gerektiğinde harekete geçmek, iyileştirilmesi gereken konularda fikirler sunmak, kurum dışındaki birey ve kurumlara karşı olumlu bir kurum imajı oluşması için çaba sarf etmek gibi davranışları içermektedir (Brief ve Motowidlo, 1986). Bu davranışlar sayesinde, kurumun performans, yenilikçilik ve değişen ortamlara yanıt verme gibi hedefleri olumlu yönde etkilenmektedir (Kulkarni ve Sommer, 2015). Rol ötesi prososyal davranışlar, zaman zaman olumsuz durumlara neden olabilir. Örneğin, iş sırasında yapılan bir yanlışın gizlenmesi adına belge ve kayıtlarda düzeltme yapılmak istenmesi olabilir. Bu durumda çalışanın bir arkadaşını korumak adına yapılan olumlu prososyal davranış, kurum açısından olumsuz bir duruma neden olmaktadır (Serttaş, 2019). Çalışan-müşteri arasındaki durum ile ilgili farklı bir örnek ise; kurumun talimatları haricinde ürün ve hizmetleri müşteriye sunmak, ürünün ya da hizmetin olumsuz yanlarını anlatarak satın almadan vazgeçirmek, belirlenen fiyattan daha düşük bir fiyat sunmak gibi davranışlar, kurum için olumsuz müşteriler için ise olumlu prososyal davranışlardır (Soydemir, 2014). Van-Dyne, vd. (1995), rol ötesi prososyal davranışları dört kavram ile açıklamaya çalışmışlardır. Bunlardan ilki destekleyici davranışlardır. Destekleyici davranışlar proaktif, destekleyici ve teşvik edici davranışlar olarak tanımlanmışlardır. Diğer kavram ise engelleyici davranışlardır. Bu davranışlar; zayıf olan kişiyi korumak, haksızlık yada uygunsuz davranışları engellemek için sesini yükseltmek olarak ortaya çıkmaktadır. Bir diğer kavram ise yakınlık davranışlarıdır. Bu davranışlar, kişiler arasında meydan gelir ve sosyal ilişkileri kuvvetlendirir. Son olarak aykırı davranışlar ise fikirleri ve sorunları öne çıkarır ve değişim odaklıdır (Bozkurt, 2017). Bu bağlamda rol ötesi davranışlar; destekleyici, engelleyici, yakınlık ve aykırı davranışların bir sentezi olarak değerlendirilebilir.

1.1.3. Prososyal Davranışların Öncülleri ve Kurumlar Açısından Önemi

Prososyal davranışların sergilenmesine temel oluşturan kavramlar arasında kişilik, tutumlar,

değerler, duygular, merak, kıskançlık gibi unsurların bulunduğu ifade edilmektedir. Bu unsurlar algılama sürecini de etkileyen kavramlardır. Algı; uyaranların örneğin, kurum içerisindeki iş çevresine ait niteliklerin yorumlanması amacıyla, bireyin aklında depoladığı simgeleyicileri kullanması olup, örgütsel niteliklere olaylara ve süreçlere ilişkin anlamları ifade etmektedir (Ergeneli, 2014). Bu bağlamda insanlar, yaşadığı her durum için algılamasına göre hareket etmektedir. Örneğin, çalışanlarda oluşan olumlu adalet algısı, prososyal davranışın sergilenmesi için bir öncü olarak değerlendirilebilir. Bir diğer örnek ise çalışanların liderlerini algılaması şeklindedir. Eğer çalışanlar, liderlerinin kendilerini desteklediğini, değer verdiğini, önerilerini aldığı ve adil davrandığını düşünür ise prososyal davranışlar sergilemeleri mümkün olacaktır (İpek, 2014). Bireylerin kurum içindeki tüm unsurlara karşı olumlu algılara sahip olmasının prososyal davranışların ortaya çıkmasında bir öncül olduğu ifade edilebilir.

Prososyal davranışların sergilenmesini sağlayan bir diğer önemli kavram ise örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık, çalışanların işe ve kuruma karşı tutumlarının davranışlara yansıtılmış halidir. Örgütsel bağlılık genel olarak bir çalışanın kurumu ile bütünleşme ve kurumun değerlerini benimseme derecesini ve kurumun bir üyesi olarak kalma istekliliğini göstermektedir (Çakınberk ve Demirel, 2010). Kuruma bağlı ve kendisini kurumun bir üyesi olarak gören çalışanların prososyal davranış gösterme eğilimleri yüksektir. Bu nedenle kurumların yönetimi, çalışanlarında bağlılık oluşturacak faaliyetlerde bulunmaları kaçınılmazdır.

İş tatmini yine önemli temel kavramlar arasında sayılmaktadır. İş tatmini, bireyin işine ve kurumuna karşı gösterdiği olumlu duygulardır. İş tatmini yüksek bireyler, yaptıkları işi sevecek yapar ve işine karşı pozitif duygular beslerler. Bu bağlamda iş tatmini, bireyin işine karşı duyduğu olumlu duygusal tutumlar ve işe sağladıkları uyum yeteneği olarak tanımlanabilir. İş tatmini yüksek bireyler, sorumluluk alan, motivasyonları yüksek, gayretli ve mutlu bir yapıya sahiptirler (Özpehlivan, 2018). Bununla birlikte, çalışanlar işlerinde yararlı olma isteğini işlerinin karakteri ile birleştirdiklerinde kendilerini prososyal olarak daha fazla motive olmuş hissetmektedir. Bu motivasyona sahip çalışanlar, işlerinde gönüllü olarak daha fazla zaman harcamakta ve başkalarına faydalı olma arzusu içerisinde bulmaktadırlar (Yıldız, 2019). Bu özelliklere sahip bireylerin, kurumun başarısı için prososyal davranış sergilemeleri mümkündür.

Çalışanların aidiyet duyguları da prososyal davranışların sergilenmesinde bir öncül olarak değerlendirilmektedir. Thau vd. (2007) yapmış olduğu çalışmada, aidiyet duygusuna sahip olmayan çalışanların kişiler arası problemler yaşadığını ve istenmeyen iş davranışlarında bulduklarını tespit etmişlerdir (Kulkarni ve Sommer, 2015). Bu durumda aidiyet duygusu olmayan çalışanların prososyal davranış sergilemeleri beklenemez. İşletmelerin, çalışanlar arasında aidiyet duygusu durumunu ölçerek durum tespiti yapmaları ve aidiyet duygularının gelişimi için girişimler de bulunmaları doğru olacaktır.

Prososyal davranışlar sergileyen çalışanlarda stres, aşırı iş yükü ve iş-aile çatışması gibi sorunların çıkabileceği ifade edilmektedir. Bununla birlikte asıl görevlerini yerine getirmek için

zaman sıkıntısı yaşayacakları da vurgulanmaktadır (Bozkurt, 2017). Çalışanların prososyal davranış sergilerken yaşayabilecekleri sorunlar ve kurumların alması gereken önlemler üzerine yapılan bazı çalışmalarda; yorgunluk, verimsizlik, adaletsizlik, etik değerlerin çiğnenmesi ve suistimal gibi konular üzerinde durulmuştur. Örneğin, sürekli başkalarından yardım almayı alışkanlık haline getiren çalışanların, kurumun tüm çalışanları tarafından adaletsizlik olarak algılanmasıdır. Bu durumda prososyal davranış sergileyen kişilerin algılarında değişiklik olmasına neden olur ve hevesleri kırılabilir. Bu bağlamda prososyal davranışlar, çalışanlar kime, nasıl ve ne zaman yardım edeceklerini iyi bildiklerinde ve doğru belirlediklerinde daha az olumsuz sonuç doğuracaktır (Bozkurt, 2017). Bu nedenle kurumların, prososyal davranış sergileyen çalışanlarını yakından takip etmesi ve bu davranışların olumsuz tutumlara dönmesini engellemesi gerekmektedir.

Prososyal davranış gösteren çalışanlar, yaşanan olaylar ve durumlara karşı hoşgörü gösterebilmektedirler. Bununla birlikte, kurumu ve çalışma arkadaşlarını etkileyecek davranışlar sergilemeden önce gerekli kişileri bilgilendirme sorumluluğuna sahiptirler. Bu nedenle prososyal davranış sergileyen kişilerin, sorumluluk bilinçlerinin geliştiği, çalışma arkadaşlarına ve kuruma karşı olumlu ve ılımlı tutum içinde oldukları ve yardımlaşma davranışlarının arttığı söylenebilir. Bu davranışlar ile birlikte kurum içinde birliktelik ruhu, hedeflere beraberce hareket etme gibi unsurların güçlendiği söylenebilir (Esendemir, 2019). İşletmeler, hoşgörülü davranan çalışanlarını ekstra motive ederek prososyal davranış sergilemelerini sağlayabilir. Olumlu bakış açısına sahip ancak henüz prososyal davranış sergilemeyen çalışanların tespiti ve bu kişilerin motive edilmesi, kurum içindeki algının ve olumlu havanın artmasını da sağlayacaktır.

Çalışanlar, kurumlarından dikkate alınmasını ve tatmin olmasını istedikleri bazı duyguları vardır. Bu duygular; katkıda bulunma, sahip olma, güç, ilişkileri geliştirme, yeterlilik, takdir ve başarıma arzusu olarak sıralanabilir (Edizler, 2010). Ayrıca çalışanlar prososyal davranışlar sergilemesi durumunda sosyal anlamda onay alacağını biliyor olması aynı davranışları tekrarlayacağı anlamını taşımaktadır. Yine bu davranışların kariyerini olumlu yönde etkileyeceğini düşünmesi de aynı etkiyi gösterecektir (Hasdemir, 2019). Bu bağlamda kurumlar, insan kaynakları yönetim süreçlerinde prososyal davranışları, terfi, ödül, takdir vb. değerlendirme kriteri olarak ele alabilir.

Podsakoff ve MacKenzie'nin 1997 yılında yaptıkları çalışma sonucunda ortaya koydukları prososyal davranışların kuruma başarısına katkıları şu şekilde sıralanmıştır.

- İş yapma kapasitesini artırır,
- İşletme kaynaklarının daha etkin ve verimli kullanımını sağlar,
- Birlikte yürütülen faaliyetlerin koordine edilmesini olumlu etkiler,
- Çalışanların kuruma bağlılığını artırır,
- İşletme başarısının sürekliliğini sağlar,
- İşletmenin değişim ve yeniliklere uyum kabiliyetini artırır (Hasdemir, 2019).

Prososyal davranışların artışı ile çalışanlar arasındaki sosyal mesafe azalmakta ve insanlar kendilerini birbirlerine daha yakın hissetmektedir (Fiedler vd., 2018). Sosyal iletişimin yüksek olması, çalışanlar arasındaki önyargıların ortadan kalkmasına da yardımcı olacaktır. Böylelikle iş yükünde paylaşım, yardımlaşma, yeni iş taleplerinde artış olacak ve iş süreçlerinin daha hızlı ve verimli sonuçlanması sağlanacaktır. İşletmeler, verimliliklerini yükselterek daha fazla kar elde etmek isterler. Verimlilik, sadece girdi ve çıktının maliyet dengesi ile değil, çalışanların iş süreçlerini yürütürken gösterdikleri başarıya ve özveriye de bağlıdır. İş süreçleri, çalışanlar tarafından kendileri için belirlenmiş görev tanımları ile yürütülmektedir. Ancak bazı durumlarda görev tanımlarına ilave olarak farklı tutum ve davranışlarında sergilenmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bunların başında olumlu prososyal davranışlar gelmektedir. Özveri, yardımlaşma, kurumun hedefleri doğrultusunda ekstra görevler üstlenmek, kurumu tüm süreçlerde temsil etmek ve korumak gibi davranışlar, kurumun verimliliği üzerinde önemli olumlu etkiler gösterecektir. Bu bağlamda, kurum yöneticileri prososyal davranışların artırılması için gerekli girişimlerde bulunmalı ve ödüllendirme, takdir etme, terfi gibi uygulamalar ile çalışanları teşvik etmelidir.

1.1.4. Duygusal Zekâ

Kurumlar, günümüz pazar yapısında yaşam sürelerini uzatmak, kaliteli hizmet sunmak, karlılık ve hedeflerine ulaşmak için ciddi çaba göstermektedirler. Özellikle hızla değişen pazar yapısı, öngörülemez değişimler, yüksek rekabet ortamı ve tüketici davranışlarındaki ani değişimler, kurumların yönetim şekillerini derinden etkilemektedir. Klasik yönetim şekilleri ve süreçlerinde dikkate alınan unsurlar gün geçtikçe değişmektedir. Örneğin, bireylerde aranan bilişsel zekâ seviyesi (Intelligence Quotient –IQ) tek başına yeterli olmamaya başlamıştır. Bununla birlikte duygusal zekâ (Emotional Intelligence- EI) durumu da dikkate alınmaya başlanmış ve bireylerde her iki unsurunda aranması zorunlu hale gelmiştir. İş hayatındaki mekanik yapının ortadan kalkmaya başladığı 1920’li yıllardan sonraki araştırmalar, iş hayatındaki sosyal ve duygusal durumların tespitine odaklanmıştır. Bu dönemde yapılan araştırmalarda çalışma hayatında ihtiyaç duyulan maddi ihtiyaçların yanı sıra sosyal ve duygusal ihtiyaçlarında olduğu ve en az maddi ihtiyaçlar kadar önem taşıdığı görülmüştür (Cotelnic ve Timbaliuc, 2018). Bilişsel zekâ ve duygusal zekâ kavramları birbirlerine karşıt değil birbirlerinden farklı yeteneklerdir. Bilişsel zekâ ve duygusal zekâ arasında çok ufak bir bağlantı vardır ancak birbirlerinden farklı yetenekler olmalarına engel değildir. Bilişsel zekâ, genetik olarak insanlarda var olan bir yetenektir. Duygusal zekâ ise, zamanla öğrenilip geliştirilebilecek bir yetenek olduğu ifade edilmektedir (Doğan ve Demiral, 2007).

Tablo 2: Duygusal Zekâ ve Bilişsel Zekâ Arasındaki Farklılıklar

DUYGUSAL ZEKÂ	BİLİŞSEL ZEKÂ
Hissetmek.	Düşünmek.
Geleceğe dönük olmak.	Geçmişe dönük olmak.
İnsanlar.	Kelimeler.
Fikirler oluşturmak.	Verileri toplamak.
Belirsiz.	Kesin.
Durumlar.	Sayılar.
Duygusal.	Mantıksal.
Beynin sağ kısmı.	Beynin sol kısmı.
Psiko-mantık.	Mantık.
Esnek bilgi.	Gerçek veriler.
Burada ve şimdi.	Eğer ve fakat.

Kaynak: Ulusu, 2019: 23.

Zekâ kavramının kullanımı Aristoteles'e kadar dayanmaktadır. Latince "intelligentia" kökünden gelen bu kavram, insanın düşünme, akıl yürütme, gerçekleri algılama, yargılama ve sonuç çıkartma yeteneklerinin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Dal, 2015). Başka bir tanımda ise zekâ; akıl yürütmek için sembollerini algılama, anlama ve kullanma yeteneğini olarak tanımlanmaktadır. Öte yandan zekâ, bir amaca yönelik bilgiyi edinme ve uygulama kapasitesi olarak tanımlanabilir (Saritha ve Saritha, 2019). Yazında zekâ kavramı ile ilgili birçok tanım bulunuyor olsa da ortak noktalarda buluşan bir tanımlama mevcuttur. Bu bağlamda zekâ, problem çözebilme, öğrenme kabiliyeti, uyum yeteneği ve etkin düşünme şekli ile amaçlara yönelik zihinsel faaliyetler olarak tanımlanabilir (Akın, 2004). Duygu ise genel anlamda bireysel yaşantıları, bireyin neler yapabileceğini ve tanımlanabilir dönemleri olan bir süreç olarak ifade edilebilir. Bireyler duyguları ile beraber harekete hazır olurlar, önceliklerini belirler ve planlarını yaparlar (Çeçen, 2002). Bazı yazarlar duyguları gruplandırmışlardır. Goleman'a göre duygular, sekiz gruba ayrılmıştır. Bunlar; öfke, üzüntü, korku, zevk, sevgi, şaşkınlık, iğrenme, utanç olarak sıralanmaktadır (Özbiçer, 2018). Bu nedenle duygular, iş yaşamında çalışanların hazır olmalarının ve eyleme geçmelerinin temelidir. Olumlu duyguya sahip çalışanlar, kurumları için bulunacakları eylemlerde olumlu sonuçların çıkması için çaba gösterecektir.

Duygusal zekâ; psikoloji, sosyoloji, iletişim ve işletme bilimleri gibi pek çok disiplinin ilgi ve çalışma konusu olmuştur. Farklı disiplinlerde araştırma konusu olan bu kavramın değişik isimler altında araştırıldığı görülmektedir. Örneğin, Hochschild (1983) ve Rafaeli ve Sutton (1987), duygusal emek kavramını kullanmışlardır. Thorndike (1920) ise, sosyal zekâ adı altında araştırmalar yapmıştır. Duygusal zekâ kavramı ise Daniel Goleman (1995) ile popüler duruma gelmiştir. Bununla birlikte Salovey ve Mayer'in (1990) çalışmaları ve elde ettikleri sonuçlar, kavramın gelişmesine önemli katkı sağlamıştır. Yazarların bu araştırmaları, kavra-

mın açıklanması yanı sıra motivasyon, kişilik vb. geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Edizler, 2010). Duygusal zekâ tanımını ise; bireyin kendisi ve başkalarının duygularının fark etmesi, davranışlarını kontrol edebilmesi, duygularını ayırt edebilmesi, insanlar ile iyi ilişki kurmada etkin olabilmesi, ilişkiler sayesinde elde ettiği bilgileri eylemlerinde verimli bir şekilde kullanabilmesi olarak açıklamışlardır (Ulus, 2019). Kavramın popüler olmasını sağlayan Goleman ise duygusal zekâyı; kendi duygularımızı ve başkalarının duygularını tanıma, kendimizi motive etme ve kendimizde ve ilişkilerimizde duyguları iyi yönetme kapasitesi olarak tanımlamıştır (Nanda ve Randhawa, 2019). Yazında kavram ile ilgili farklı tanımlamalara rastlamak mümkündür. Örneğin, duygusal zekâ, kişinin kendi kişiliğini ve başkalarının kişiliğini tanıma, kendini motive etme, duygularını yönetme ve başkalarıyla ilişkiler geliştirme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Manna, 2019). Farklı bir tanımda ise, başkalarının, kendisinin duygu ve duygularını tanıma, anlama ve yönetme yeteneği olarak tanımlamışlardır. (Sarkar ve Oberoi, 2018). Mayer, Salovey ve Caruso (2004) ise duygusal zekâyı, bireyin muhakeme yeteneğini geliştirmek için duygularını anlama ve yönetme yeteneği olarak açıklamışlardır. Ayrıca duygusal zekâyı insanların davranışlarını ve eylemlerini yönlendiren bir güç olarak değerlendirmişlerdir (Aderibigbe ve Mjoli 2019). Bu tanımlar ışığında duygusal zekâ, kişinin kendisini, duygularını tanıma ve yönetebilme ve bununla birlikte başkalarının duygularını anlama ve duygu ilişkilerini yönetebilme yeteneği olarak tanımlanabilir.

1.1.5. Duygusal Zekânın Unsurları

Yazında, duygusal zekâ kavramını açıklamaya çalışan en önemli 3 yaklaşım vardır. Bunlar;

- Daniel Goleman ve arkadaşlarının ortaya koyduğu duygusal ve sosyal zekâ yaklaşımı,
- John D. Mayer ve Peter Salovey 'in öncülük ettiği yaklaşım,
- Reuven Bar-On yaklaşımı.

Bu üç yaklaşımın kurucuları, duygusal zekâ kavramına önemli katkılarda bulunmuşlardır. Goleman, kavramın dünyaya tanıtılmasında önemli adımlar atmıştır. Bar-On ise, ilk bilimsel duygusal zekâ testini üreten ve akademik alanda kullanan bilimi insanı olmuştur. Mayer ve Salovey ise duygusal zekâ kavramını literatüre kazandırıp, bilimsel alanda araştırmalara konu olmasını sağlamıştır (Delice ve Günbeyi, 2013).

Ayrıca yapmış oldukları çalışmalarda, duygusal zekâ kavramının unsurlarını da tanımlamaya çalışmışlardır. Günümüz literatüründe bulunan tüm kaynaklarda bu yaklaşımların detaylı bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Duygusal zekâ kavramının unsurları, araştırmacılar tarafından farklı şekilde ele alınmış olsada genelde Mayer ve Salovey (1997) ile Goleman (1998) tarafından oluşturulan modellerdeki unsurlar öne çıkmaktadır. Bu unsulardan ilki, öz farkındalık yani bireyin kendi duygularının farkında olmasıdır. Öz farkındalık, duygusal zekânın temeli ve en önemli unsurudur. Duygusal zekâ kavramının gelişiminde önemli rolü olan John Mayer öz farkındalığı, bireyin ruh hali ve ruh hali hakkındaki düşüncelerinin far-

kında olabilmek yeteneği olarak ifade etmiştir. Yani, bireyin kendini tanıması ve gözlemleyebilmesi yeteneğidir. Eğer birey öfkelendiği sırada çok öfkeli olduğunun farkında ise ve öfke nedeni ile yaşayabileceği sıkıntıları yaşamamak için gerekli adımları atıyor ise öz farkındalık sahibi olduğunu söyleyebiliriz (Akın, 2004). Ayrıca öz farkındalık sergileyen bireyler; güçlü ve zayıf yönlerini, duygularını ve yeteneklerini tanıyabilir. Böylelikle duygusal dürtülere direnerek hareketlerini düşünerek eyleme çevirir.

Bir diğer önemli unsur ise bireyin başkalarının duygularını fark edebilmesidir. Yazında empati olarak da tanımlanan bu unsur, bireyin karşısındaki kişinin duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlaması ve davranışları ile bunu karşı tarafa iletmesi sürecidir. Bu sürecin doğru bir şekilde yürütülmesi sonucunda, her iki tarafta kendine değer verildiğini hisseder ve bu durum kişileri rahatlatır. Empati kurmanın en önemli çıktısı ise, kişilerin kolaylıkla birbirleri ile işbirliği yapmaları ve birbirlerine destek olmalarıdır (Manna, 2019). Örneğin, Goleman (2000) duygusal zekânın bu alanını “Sosyal Farkındalık” olarak isimlendirmektedir. Bar-On ise, başkalarının duygularını anlama ve bu duygulara değer verme becerisi olarak tanımlamaktadır (Kurşun, 2019).

Diğer önemli bir unsur ise öz bilinç temeli üzerinde gelişen duyguları kontrol edebilme yeteneğidir. Bu unsur, bireyin hislerini uygun ve doğru bir şekilde idare etme yeteneği olarak tanımlanabilir. Duygu ve hislerinin farkında olan öz farkındalılığı yüksek bireyler, duygularını kontrol etmede başarılı olabilirler (Dal, 2015). Goleman’a (1995) göre duyguları kontrol etmek, duyguları bastırmak anlamı taşımamaktadır. Amaç, duygu durumunun dengelenmesidir. Duyguların bastırılması, donukluk yaratabilir ve kontrolden çıktığında aşırı eylemler ve davranışlar ortaya çıkabilir (Doğan ve Demiral, 2007). Duygularını kontrol edebilen kişiler, duygularını hangi durumlarda kullanabileceklerini bilirler. Örneğin bir problem karşısında hangi duygularını kullanması gerektiğini hangi duyguların kendisine zarar vereceğini bilir (Polat, 2020).

Bireyin duygularından yararlanabilmesi ise diğer bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Duygularından yararlanabilen bireyler, yapıcı faaliyetler ve kişisel performanslarını yükseltilecek duygularını yönetebilme ve kullanabilme becerisine sahiptirler. Bu beceri sayesinde bireylerin performanslarının arttığı ve yapıcı faaliyetler ile üyesi olduğu kuruma önemli katkılar sağlayacağı ifade edilebilir (Bryant ve Aytes, 2019). Aslında kişi, geçmiş duygusal deneyimlerinden faydalanarak duygu ve düşünce arasındaki bağlantıyı kolaylıkla kurabilmektedir. İnsanlar bir problem karşısında duygusal davranabilmektedir. Ancak geçmiş duygusal deneyimleri bu duygusal davranışı sergilemesini destekler ya da engeller. Bu bağlamda kişiler, geçmiş duygularından da yararlanarak davranışlarını sergileyebilmektedir (Seven, 2019).

1.1.6. Duygusal Zekânın Kurumlar Açısından Önemi

Duygusal zekâ, kısaca kişinin kendisinin ve karşısındakinin duygularını anlaması ve yönetmesidir. Bu yetkinliğe sahip olan kişiler, görev aldıkları kurum için önemli faydalar sağla-

maktadır. İyi hizmet sunmak, karlarını arttırmak ve verimliliği en yüksek seviyeye çıkartmak isteyen tüm kurumlar duygusal zekâ konusuna daha fazla önem vermeye başladıkları söylenebilir. Yazında kavram ile ilgili yapılan çalışmalarda, kurumun beklenti ve talepleri ile çalışanların duygusal zekâ durumları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan kişileri inceleyen çalışmalarda, duygusal zekâsı yüksek olan çalışanların daha az depresif, daha verimli, üretken ve ikili ilişkilerinde daha başarılı oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte, çevrelerini daha olumlu algılama, stresi yönetebilme ve değişime hızla uyum sağlayabilme yetenekleri olduğu belirtilmektedir (Saritha ve Saritha, 2019). Üretkenlik, olumlu bakış, stresi yönetebilmek ve değişime hızla uyum sağlayabilmek, kurumların başarısını direkt olarak etkileyen unsurlar olduğu söylenebilir. Özellikle günümüzde yaşanan olağanüstü durumlar bireylerin stres düzeyini arttırmaktadır. Stres altında duygularını kontrol edemeyen kişiler, duygu patlamalarını kontrol edemez ve tuhaf davranışları ile etrafındaki herkes için zararlı sonuçlar doğuracak eylemlerde bulunabilir (Sarkar ve Oberoi, 2018). Yapılan araştırmalarda, stres ve duygusal zekâ arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, duygusal zekâ düzeyi yüksek olan çalışanların mesleki stresleri ile daha kolay başa çıkabilecekleri ifade edilmektedir. Yani yüksek duygusal zekâyâ sahip bir çalışan, diğerlerine göre daha yüksek düzeyde stresle baş etme eğilimindedir (Aderibigbe ve Mjoli 2019). Duygusal zekânın kişi üzerinde bir diğer olumlu etkisi, karar verme aşamasında göstermiş olduğu tutarlı, akıllıca ve ihtiyatlı davranışlardır (Unnikrishnan vd., 2019). Karar verme süreci hem bireysel hem de kurumlar için çok önemli bir süreçtir. Yanlış verilen her karar bireyi ve kurumu olumsuz yönde etkileyecektir. Bu nedenle karar vericilerin duygusal zekâ düzeylerinin istenilen seviyede olması önem arz etmektedir.

Kurumlar için takım çalışmaları diğer önemli hususlardan birisidir. Takım çalışmaları, karşılıklı ilişkileri geliştirdiği gibi ortaya çıkan sinerji ile iş süreçlerini daha verimli hale getirmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan bir çalışmada, duygusal zekâyâ sahip bir kişinin bulunduğu takıma kolaylıkla liderlik edebildiğini ve etkili sonuçların çıkartılmasında önemli katkılar sunduğu gösterilmiştir (Sarkar ve Oberoi, 2018).

İş memnuniyetinin kişilerin performansını olumlu yönde etkilediği bilinmektedir. İşinden memnun olan çalışanların, kurumları için performans seviyelerini arttırarak daha fazla katkı sağladıkları düşünülmektedir. Duygusal zekâ yine bu noktada önemli roller üstlenmektedir. Ürdün Üniversitesinde yapılan bir çalışmada, duygusal zekâ ile iş performansı ve iş memnuniyeti arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir (Papoutsis, Drigas ve Skianis, 2019). Takım performansı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkiyi ölçmek amacı ile yapılan farklı bir çalışmada ise, duygusal zekâdan yüksek puan alan takımların düşük puan alan takımlardan çok daha iyi performans gösterdikleri ortaya konulmuştur (Edizler, 2010). Mesleki tükenmişlik ise yine kişilerin iş hayatlarında karşılaştıkları önemli sorunlardan bir tanesidir. Tükenmişlik, bireysel performansı olumsuz etkilediği gibi kurumlarında performansını olumsuz etkilemektedir. Ancak duygusal zekâsı yüksek bireylerin mesleki tükenmişlik düzeylerinin daha düşük olduğu ifade edilmektedir (Ogungbamila, Ogobuchi ve Ogungbamila, 2019).

Duygusal zekâ kavramı bireysel düzeyde ele alındığı gibi kurumsal düzeyde de ele alınmıştır. Yazında kurumların duygusal zekâyâ bakış açıları ve bu unsurun kurumun faydasına ne şekilde kullanabilecekleri tartışılmıştır. Örneğin, çalışanlarının duygusal zekâsı yüksek olan bir kurum, zeki kurumlar olarak tanımlanmıştır. Duygusal açıdan zeki kurumlar, sorunları daha etkili bir şekilde çözmek için çalışanlarının güçlü yönlerinden yararlanabilmektedir. Yöneticilerin ve çalışanların diğerlerini olumlu etkilemek için işbirliği yapması ve görevleri yerine getirmenin daha hızlı ve yaratıcı yollarını bulmaları gerekmektedir. Bu nedenle, çalışanların duyguları dikkatli bir şekilde yönetilirse, güven, sadakat ve adanmışlık seviyeleri artacaktır (Unnikrishnan vd., 2019). Duygusal zekâsı yüksek kurumların bazı karakteristik özellikleri vardır. Kurumlarda önce insan anlayışı hakimdir ve insanların duygu ve fikirlerine değer verilir. Değişim yaşanması durumunda öncelikle insan faktörü göz önüne alınarak değişim süreci yürütülür ve değişimin başarılı olmasında insanların üstleneceği rollerin önemi bilinmektedir. Kurum kültürü, çalışanların aklına ve duygularına hitap edecek şekilde oluşturulmuştur. Bilgilendirilen, söyledikleri dikkate alınan ve karar verme süreçlerine dahil olan çalışanların iş süreçlerine olumlu etkileri olduğu bilinmektedir. Çalışanlarının eğitimi ve gelişimi için bir bütçe vardır ve bu giderler masraf olarak değerlendirilmez (Doğan ve Demiral, 2007). Yine kurumsal faydayı dikkate alan farklı bir çalışmada, duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmış ve her iki kavram arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağlamda, duygusal açıdan zeki çalışanların, kuruluşun amaçlarına ve hedeflerine ulaşmasını sağlamak için iş arkadaşlarına ve müşterilere yardımcı olmak amacıyla görevlerinin ve sorumluluklarının sınırlarının ötesinde önemli ölçüde daha yüksek katkıda bulunacağı söylenebilir (Aderibigbe ve Mjoli 2019). Bununla birlikte örgütsel vatandaşlık seviyesi yüksek çalışanların işten ayrılma niyetlerinin daha az olduğu bilinmektedir (Nanda ve Randhawa, 2019). Bu bağlamda kurumlar, örgütsel vatandaşlık davranışının ortaya çıkmasını destekleyecek faaliyet ve eylemlerde bulunması gerekmektedir.

Duygusal zekânın kurumlar açısından fayda sağlar duruma gelmesinde yöneticilerin de önemli etikleri vardır. Öncelikle, duygusal zekânın yeni milenyumdaki liderler için vazgeçilmez bir yetenek olduğu ifade edilmektedir (Saritha ve Saritha, 2019). Yani, sadece çalışanların değil yöneticilerinde duygusal zekâyâ sahip olmaları gerekmektedir. Duygusal zekâsı yüksek yöneticilerin, işe alım, çalışanları kuruma tutma, motive etme ve takım çalışmasını destekleme gibi önemli yetkinlikleri vardır. Bu yetkinlikler, kurumların hedeflerine ulaşmasında en önemli unsurlar arasında sayılmaktadır (Papoutsis, Drigas ve Skianis, 2019). Cotelnic ve Timbaliuc (2018) yapmış oldukları çalışmada, bir yöneticinin planlama, organizasyon, karar, eğitim ve kontrol yeteneklerini istenilen şekilde kullanabilmesinde duygusal zekâ seviyesinin etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Farklı bir çalışmada ise Gardner ve Stough (2002); duygusal zekâ ve liderlik ilişkisini incelemiş ve duygusal zekâ ile dönüşümcü liderlik arasında güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir (Çakar ve Arbak, 2003). Kurumların duygusal zekâ konusu ile ilgili dikkate almaları gereken bir diğer önemli konu ise, duygusal zekâ seviyesi yüksek çalışanların kariyer beklentilerinin de yüksek olmasıdır (Unnikrishnan

vd., 2019). Bu bağlamda, kurumların insan kaynakları yönetim süreçlerinde duygusal zekânın önemli bir unsur olduğu göz ardı edilmemelidir.

Duygusal zekâ, bireylerin geliştirebileceği bir yeteneklerinden bir tanesidir. Ancak bu yeteneğin ortaya çıkartılmasında ve kurumun amaçları için kullanılmasında kurum ve yöneticilerinin önemi çok fazladır. Kurumun, çalışanlarının sahip olduğu duygusal zekâ yeteneklerini ortaya çıkartacak faaliyetler ve eylemlerde bulunması gerekir. Bu faaliyetler; kuruma bağlılığı arttırmak, insan kaynakları yönetim süreçlerinde duygusal zekâyı ölçmek ve ödüllendirme sistemine dahil etmek, mevcut yönetici ve yönetici adaylarının duygusal zekâ durumlarını ölçerek bu konuda eksikliklerini tamamlamak olarak sayılabilir.

1.1.7. Değişkenler Arasındaki İlişki

Yazında, prososyal davranış ve duygusal zekâ kavramlarına ait birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Ancak literatür taraması sırasında her iki kavramı ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Özellikle COVID-19 salgın hastalığının yaşandığı 2019-2020 yılları arasında yapılan bazı çalışmalar aşağıdaki gibidir.

Tablo 3: Prososyal Davranış ve Duygusal Zekâ İle İlgili Yapılmış Bazı Çalışmalar

<i>PROSOSYAL DAVRANIŞ</i>		
YAZAR/YAZARLAR	TARİH	KONU
Thielmann, I., Spadaro, G. ve Balliet, D.	2020	Kişilik ve Prososyal Davranış: Teorik Bir Çerçeve ve Meta-Analiz.
Passarelli, T. O., ve Buchanan, T. W.	2020	Stres ve Sosyal Yakınlık Prososyal Davranışları Nasıl Etkiler?
Baldassarri, D., ve Abascal, M.	2020	<i>Çeşitlilik ve Prososyal Davranışlar.</i>
Altıntaş, K.	2020	Gelir düzeyi ile prososyal davranış arasındaki ilişki: Ampirik bir inceleme.
Çınarbaş, D. C., ve Doğan, F.	2019	Travma Sonrası Stres ile Prososyal Davranış Arasındaki İlişkide Travma Sonrası Büyümenin Rolü.
İpek, M. ve Özbilgin, İ.	2019	Prososyal Davranışta Liderlik Tarzının Rolü: Milletvekili-Danışman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma.
Kılınç, M., Yiğit, V. ve Doğanşah, Y.	2019	Sağlık Çalışanlarında Örgütsel Muhalefet Ve Örgütsel Prososyal Davranışlar Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma.
Görgülü, R., Adiloğulları, G. E., Tosun, Ö. M. ve Adiloğulları, İ.	2018	Prososyal ve Antisosyal Davranış ile Sporcu Kimliğinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi.
Akçay, V. H.	2018	Örgütlerde Prososyal Davranışlar, Sinizm ve Psikolojik Sermaye İlişkisi: Örgütle Özdeşleşmenin Moderatör Etkisi.
<i>DUYGUSAL ZEKÂ</i>		
Kuruşcu, M. ve Yenilmez, Ö.	2020	Duygusal Zekâ ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisinde Liderliğin Aracılık Rolü.
Çankaya, M. ve Eriş, H.	2020	Hemşire ve Ebelerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Tespitine Yönelik Bir Çalışma.

Vardarlier, P. Ve Yapıcı, H. K.	2020	Duygusal Zekâ ve Liderlik.
Keskin, E., Yayla, Ö. ve Aktaş, F.	2020	Duygusal Zekâ, Kariyer Uyumu ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkiler: Turizm Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma.
Moroñ, M. ve Biolik-Moroñ, M.	2020	Polonya'daki COVID-19 Salgını Salgını Sırasında Duygusal Zekâ ve Duygusal Deneyimler: Günlük Bir Günlük Çalışması.
Prentice, C., Dominique Lopes, S. ve Wang, X.	2020	Duygusal Zekâ veya Yapay Zekâ - Bir Çalışan Bakış Açısı.
Wamsler, C. ve Restoy, F.	2020	Duygusal Zekâ ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: Barışçıl, Adil ve Kapsayıcı Toplulukları Desteklemek.

Tablo 3’de görüldüğü üzere yakın dönemde prososyal davranış kavramı ile kişilik, stres, çeşitlilik, gelir düzeyi gibi kavramları içeren çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Duygusal zekâ kavramı ile de örgütsel vatandaşlık davranışı, liderlik, kariyer, yapay zekâ gibi kavramlar araştırmalara konu olmuştur. Bu nedenle çalışmamızda literatürden destek alarak hipotezlerimiz oluşturulmuştur. Yazında, prososyal davranış, kişinin iş tanımında bulunmayan bireysel tercihe bağlı olarak ortaya çıkan ve sonucunda ceza ya da ödülün ortaya çıkmadığı davranışlar olarak tanımlanmıştır (*İpek ve Özbilgin, 2015*). Duygusal zekâ ise; kişinin kendi kişiliğini ve başkalarının kişiliğini tanıma, kendini motive etme, duygularını yönetme ve başkalarıyla ilişkiler geliştirme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Manna, 2019). Günümüzde yaşanan COVID-19 salgın hastalığı nedeni ile sağlık çalışanlarının mevcut iş tanımlarında bulunmayan ve daha fazla özveri gerektiren bir çalışma sistemi içerisinde oldukları görülmektedir. Hemşirelik konseyi tarafından bildirilen 90 bini geçen virüsle enfekte olmuş sağlık çalışanının olması prososyal davranışların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Salgın hastalık dönemi, tüm insanlar gibi sağlık çalışanlarının da duygusal olarak olumsuz etkilenmesinde sebep olmuştur (Bozkurt, Aşkın, Zeybek 2020). Sağlık çalışanlarının bu olumsuz duygular ile birlikte uzun süre aileleri ile iletişim kuramamaları, hastalığın seyrindeki hızlanma, ailelerinin risk altında olması gibi nedenlerden dolayı duygusal ve ruhsal çöküntüler yaşadıkları görülmektedir. Bu bağlamda çalışmamızda, duygusal olarak olumsuz etkilenen sağlık çalışanlarının prososyal davranışlar sergilemeleri konusu ele alınmış ve aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ile prososyal davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumlarının prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2a: Sağlık çalışanlarının kendi duygularını değerlendirebilmelerinin rol içi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2b: Sağlık çalışanlarının başkalarının duygularını değerlendirebilmelerinin rol içi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2c: Sağlık çalışanlarının duygularından yararlanabilmelerinin rol içi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2d: Sağlık çalışanlarının duygularının kontrolünün rol içi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2e: Sağlık çalışanlarının kendi duygularını değerlendirebilmelerinin rol ötesi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2f: Sağlık çalışanlarının başkalarının duygularını değerlendirebilmelerinin rol ötesi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2g: Sağlık çalışanlarının duygularından yararlanabilmelerinin rol ötesi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2h: Sağlık çalışanlarının duygularının kontrolünün rol ötesi prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

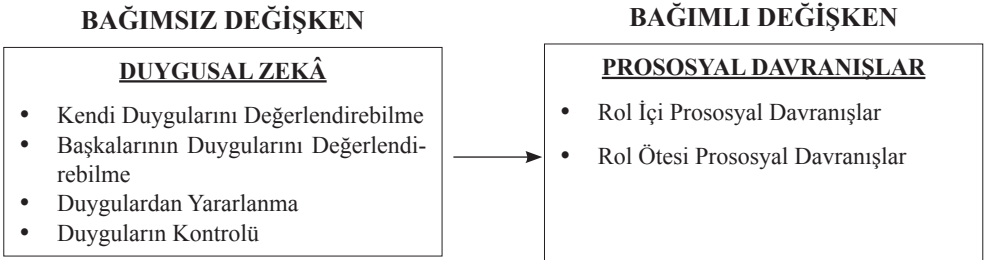
H3: Sağlık çalışanlarının prososyal davranış ölçeği puanlarının gruplar arası farklılıkları vardır.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Çalışmanın amacı; pandemi döneminde görev alan sağlık çalışanlarının duygusal zekâ ile prososyal davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu nedenle duygusal zekânın alt boyutları olan; kendi duygularını değerlendirebilme, başkalarının duygularını değerlendirebilme, duygulardan yararlanma ve duyguların kontrolü, rol içi ve rol ötesi prososyal davranışlar ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre araştırma içerisinde bulunan hipotezler aşağıdaki gibidir:

Şekil 1: Araştırma Modeli



2.2. Araştırmanın Yöntemi, Analizi ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, İstanbul ilinde özel kurumlarda çalışan doktor ve hemşirelerden oluşmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem kullanılmıştır. Bu yöntem diğer

yöntemlere göre daha ucuz ve hızlı bir örnekleme yöntemidir. Çalışmada, bu yöntemin seçilme nedenlerinden en önemlisi, pandemi döneminde katılımcıların yoğun çalışma saatleri ve yorucu görevleri nedeni ile genelde anketlere cevap verebilmek için yeterli zamanları olmamasıdır. Ölçekler ile elde edilen veriler Temmuz - Ağustos 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Anket formları, elektronik anket (Google formlar) olarak hazırlanmış ve 280 kişiye gönderilmiştir. Ancak 209 kişiden geri dönüş alınmıştır. Çalışmanın güçlü yanları ile beraber kısıtları da mevcuttur. Sağlık çalışanlarının pandemi döneminde yoğun çalışma saatleri ve yorucu görevleri nedeni ile katılımın istenilen sayıda olmaması bir kısıt olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca sağlık çalışanlarının duygusal ve zihinsel olarak yorgun olmaları diğer bir kısıt olarak görülmektedir. Son olarak yoğun iş temposu, olağanüstü durum ve zaman kısıtları nedeni ile İstanbul ilindeki tüm özel sağlık kurumlarına ulaşamamıştır.

Anket formları ile elde edilen veriler, SPSS 25.0 programı ile analiz edilmiştir. İlk olarak, katılımcıların demografik verilerini değerlendirmek üzere tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Ayrıca bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi ve etkileri tespit etmeyi yönelik pearson korelasyon ve doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait alt boyutların birbirlerine etkilerini tespit etmek amacı ile çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Son olarak gruplar arasındaki farklılıkların tespiti için ise ANOVA ve t testleri yapılmıştır.

2.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler, Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Anket formu 3 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

Anket formunun ikinci kısmından ise; araştırmanın bağımlı değişkeni olan prososyal davranış eğilimini belirlemek için Ackfeldt ve Wong (2006)'ın çalışmalarında yer verdikleri, Öcal ve Sarnıç (2017) tarafından kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlanmış prososyal hizmet davranışları ölçeğinin rol içi ve rol dışı hizmet davranışları boyutlarından yararlanılmıştır. Ölçek, 2 boyut ve 20 ifadeden oluşmaktadır. İlk 7 ifade rol içi prososyal davranışları boyutunda, 8 ile 20. ifadeler ise rol ötesi prososyal davranışlar boyutunda yer almaktadır. Anket formu, (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

Anket formunun son kısmında ise araştırmanın bağımsız değişkeni olan duygusal zekâ durumunu belirlemek için Salovey ve Mayer'in ortaya koyduğu teoriler esas alınarak Wong ve Law tarafından 2002 yılında geliştirilen, Deniz (2012) tarafından Türkçe çevirisi yapılan ve Başaran (2019) tarafından kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlanmış duygusal zekâ ölçeği uygulanmıştır. Ölçek, 4 boyut ve 16 ifadeden oluşmaktadır. Boyutlar, kendi duygularını değerlendirebilme, başkalarının duygularını değerlendirebilme, duygulardan yararlanma ve duyguların kontrolü şeklindedir. İlk 4 soru kendi duygularını değerlendirebilme boyutunda, 5-8 arasındaki sorular başkalarının duygularını değerlendirebilme boyutunda, 9-12 arasındaki sorular duygulardan yararlanma boyutunda ve 13-16 arasındaki sorular ise

duyguların kontrolü boyutunda yer almaktadır. Anket formu, (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin yapılan analizde, Cronbach' Alpha değeri, prososyal davranış ölçeği için: 0,732 duygusal zekâ ölçeği için: 0,870 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4: Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi

KMO ve Bartlett Testi		
KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği: Prososyal Davranış.		,857
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1696,051
	Serbestlik Derecesi	190
	Anlamlılık	,000
KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği: Duygusal Zekâ.		,854
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1929,451
	Serbestlik Derecesi	120
	Anlamlılık	,000

Prososyal davranış ve duygusal zekâ ölçeğinin faktör yüklerini hesaplamak için uygulanan analiz sonuçları Tablo 4'de görülmektedir. Prososyal davranış ile ilgili faktör analizi sonuçlarının KMO değeri; 0,857 olarak hesaplanmıştır. Tabloda, duygusal zekâ ölçeğine ilişkin KMO değeri 0,854 olarak hesaplanmıştır. Bu durum örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir.

Tablo 5 incelendiğinde, prososyal davranış ölçeğinin 2 boyutlu ve 20 ifadeden oluştuğu görülmektedir. Toplam varyansın %54,58'ini açıklamaktadır. Anketi ve araştırma modelini oluşturan iki kavram/faktör (construct) kendi içlerinde 0,370 ile 0,808'lik faktör yüklerine sahiptirler.

Tablo 5: Prososyal Davranış Ölçeğine İlişkin Geçerlilik Test Sonuçları

İFADELER	BİLEŞENLER	
	1	2
İşle ilgili problem yaşayan çalışma arkadaşlarıma yardım etmekten zevk duyarım.	,808	
İş yerimde çalışma arkadaşlarıma her zaman yardımcı olmaya hazırım.	,806	
Çalışma arkadaşlarıma yardım etmek için seve seve zaman harcarım.	,805	
Kurumun yararı için, seve seve fazladan çaba harcıyorum.	,725	
İş yükü ağır olan çalışma arkadaşlarıma benden beklenmese bile yardım ederim.	,668	
Benden istenmese bile, aramıza yeni katılan personele kuruma uyum sağlamasına yardımcı olurum.	,664	
Görev tanımım kapsamına girmeyen konularda bile kurumuma seve seve yardımcı olurum.	,646	
Sahip olduğum bilgi ve deneyimlerimi çalışma arkadaşlarımla paylaşıyorum.	,624	

Görevimi yerine getirirken, çoğunlukla yapılması gerekenden daha fazlasını yapıyorum.	,609
Kurumum için elimden gelenin fazlasını yapmaktan hoşlanıyorum.	,601
İş konusunda bende beklenen üretim standartlarının neler olduğunu ayrıntılı bir şekilde biliyorum.	,525
Çalışma arkadaşlarımı etkileyebilecek bir davranışta bulunmadan önce, onlarla konuşurum.	,488
Yöneticilerimin benden bekledikleri görev ve sorumluluklarının üzerinde yoğun çaba göstererek çalışıyorum.	,370
İşim için, sadece görev tanımım kapsamındaki sorumluluklarımı yerine getiriyorum.	,727
Amacı doğrultusunda, benden beklenenleri yerine getirmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	,705
Görev ve sorumluluklarımın gerektirdiği kadar işimle ilgilenmeyi tercih ederim.	,702
Üretim için sadece yöneticimin benden istediği görevleri yerine getiriyorum.	,700
Çalışırken belirlenmiş olan iş standartlarına göre davranıyorum.	,595
İş esnasında görevim kapsamında olmayan işleri çok nadir yaparım	,535
Görev kapsamım dışındaki konularda mesai arkadaşlarıma yardımcı olmaya gerek duymuyorum.	,451

Tablo 6 incelendiğinde ise, duygusal zekâ ölçeğinin 4 boyutlu ve 16 ifadeden oluştuğu görülmektedir. Toplam varyansın %69,04'ini açıklamaktadır. Anketi ve araştırma modelini oluşturan iki kavram/faktör (construct) kendi içlerinde 0,577 ile 0,901'lik faktör yüklerine sahiptirler.

Tablo 6: Duygusal Zekâ Ölçeğine İlişkin Geçerlilik Test Sonuçları

İFADELER	BİLEŞENLER			
	1	2	3	4
Duygularımı kontrolde oldukça kabiliyetliyimdir.	,901			
Çok kızgın olduğumda hızlı bir şekilde öfkemi yatıştırabilirim.	,862			
Zorluklar karşısında öfkemi kontrol edebilirim.	,859			
Duygularımı kontrolde oldukça iyiyimdir.	,838			
Kendimi nasıl hissettiğimi anlarım.		,866		
Duygularımı çok iyi anlarım.		,819		
Belirli hisleri niçin yaşadığımı anlamada oldukça yetenekliyimdir.		,748		
Mutlu olup olmadığımı farkındayım.		,742		
Başkalarının duygularını iyi gözlemlerim.			,821	
İnsanların duygularını iyi anlarım.			,806	
Arkadaşlarımın duygularını davranışlarından anlarım.			,673	
Başkalarının duygularına hassasiyet gösteririm.			,661	
En iyisini başarmak için kendimi motive ederim.				,723
Kendimi uzman/yetenekli bir kişi olarak görürüm.				,670
Başkalarından ziyade, kendimi motive ederim.				,664
Kendime ait hedefler belirler ve onları başarmaya çalışırım.				,577

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 209 sağlık çalışanının büyük çoğunluğunu 155 kadın (%74,2) oluşturmaktadır. Katılımcılardan 107 kişi (%51,2) ise 46 yaş ve üzeridir. Bununla birlikte 116 kişi (%55,5) üniversite mezunu, 161 kişi (%77,0) evli, 155 kişi (% 74,2) hemşire ünvanlı çalışınlardır. Katılımcılardan 97 kişi (% 46,4) ise kurumlarında 21 yıl ve üstü süresince çalışmaktadır.

3.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Analizlerden önce verilerin normal dağılım gösterdiğini tespit etmek üzere yapılan teste verilerin normal dağıldığı ($p > 0,05$; *Duygusal zekâ*: $p = 0,148$; *Prososyal davranış* $p = 0,147$) tespit edilmiştir. Bu değerlere göre dağılımın normal olduğu ve parametrik analizlerin yapılabileceği görülmektedir. Araştırmamızın birinci hipotezini test etmek üzere yapılan pearson korelasyon analizi Tablo 7’de verilmiştir. Tablo 7’de verilen pearson korelasyon analizine göre; sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ile prososyal davranışları arasında orta düzeyde ve artı yönde ($r = ,437$; $p < 0,05$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, *H1*: “Sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ile prososyal davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezimiz doğrulanmıştır.

Tablo 7: Sağlık Çalışanlarının Duygusal Zekâ Durumları İle Prososyal Davranışları Arasındaki İlişki (Korelasyon)

	Duygusal Zekâ	Prososyal Davranış
Duygusal Zekâ	1	,437**
Prososyal Davranış	,437**	1

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.

3.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon analizi sonuçları Tablo 8’de görülmektedir. Analiz sonucunda, modelin açıklama gücü olarak ifade edilen R^2 değeri: 0,191 ve anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak tespit edilmiştir ($R = 0,437$; $R^2 = 0,191$; $p < 0,05$). Bu değer, prososyal davranış bağımlı değişkeninin (varyansın) %19,1’nin modeldeki bağımsız değişken olan duygusal zekâ tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon analizi sonucunda ise, sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumlarının, prososyal davranışlarına pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu nedenle, sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları, prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır ($p < 0,05$). Böylelikle *H2*: “Sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumlarının prososyal davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezimiz doğrulanmıştır.

Tablo 8: Duygusal Zekânın Prososyal Davranışı Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	Std. Hata	β	t	P	R	R ²	F	p
Duygusal Zekâ	Prososyal Davranış	,377	,054	,437	6,994	,000	,437	,191	48,914	,001

$R^2 = 0,191$; $F = 48,914$; $p < 0,05$.

Duygusal zekâ alt faktörlerinin rol içi prososyal davranış ile ilişkisine yönelik çoklu regresyon analizleri aşağıda sunulmuştur.

Tablo 9’da görüldüğü üzere, duygusal zekâ alt faktörlerinin bağımsız ve prososyal davranış alt faktörü olan rol içi prososyal davranış faktörünün bağımlı değişken olarak alındığı çoklu regresyon analizi sonucuna göre; rol içi prososyal davranış değişkeninin açıklanma oranı istatistiki açıdan anlamsız bulunmuştur. Bu bağlamda, *H2a*, *H2b*, *H2c* ve *H2d* hipotezlerimiz doğrulanmamıştır.

Tablo 9: Duygusal Zekâ Alt Faktörlerinin Rol İçi Prososyal Davranış Alt Faktörüne Olan Etkisini Gösteren Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p
Rol İçi Prososyal Davranış	Kendi Duygularını Değerlendirebilme	,069	,112	,057	,611	,542
	Başkalarının Duygularını Değerlendirebilme	-,147	,128	-,106	-1,153	,250
	Duygulardan Yararlanma	,177	,098	,140	1,807	,072
	Duyguların Kontrolü	,040	,063	,047	,630	,529

$R^2 = 0,027$; $F = 1,436$; $p > 0,05$.

Tablo 10’da görüldüğü üzere bağımsız değişken olarak duygusal zekâ alt faktörlerinin ve prososyal davranışın alt boyutu olan rol ötesi prososyal davranışın bağımlı değişken olarak alındığı çoklu regresyon analizi sonucuna göre; rol ötesi prososyal davranış değişkeninin açıklanma oranı istatistiki açıdan anlamlıdır ve R² değeri 0,319’dur. Bu değere göre duygusal zekânın alt faktörleri, rol ötesi prososyal davranış alt faktörünü %31,9’unu açıklayabilmektedir. Kendi duygularını değerlendirebilme ($\beta=0,226$; $p<0,05$), başkalarının duygularını değerlendirebilme ($\beta=0,244$; $p<0,05$) ve duygulardan yararlanma ($\beta=0,155$; $p<0,05$) alt faktörlerinin rol ötesi prososyal davranış üzerine pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Duyguların kontrolü ($\beta=0,122$; $p>0,05$) alt faktörünün rol ötesi prososyal davranış üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, *H2e*, *H2f* ve *H2g* hipotezlerimiz doğrulanmış, *H2h* hipotezimiz doğrulanmamıştır.

Tablo 10: Duygusal Zekâ Alt Faktörlerinin Rol Ötesi Prososyal Davranış Alt Faktörüne Olan Etkisini Gösteren Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p
Rol Ötesi Prososyal Davranış	Kendi Duygularını Değerlendirebilme	,159	,055	,226	2,880	,004
	Başkalarının Duygularını Değerlendirebilme	,198	,063	,244	3,163	,002
	Duygulardan Yararlanma	,115	,048	,155	2,390	,018
	Duyguların Kontrolü	,061	,031	,122	1,958	,052

$R^2=0,319$; $F= 23,925$; $p < 0, 05$.

3.4. ANOVA Testi Sonuçları

Tablo 11’de görüldüğü üzere, sağlık çalışanlarının prososyal davranışlarının eğitim ($F= 6,824$; $p= 0,001$) durumunda farklılaştığı görülmektedir. TUKEY analizi sonucunda; lise mezunu sağlık çalışanlarının ($X= 3,91$), üniversite mezunu ($X= 3,65$), yüksek lisans mezunu ($X= 3,51$) ve doktora mezunu ($X= 3,58$) çalışanlardan daha fazla prososyal davranış sergilediği tespit edilmiştir (*Anlamlılık: 1-2, 3, 4*).

Tablo 11: Prososyal Davranış Ölçeği Puanlarının Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları

Eğitim	Katılım Sayısı (N)	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	F	p	Anlamlılık
Lise	28	3,91	,450	6,824	0,01	1-2,3,4.
Üniversite	116	3,65	,357			
Yüksek Lisans	37	3,51	,374			
Doktora	28	3,58	,282			
Toplam	209	3,65	,380			

Tablo 12’de görüldüğü üzere, sağlık çalışanlarının prososyal davranışları bağlamında gelir durumuna ($F= 4,504$; $p= 0,002$) göre de anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sağlık çalışanlarının prososyal davranışlarının hangi gelir düzeyinde farklılaştığını belirlemek amacı ile yapılan TUKEY testi sonuçlarına göre; gelir düzeyi 3.001-4000 TL. olan sağlık çalışanlarının ($X= 3,85$), gelir düzeyi 4001-5000 TL. ($X= 3,62$) ve gelir düzeyi 7001 TL. ve üzeri ($X= 3,56$) olan sağlık çalışanlarından daha fazla prososyal davranış sergilediği tespit edilmiştir (*Anlamlılık: 2-3,6*).

Tablo 12: Prososyal Davranış Ölçeği Puanlarının Gelir Durumuna Göre ANOVA Sonuçları

Gelir Durumu	Katılım Sayısı (N)	Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	F	p	Anlamlılık
3001 TL - 4000 TL	35	3,85	,348	4,504	0,02	2-3,6.
4001 TL - 5000 TL	50	3,62	,415			
5001 TL - 6000 TL	43	3,63	,424			
6001 TL – 7000 TL	9	3,87	,372			
7001 TL. ve Üzeri	72	3,56	,299			
Toplam	209	3,65	,380			

Tablo 13’de gösterilen cinsiyetler arasındaki farklılığı tespit etmek amacı ile yapılan t testi sonuçlarına göre, anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

Tablo 13: Prososyal Davranış Ölçeği Puanlarının Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	N	X	SS	t Testi		
					sd	t	p
Prososyal Davranış	Kadın	155	3,68	,391	207	1,771	0,078
	Erkek	54	3,57	,337			

Yapılan ANOVA analizlerinden sonra “*H3: Sağlık çalışanlarının prososyal davranış ölçeği puanlarının gruplar arası farklılıkları vardır.*” hipotezimiz doğrulanmıştır.

4. TARTIŞMA

Olağanüstü durumlar, insanların duygu durumlarında ve davranışlarında önemli değişiklikler yaratmaktadır. Özellikle COVID-19 salgınının yaşandığı bu dönemde tüm insanlığın korku, mutsuzluk, ümitsizlik, çaresizlik gibi duygular yaşadığı söylenebilir. Salgın hastalık nedeni ile sağlık sektöründe yaşanan olağanüstü durumlar öncelikli olarak sağlık çalışanlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bununla birlikte, sağlık çalışanlarının aşırı yoğunluk, uzun çalışma saatleri, personel sayısında yaşanan azalma nedeni ile daha fazla yardımlaşma içerisinde olmaları ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bilindiği gibi prososyal davranış, bir kişinin farklı kişi ya da gruplar için yararlı olabilecek hareket ve davranışları kendi isteği ile görev tanımında olmamasına rağmen bir ödül beklemeden sergilemesidir. Duygusal zekâ ise, bireyin kendisi ve başkalarının duygularının fark etmesi, davranışlarını kontrol edebilmesi, duygularını ayırt edebilmesi, insanlar ile iyi ilişki kurmada etkin olabilmesi, ilişkiler sayesinde elde ettiği bilgileri eylemlerinde verimli bir şekilde kullanabilmesi olarak tanımlanmaktadır. Her iki kavramın tanımından da anlaşılacağı üzere, pandemi döneminde sağlık çalışanlarının en fazla ihtiyaç duydukları ve karşı karşıya kaldıkları unsurlar ifade edilmektedir.

Çalışmamızda her iki kavram ele alınmıştır. Çalışmamızın sonuçlarında ise, sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ile prososyal davranışları arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Literatürde, prososyal davranışların kişilik, stres ve gelir düzeyi gibi kavramlar ile ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar olduğu görülmektedir. Ancak duygusal zekâ ile prososyal davranışın ilişkisini tespit etmeye yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, elde edilen sonuçların literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları, prososyal davranışları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yazında, prososyal davranışların eğitim ve gelir durumu ile cinsiyet bağlamında farklılıkları tespit etmeye yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Wilson ve Musick (1997) yaptıkları çalışmada, yüksek eğitim seviyesinin prososyal davranışı teşvik ettiğini ve yüksek eğitilmiş insanların daha fazla prososyal davranış gösterme eğiliminde olabileceklerini ifade etmişlerdir. Bir diğer çalışmada ise, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde prososyal davranış eğilimine sahip oldukları tespit edilmiştir. (Çekin, 2013). Ancak bizim çalışmamızda, lise mezunu ve aylık geliri orta düzeyde olan sağlık çalışanlarının daha fazla prososyal davranış sergileme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Ancak prososyal davranışların sergilenmesinde cinsiyetin önemli farklılık yaratmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, olağanüstü durumlar ve meslek gruplarındaki farklılıklar nedeni ile bulguların değişiklik gösterebileceği ifade edilebilir. Araştırmamızın bağımsız değişkeni olan duygusal zekâ kavramı ile ilgili yine birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Özellikle işletme performansı ile birlikte ele alınan çalışmalarda, duygusal zekâ ile iş performansı ve iş memnuniyeti arasında pozitif korelasyon olduğu tespit edilmiştir (Papoutsis, Drigas ve Skianis, 2019). Bununla birlikte, duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ilişki olduğunu tespit eden çalışmalar vardır (Aderibigbe ve Mjoli 2019). Takım performansı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılan farklı bir çalışmada ise, duygusal zekâdan yüksek puan alan takımların düşük puan alan takımlardan çok daha iyi performans gösterdikleri ortaya konulmuştur (Edizler, 2010). Prososyal davranışlar ile genelde karıştırılan (örgütsel vatandaşlık gibi) ve farklı unsurlar içeren kavramlar ile duygusal zekâ kavramının akademik çalışmalara konu olduğu görülmektedir. Ancak prososyal davranış ile beraber ele alınan ve her iki kavramın ilişkilerini tespit etmeye yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

SONUÇ

Pandemi döneminde yapılan bu araştırmada, sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ve prososyal davranışları arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Duygusal zekâ durumları yüksek olan bireylerin daha fazla prososyal davranış sergileyeceği söylenebilir. Ayrıca duygusal zekânın prososyal davranış üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Araştırma bulgularımıza göre, prososyal davranışların ortaya çıkmasındaki öncüllerden bir tanesinin duygusal zekâ olduğunu söyleyebiliriz. Diğer bir tespit ise, lise mezunu ve aylık geliri orta düzeyde olan sağlık çalışanlarının daha fazla prososyal davranış sergileme eğiliminde olduk-

larıdır. Ancak prososyal davranışların sergilenmesinde cinsiyetin önemli bir unsur olmadığı görülmektedir. Duygusal zekâ kavramının alt faktörleri ile prososyal davranış kavramının alt faktörleri arasındaki ilişki durumunun tespiti için de analizler yapılmıştır. Analizler sonucunda, rol ötesi prososyal davranışların ortaya çıkmasında duygusal zekâ alt faktörlerinin önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, görev tanımında bulunmayan ve gönüllülük esaslı davranışların ortaya çıkmasında bireyin duygusal zekâsının yüksek olmasının önemli bir etken olduğu ifade edilebilir.

Sonuç olarak, sağlık çalışanlarının bu olağanüstü durumlarda prososyal davranış sergiledikleri ve bu davranışın ortaya çıkmasında duygusal zekâ ve unsurlarının önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Özellikle rol ötesi prososyal davranışlar bu dönemde en çok ihtiyaç duyulan davranış biçimi olmuştur. Bu davranışın ortaya çıkmasında da yine duygusal zekâ'nın önemi göz ardı edilemeyecek durumdadır. Sağlık çalışanlarının bu dönemde yaşadığı yoğun duygular, kontrol edilmesi güç bir kuvvettir. Ancak çalışmamıza katılan bireylerin, kendi duygularını kontrol edebildikleri, kendi ve başkalarının duygularını anlayabildikleri ve duygularından yaralanabildikleri, böylelikle prososyal davranışlar sergiledikleri söylenebilir. Gelecek çalışmalarda, bu iki önemli kavramın, kar amacı güden veya gütmeyen işletmelerde araştırılması önerilebilir.

A RESEARCH TO EXPLORE THE RELATIONSHIP BETWEEN THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND PROSOCIAL BEHAVIORS OF HEALTHCARE EMPLOYEES DURING THE PANDEMIC PERIOD

1. INTRODUCTION

The COVID-19 epidemic disease, which first appeared in Wuhan, China in December 2019 affected the whole world, all profit-oriented and non-profit institutions. In this period, institutions faced serious financial losses and their business processes were interrupted. During the epidemic period, especially healthcare workers who work in hospitals were seriously affected by this process. As of 08 April 2020, it was reported to the World Health Organization that 22,073 healthcare workers from 52 countries were diagnosed with COVID-19. Later, the nursing council announced that the number of health workers, which was reported as 22,073, passed 90,000 in a short time and the increase in the number of patients continued (Pala and Metintaş, 2020). For this reason, healthcare professionals who are faced with long working hours, missing personnel and an increase in the number of patients need each other more. Healthcare professionals who are faced with long working hours, missing personnel and an increase in the number of patients need each other more. For this reason, concepts such as cooperation, cooperation, and empathy have gained more importance especially in this period.

In this context, in the first part of our study, the concept of prosocial behavior and prosocial behavior types, which are in-role and beyond-role prosocial behaviors are discussed. In short, we can define prosocial behavior as the individual's carrying out the tasks included in the job description, while performing the jobs not included in the job description without expecting any reward.

2. METHODOLOGY

The aim of this study is to reveal the relationship between emotional intelligence and prosocial behaviors of healthcare professionals working during the pandemic period. In this context, the sub-dimensions of emotional intelligence, such as evaluating one's own emotions, evaluating the emotions of others, benefiting from emotions and controlling emotions, are associated with in-role and beyond-role prosocial behaviors.

Convenience sampling was used as the sampling method. The most important reason for choosing this method in the study is that the participants generally do not have enough time to answer the questionnaires due to their busy working hours and tiring duties during the pandemic period. The data obtained with the scales were collected between July and August 2020. Questionnaire forms were prepared as electronic questionnaires (Google forms) and sent to 280 people. However, feedback was received from 209 people. Doctors and nurses working in private institutions in İstanbul participated in this study.

The data obtained with the survey forms were analyzed with the SPSS 25.0 program. First, descriptive analyzes were conducted to evaluate the demographic data of the participants. In addition, Pearson correlation and linear regression analyzes were performed to determine the relationship and effects between dependent and independent variables. Multiple regression analysis was performed in order to determine the effects of the sub-dimensions of the dependent and independent variables on each other. Finally, ANOVA and t tests were performed to determine the differences between the groups. The questionnaire form consists of 3 parts. In the first part, there are statements to determine the socio-demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire, in order to determine the prosocial behavior tendency, which is the dependent variable of the research, the in-role and out-of-role service behaviors of the prosocial work behaviors scale, which was used by Öcal and Sarnıç (2017) in their study and whose validity and reliability analyzes were completed, were used by Ackfeldt and Wong (2006). The scale consists of 2 dimensions and 20 statements. The validity and reliability analyzes were completed and the emotional intelligence scale used by Başaran (2019) was applied. The scale consists of 4 dimensions and 16 statements. In the analysis of the reliability of the scales, the Cronbach's Alpha value was calculated as 0.732 for the prosocial behavior scale: 0.870 for the emotional intelligence scale. KMO value of factor analysis results related to prosocial behavior; It was calculated as 0.857. KMO value for the emotional intelligence scale was calculated as 0.854. This shows that the sample size is sufficient.

3. FINDINGS

155 women (74,2%) constitute the majority of the 209 health workers participating in the research. 107 participants (51,2%) are aged 46 and over. Before the analysis, it was determined that the data were normally distributed ($p > 0.05$; Emotional intelligence: $p = 0.148$; Prosocial behavior $p = 0.147$) in the test performed to determine that the data showed a normal distribution. According to Pearson correlation analysis; It is seen that there is a positive relationship ($r = .437$; $p < 0.05$) between the emotional intelligence status of health workers and their prosocial behaviors. As a result of the regression analysis, the R^2 was determined as: 0.191 and the significance level as $p < 0.05$ ($R = 0.437$; $R^2 = 0.191$; $p < 0.05$). This value shows that 19,1% of the prosocial behavior dependent variable (variance) is explained by the independent variable in the model, emotional intelligence. As a result of the regression analysis, it is seen that the emotional intelligence status of health workers has a positive and significant effect on their prosocial behavior. According to the results of the multiple regression analysis, the explanatory rate of the extra-role prosocial behavior variable is statistically significant and its R^2 value is 0.319. According to this value, the sub-factors of emotional intelligence can explain 31,9% of the sub-role prosocial behavior. The sub-factors of evaluating one's own emotions ($\beta = 0.226$; $p < 0.05$), evaluating others' emotions ($\beta = 0.244$; $p < 0.05$) and benefiting from emotions ($\beta = 0.155$; $p < 0.05$) have positive and significant effect on prosocial behavior beyond role.

4. DISCUSSION

Extraordinary situations create significant changes in people's emotional situation and behaviors. It can be said that all humanity experiences feelings such as fear, unhappiness, hopelessness and helplessness, especially in this period of the COVID-19 epidemic. The extraordinary situations experienced in the health sector due to the epidemic primarily affect the health workers negatively. However, due to the overcrowding, long working hours, and the decrease in the number of personnel, the need for more cooperation has emerged. As it can be understood from the concepts of prosocial behavior and emotional intelligence, the elements that health workers most need and face during the pandemic period are expressed. In the literature, it is seen that studies have been carried out to determine the differences in prosocial behaviors in terms of education and income status and gender. For example, Wilson and Musick (1997) stated in their study that higher education level encourages prosocial behavior and that highly educated people may tend to show more prosocial behavior. In another study, it was determined that female students had a higher level of prosocial behavior tendency than male students. (Cekin, 2013). Particularly in studies dealing with business performance, it has been found that there is a positive correlation between emotional intelligence and job performance and job satisfaction (Papoutsis, Drigas, & Skianis, 2019). In a different study conducted to measure the relationship between team performance and emotional intelligence,

it was revealed that teams with high emotional intelligence scores performed much better than teams with low scores (Edizler, 2010). Concepts that are often confused with prosocial behaviors (such as organizational citizenship) and contain different elements and the concept of emotional intelligence are seen to be the subject of academic studies. However, no study has been found to determine the relationship between prosocial behavior and emotional intelligence.

CONCLUSION

In this study conducted during the pandemic period, it is seen that there is a relationship between the emotional intelligence status of health workers and their prosocial behaviors. It can be said that individuals with high emotional intelligence will exhibit more prosocial behavior. In addition, it has been observed that emotional intelligence has a significant effect on prosocial behavior. According to our research findings, we can say that one of the precursors to the emergence of prosocial behaviors is emotional intelligence. Another finding is that health workers who are high school graduates and have a medium monthly income tend to exhibit more prosocial behavior. However, it is seen that gender is not an important factor in displaying prosocial behaviors. It has been determined that emotional intelligence sub-factors have a significant effect on the emergence of prosocial behaviors beyond the role. In this context, it can be stated that the individual's high emotional intelligence is an important factor in the emergence of voluntary-based behaviors that are not included in the job description. As a result, it is seen that health workers exhibit prosocial behavior in these extraordinary situations and emotional intelligence and its elements have a significant effect on the emergence of this behavior.

KAYNAKÇA

- Aderibigbe, J.K. ve Mjoli, T.K. (2019). "Relationship Between Occupational Stress, Organisational Citizenship Behaviour, Psychological Capital And Emotional Intelligence Among Nigerian Employees". *African Journal of Business and Economic Research (AJBER)*, 14 (1), pp: 85-111.
- Akbaş, T.T. (2011). "Algılanan Kişi-Örgüt Uyumunun Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisi: Görgül Bir Araştırma". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (1), s: 57-81.
- Akın, M. (2004). "İşletmelerde Duygusal Zekânın Üst Kademe Yöneticiler ile Astları Arasındaki Çatışmalar Üzerindeki Etkileri". *Doktora Tezi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Bozkurt, Y., Zeybek, Z., & Aşkın, R. (2020). "COVID-19 Pandemisi: Psikolojik Etkileri Ve Terapötik Müdahaleler". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 304-318.

- Bağcı, B. (2015). “Çocuk ve Yetişkin Prososyallik Ölçeklerinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması ve Çocuk ile Anne-Baba Prososyal Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Yüksek Lisans Tezi*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Okul Öncesi Anabilim Dalı. Aydın.
- Başaran, M. (2019). “Duygusal Zekâ, İş tatmini ve Tükenmişlik Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bilecik İlindeki Belediyelerde Bir Uygulama”. *Yüksek Lisans Tezi*. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Bilecik.
- Brief, A.P. ve Motowidlo, S.J. (1986). “Prosocial Organizational Behaviors. *Academy of Management Review*”, 11 (4), pp: 710-725.
- Bozkurt, G. G. (2017). “Çalışanların İş Tatmininin Örgütsel Prososyal Davranışlara Etkisi: Burdur İli Örneği”. *Yüksek Lisans Tezi*. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Burdur.
- Bryant, S. ve Aytes, K. (2019). “Do Intense Work Experiences Influence Growth Mindset, Emotional Intelligence and Knowledge Creation and Sharing?”. *Journal of Organizational Psychology*, 19 (4), pp: 39-54.
- Cotelnic, A. ve Timbaliuc, N. (2018). “Emotional Intelligence and Their Role in Managerial Process”. *Review of General Management*, 27 (1), pp: 74-89.
- Çakar, U. ve Arbak, Y. (2003). “Dönüşümcü Liderlik Duygusal Zekâ Gerektirir mi? Yöneticiler Üzerinde Örnek Bir Çalışma”. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 18 (2), s: 83-98.
- Çakınberk, A. ve Demirel, E.T. (2010). “Örgütsel Bağlılığın Belirleyicisi Olarak Liderlik: Sağlık Çalışanları Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, s: 103-119.
- Çeçen, Y. (2002). “Duygular İnsan Yaşamında Neden Vazgeçilmez ve Önemlidir?”. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (9), s: 164-170.
- Çekin, A. (2013). “İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinin Prososyal Davranış Eğilimleri Üzerine Nicel Bir İnceleme”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (28), s: 34-45.
- Çetin, B. B. ve Samur, A. Ö. (2018). “60-72 Aylık Çocukların Prososyal Davranışları ile Anne-Babalarının Prososyal Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20 (1), s: 1-17.
- Çubukçu, A. (2019). “48-72 Aylık Çocukların Prososyal Davranışları ile Annelerinin Prososyal Davranışları ve Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Yüksek Lisans Tezi*. Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Ana Bilim Dalı Okul Öncesi Eğitimi Bilim Dalı. Bursa.
- Dal, E. (2015). “Kadınlardaki Duygusal Zekâ Düzeyi ile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Yüksek Lisans Tezi*. Üsküdar Üniversitesi Klinik Psikoloji Anabilim Dalı. İstanbul.
- Delice, M. ve Günbeyi M. (2013). “Duygusal Zekâ ve Liderlik İlişkisinin İncelenmesi: Polis

- Teşkilatı Örneği”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27 (1), s: 209-239.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). “Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi”. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (1), s: 209-230.
- Edizler, G. (2010). “İnsan Kaynakları Yönetiminde Duygusal Zekâ Ölçüm ve Modelleri”. *Journal of Yasar University*, 18 (5), s: 2970-2984.
- Ekin, S. (2019). “Lise Öğrencilerinin Müzikten Etkilenim Düzeyleriyle Prososyal Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Yüksek Lisans Tezi*. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Ekren, N., Alp, A. E. ve Güner, Y. (2020). “Covid-19 Salgın Dönemi Ekonomi Anketi, İşletmelerde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. Plusone Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd. **Şti**. 1. Baskı: İstanbul.
- Elkhdr, H. R. (2019). “Örgütsel Bağlılık ve Prososyal Örgütsel Davranış için İşgören Eğitim Programlarının İncelenmesi”. *Doktora Tezi*. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Kastamonu.
- Ergeneli, A. (2014). “Örgütsel Etkililik Kriteri Olarak Lider Davranışının Örgütsel İklim İle İlişkisi: Görev Karmaşıklığı Bakımından Farklılaşan İki Örgüte İlişkin Bir Uygulama”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 50 (1), s: 187-199.
- Esendemir, E. (2019). “İş Tatmini Algısı ve Prososyal Davranış Eğilimleri İlişkisinde Örgütsel Muhalefet Davranışının Aracılık Rolü: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği”. *Yüksek Lisans Tezi*. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Burdur.
- Fiedler, S. vd. (2018). “Cross-National in-Group Favoritism in Prosocial Behavior: Evidence from Latin and North America”. *Judgment and Decision Making*, 13 (1), pp: 42-60.
- Hasdemir, E. (2019). “Psikolojik Sermayenin Prososyal Hizmet Davranışına Etkisi: Hemşireler Üzerine Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. Samsun.
- İpek, M. (2014). “Prososyal Davranışta Liderlik Tarzının Rolü: Milletvekili-Danışman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- İpek, M. ve Özbilgin, İ. G. (2015). “Prososyal Davranışta Liderlik Tarzının Rolü: Milletvekili-Danışman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), s: 129-149.
- Kulkarni, M. ve Sommer, K. (2015). “Language-Based Exclusion and Prosocial Behaviors in Organizations”. *Human Resource Management*, 54 (4), pp: 637-652.
- Kurşun, A. (2019). “Yetenek Yönetimi ile Örgüt Kültürü İlişkisinde Duygusal Zekâ Liderliğinin ve Psikolojik Sözleşmenin Aracı Rolü”. *Doktora Tezi*. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Konya.

- Manna, R.D. (2019). “The Effects of Emotional Intelligence on Communications and Relationships”. *Journal of Organizational Psychology*, 19 (6), pp: 63-67.
- Nanda, M. ve Randhawa, G. (2019). “Emotional Intelligence, Well-Being, and Employee Behavior”. *Journal of Management Research*, 19 (3), pp: 157-172.
- Ogungbamila, B., Ogobuchi, A. ve Ogungbamila, A. (2019). “Resilience, Emotional Intelligence and Burnout in Hotel Employees”. *Journal of Organisation & Human Behaviour*, 8 (2-3), pp: 44-55.
- Öcal, H. ve Sarnıç, A. (2017). “Dönüştürücü Liderliğin Prososyal Örgütsel Davranış Üzerindeki Etkileri ve İmalat Endüstrisinde Bir Araştırma”. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), s: 107-125.
- Özbiçer, M.S. (2018). “Duygusal Zekâ Geliştirme Programının Ergenlerin Duygusal Zekâ ve Yaşam Doyumu Düzeylerine Etkisi: Deneysel Bir Çalışma”. *Doktora Tezi*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı. Adana.
- Özdevecioğlu, M. (2009). “Örgütlerarası Vatandaşlık Davranışları: Teorik Çerçeve ve Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33, s: 47-67.
- Özpehlivan, M. (2018). “İş Tatmini: Kavramsal Gelişimi, Bireysel ve Örgütsel Etkileri, Yararları ve Sonuçları”. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2), s: 43-70.
- Pala, Ç. S. ve Metintaş, S. (2020). “Covid-19 Pandemisinde Sağlık Çalışanları”. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5(0), s: 156 -168.
- Papoutsis, C., Drigas, A. ve Skianis, C. (2019). “Emotional Intelligence as an Important Asset for HR in Organizations: Attitudes and Working Variables”. *International Journal of Advanced Corporate Learning*, 12 (2), pp: 21-35.
- Polat, A. (2020). “Duygusal Zekâ ve Saldırganlık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Hemşirelerde Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı. Kahramanmaraş.
- Saritha, G. ve Saritha, M.S. (2019). “An Empirical Study on Emotional Intelligence”. *The Journal of Indian Management*, ISSN Number - 2249-7803, pp: 56-61.
- Sarkar, P.M. ve Oberoi, S. (2018). “Emotional Intelligence: An Extensive Literature Review”. *Global Journal of Enterprise Information System*, 10 (4), pp: 84-93.
- Serttaş, Ö. (2019). “Okul İkliminin Yordayıcısı Olarak Öğrencilerin Prososyal Davranışları ve Öğrenci Bağlılığı: Lise Öğrencileri Üzerine Yapılan Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Bilim Dalı. Elazığ.
- Soydemir, S. (2014). “Görev – İnsan Odaklı Liderlik Algısının Vatandaşa Yönelik Prososyal Hizmet Davranışlarına Etkisi: Kolluk Kuvvetleri Üzerine Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Burdur.

- Seven, E. (2019). “Duygusal Zekâ ve Duygusal Zekânın Tüketicilerin Hedonik Satın Alma Davranışına Etkisi”. *Yüksek Lisans Tezi*. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Bursa.
- Tekin, F. N. (2019). “Üniversite Öğrencilerinin Bağlanma Stilleri ile Prososyal Davranış Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bilim Dalı. Kırıkkale.
- Turkay, H. (2019). “Futbolcularda Sosyal Kimlik Bağlamında Prososyal ve Antisosyal Davranışlar”. *Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Ulus, N.T. (2019). “Duygusal Zekâ ile Karar Verme Stratejileri Arasındaki İlişki”. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı. İstanbul.
- Unnikrishnan, I. vd. (2019). “A Study on Emotional Intelligence and Its Role on Job Performance”. *Amity Global HRM Review*, 9 (0), pp: 22-26.
- Yıldız, E. (2019). “Prososyal Motivasyon ile Kişilik ve Örgüt Kültürü İlişkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma”. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Isparta.

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

- RESEARCH ARTICLE -

**THE VARYING IMPACT OF SELF AND OTHER-ORIENTED
MESSAGE APPEALS ON VOLUNTEERING**

Aslı Elif AYDIN¹ & Özge KİREZLİ² & Elif YURDAKUL³

Abstract

Volunteerism is a means of contributing either to the society, the organization, or the individual. Either for satisfying individual's self-interest or for altruistically helping others, volunteering creates value. The study aims to examine the impact of self-versus other-oriented messages on intentions and attitudes of existing and potential volunteers. Two studies were designed using fictitious foundations, to find out the potential effects of attitude towards recruitment ads and intention to volunteer for the organization. According to Study 1, which consisted of mainly volunteering adults, the other-oriented message is found to be more activating than the self-oriented message. However, in the Study 2, which comprised of a mainly non-volunteer student sample, the two appeal's intentional effects were in opposite direction. Participants were found out to have higher intention to volunteer for the organizations when self-oriented messages were used. Follow-up analysis of the combined data revealed that non-volunteers' intention to volunteer was higher with self-oriented appeal than with an other-oriented appeal. These findings are discussed in terms of the implications on volunteerism and linked to recent findings regarding the role of self-and other-oriented motives on determining how to approach both volunteers and non-volunteers in an effective manner.

Keywords: *Volunteering, Message Appeal, Self-oriented Appeal, Other-oriented Appeal.*

JEL Codes: *M31, M37.*

Başvuru: *11.09.2020*

Kabul: *29.04.2021*

1 Dr. Öğr Üyesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul / Türkiye, aslielif.aydin@bilgi.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9145-386X>

2 Dr. Öğr Üyesi, Yeditepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul / Türkiye, ozge.kirezli@yeditepe.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1122-0191>

3 Dr. Öğr Üyesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, İstanbul / Türkiye, elif.yurdakul@bilgi.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3523-104X>

KENDİNE ODAKLI VE DİĞER ODAKLI MESAJ ÇEKİCİLİKLERİNİN GÖNÜLLÜLÜK ÜZERİNDEKİ DEĞİŞEN ETKİSİ⁴

Öz

Gönüllülük, topluma, kuruma veya bireye katkıda bulunmanın bir yoludur. Gönüllülük, bireyin kişisel çıkarını tatmin etmek veya başkalarına fedakarca yardım etmek için değer yaratır. Bu çalışma, gönüllülük çağrılarında kullanılan mesajların mevcut ve potansiyel gönüllülerin kendilerine yönelik olması ya da diğerlerine, yani topluma, yönelik olmasının etkisinin niyet ve tutumlar üzerindeki etkisini ortaya koyma amacındadır. Gönüllü kazanma ilanlarına yönelik tutum ve organizasyon için gönüllü olma niyeti açısından olası etkilerini ortaya çıkarmak için hayali vakıflar kullanılarak iki çalışma tasarlandı. Çoğunluğu gönüllü yetişkinlerden oluşan Çalışma 1'e göre, diğer odaklı mesajın, bireyin kendisine odaklanan mesajdan daha harekete geçirici olduğu bulunmuştur. Ancak, esas olarak gönüllü olmayan öğrenci örnekleminde oluşan Çalışma 2'de, iki mesaj tipinin niyet üzerindeki etkileri ters yöndedir. Kişinin kendisine odaklanan mesajlar kullanıldığında, katılımcıların kuruluşlara gönüllü olma niyetinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan takip analizinde, diğer odaklı mesajlara kıyasla, kendi odaklı mesajların, gönüllü olmayanların gönüllü olma niyetleri üzerinde daha yüksek etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulguların, gönüllülük üzerindeki etkileri açısından genel bir değerlendirmesi yapılarak, gönüllülere ve gönüllü olmayanlara etkili bir şekilde nasıl yaklaşılacağı belirlenmesinde mesajların bireyin kendisine ve diğer odaklı olmasının etkisi tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Mesaj Çekiciliği, Kendine Odaklı Mesaj Çekiciliği, Diğer Odaklı Mesaj Çekiciliği.

JEL Kodları: M31, M37.

"Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır."

1. INTRODUCTION

According to OECD (2015), the awareness of economic difficulties and social concerns drive the number of volunteers to increase in many countries in recent years. The ratio of people who volunteer was almost over 45 per cent in New Zealand, USA, Canada and Ireland in 2014. Although the volunteering approach is developing so fast in the world, 2016 Global Civic Engagement Report (Gallup, 2016) states that people are more likely to give money instead of their time. In 2015, 1.4 billion people donated money while 1 billion people volunteered.

⁴ Genişletilmiş Türkçe Özet, İngilizce makalenin aşşağısında yer almaktadır.

The United Nations Volunteers (UNV) Program Turkey & Youth Services Center's report shows that (Türkiye'de Gönüllülük, 2013) 31 percent of the Turkish people tend to help other people while only 4 percent participate in voluntary activities. On the other hand, the membership rate of approximately 110,000 organizations is 13 percent of the total population including memberships of sports clubs and political organizations (Türkiye'de Gönüllülük, 2017). Among the young population in Turkey, aged 18-29, membership rate is 7.7 and volunteering rate is 5 percent which is quite below the OECD average of 23 percent (Erdoğan, 2017; OECD, 2014). These figures demonstrate the necessity to better promote volunteering activities and make the act of volunteering more prevalent.

Today, most of the organizations emphasize the personal and general benefits of volunteering on their web pages and social media accounts but recruitment campaigns mostly refer to the cause supported by the organization. Still, communicating the beneficial effects of volunteering may help to increase the number of recruits. Shye (2010) identified four groups of benefits that encourage individuals to give their times for voluntary works; namely benefits that relate to cultural, social, physical and mental well-being. Developing new friendships and feeling of belonging to community were specified as the top-rated benefits for both volunteers and non-volunteers. A number of studies corroborated that volunteering increases physiological and psychological health, and also social interaction between volunteers. (Lum & Lightfoot, 2005; Greenfield & Marks, 2004; Onyx & Warburton, 2003; Morrow-Howell et al 2003; Pushkar, Reis & Morros, 2002; Herzog & House, 1999; Wheeler, Gorey & Greenblatt, 1998; Kuehne & Sears, 1993).

In the volunteering domain, a limited number of studies compared the effectiveness of ego-centric and cause-centric messages on the recruitment numbers. Shields (2009) suggested that more egoistic motivators would increase the intention of young adults to volunteer. Asah & Blahna (2012) found out that self and social benefits are more effective on volunteer recruitment than cause related factors. On the other hand, a number of studies suggested that altruistic purposes are more compelling to persuade individuals to become volunteers (Batson et al., 2002; Beerli et al., 2004; Burns et al., 2006). Prior research does not provide a clear answer on which motive appeal is more effective in increasing the number of new recruits. However, it is evident in the numbers that there is a vital need to better promote volunteering activities. Therefore, the objective of this study is to examine the impact of self-versus other-oriented messages on the effectiveness of communication strategies that will increase the number of volunteers. For this purpose, recruitment ads with both self and other-oriented appeals for fictitious volunteer organizations will be created. In an experimental setting, the varying impact of different motive appeals on both attitudes towards the ads and intention to volunteer for the organizations will be measured.

1.1. Literature Review

1.1.1. Volunteering

Before reviewing the motives of volunteering, we need to clarify who the volunteer is. Prior work in this domain does not provide a single definition of volunteering, but some keywords like “time, free, unpaid, given, help, benefit, willingly” stand out in almost every definition providing a description of what voluntary work is like. (Volunteering Australia, 2015; Wilson, 2012; Snyder and Omoto, 2008; Musick & Wilson, 2007; Wilson, 2000; Van Willigen, 2000). As the fourth type of their work classification, which includes “the world of labor markets, the informal sector, household labor, and volunteer work”, Tilly and Tilly defined volunteering as “unpaid work provided to parties to whom the worker owes no contractual, familial, or friendship obligations” (as cited in Wilson & Musick, 1997). Yet, volunteer work is a productive activity just as the paid labor market, built upon certain qualifications and performances (Wilson & Musick, 1997).

One type of approach defines the volunteering concept by emphasizing lack of rewards. Snyder and Omoto (2008) defined volunteering as; “Freely chosen and deliberate helping activities that extend over time, are engaged in without expectation of reward or other compensation and often through formal organizations, and that are performed on behalf of causes or individuals who desire assistance.” On the other hand, according to a different outlook, volunteering does not preclude volunteers from benefiting their work, even when the benefits include material rewards (Wilson, 2000). Similarly, Meier & Stutzer (2008) put forward two different types of rewards volunteers receive, namely intrinsic rewards like life satisfaction through helping others and extrinsic rewards like social network, human capital or social approval.

How does a person decide to be a volunteer? Early researches identified three factors that promote volunteerism among adults; namely altruistic values, social status and social integration (Wilson & Musick, 1997) Late studies, not moving too far from the early ones, are emphasizing three kinds of promoters, namely human, social and cultural capitals (Bang & Ross, 2009; Oesterle, Johnson & Mortimer, 2004). Based on human capital, it is argued that high social status brings more time and resources to involve in volunteer activities. Moreover, doing an act of good, brings respect within the society (Wilson, 2000). Social capital or social integration suggests that people tend to volunteer more if they are asked to. In families, schools, and workplaces, people interact with others, and they are influenced by attitudes and behaviors of others. Being with people who are already volunteers, may be a trigger to take action. Parents can be good role models for volunteering. Children of parents who volunteer are more likely to be volunteers than their peer (Bekkers, 2007). Cultural capital refers to the altruistic, moral, ethical and others oriented view of the volunteering. According to that, achieving self-actualization through giving others can be the activator a person seeks.

1.1.2. Self-Orientedness and Other-Orientedness

Reasons of individuals' interest on volunteering activities, triggered attention of social scientists for a long time (Cornelis, Van Hiel, & De Cremer, 2013; Penner, Dovidio, Piliavin, & Schroeder, 2005). Many studies were derived from functional analysis perspective, which emphasized the joint effect of individual and psychological motives on volunteering (Clary & Snyder, 1999). In that perspective, the most studied antecedents might be mentioned as demographic characteristics, self-esteem, career development, personality, and values (Liao-Troth, 2005; Wymer, 2003). However, among multiple motives, there emerged a substantial issue about whether volunteering intention stem from self-oriented or other-oriented concerns (Snyder & Omoto, 2009; Clary et al., 1998; Bennett, 1998).

Altruistic beliefs have been accepted as one of the major reasons of volunteer involvement (Beerli et al., 2004; Faircloth, 2005; Mowen & Sujan, 2005; Batson et al., 2002; Omoto & Snyder, 2002; Simon, Sturmer, & Steffens, 2000; Schram, 1985). In the current study, the term "other orientedness" is used instead of altruistic values, deliberately, to indicate the individuals' desire to consider and help others' in their volunteer decisions (Konrath et al, 2011). Supporting the same argument, Batson (1991) referred to volunteering as a means of increasing others' welfare or contributing to the community, besides all helpful behaviors. Similarly, in their research, Clary and Orenstein (1991) stated that volunteers were energized by other-orientedness. Bierhoff et al. (1991) merged altruistic tendency with personality traits and offered how some individuals, owning altruistic personality, commit themselves for a fair world by their strong sense of social responsibility and empathy.

On the other hand, according a contradictory view volunteering emerge not only from altruistic concerns but also egoistic motives (Clary & Snyder, 1999). In the current study, "self-orientedness" term is deliberately used, to define the individuals' concern for compensation such as mood improvement, enhancement of self-esteem or acquiring new skills (Konrath et al., 2011). Batson (1991) believed that, individuals volunteer for social and psychological rather than altruistic ideals. In a more comprehensive manner, it is proposed that the true nature of other-orientedness stem from individual's selfish wish to feel good, self-gratification and augmenting self-worth (Isen et al., 1978; Williamson & Clark, 1992). Moreover, further self-oriented benefits can be mentioned as, receiving compliments and escaping guiltiness (Schaller & Cialdini, 1988), increasing an individual's social capital by socializing and meeting new people (Andreoni 1990; Cnaan & Goldberg-Glen 1991; Glaeser et al. 2002; Freeman 1997; O'Connor, 1997; Govekar & Govekar 2002; Prouteau & Wolff 2007; Wilson & Musick 1999); gaining skills/training to enhance human capital, improving curriculum vitae, salary, career prospects, and re-entering into the labour market (Manetti et al, 2015; Hackl et al. 2007; Handy & Greenspan 2009; Musick & Wilson 2008), enhancing job competency and gaining experience (O'Connor, 1997), creating networks (Wymer, 1998), gathering training and exposing true self (Omoto & Snyder, 1995), feeling enjoyment and enhancing prestige

(Fisher & Cole, 1993), feeling useful and productive (Okun, 1994), advancing psychological and physical health especially among older volunteers (Greenfield & Marks 2004; Li and Ferraro 2006; Musick & Wilson 2008; Lum & Lightfoot, 2005; Musick & Wilson, 2003; Thoits & Hewitt 2001; Musick, Herzog & House, 1999).

In their research, Clary et al. (1998) proposed three general motives for volunteering as related to, career opportunities, personal development and social relationships, which are mainly self-related interests. In the literature, there exist an opposition for the self-orientedness nature of volunteering, however as Konrath et al. (2011) pointed out, rather than classifying the reasons of volunteering as bad or selfish, it is more meaningful to refer to these motives as individual or self-oriented which in the end leads to a productive output, as volunteering. Also, it is interesting to reveal that volunteers, who declare self-oriented motives, retain a volunteer status for longer periods than those who have other-oriented motives (Omoto & Snyder, 1995). In that perspective, indicating the right motive might be beneficial as for the organization, in terms of retention of volunteers. Also, in terms of communication Bennett & Kottasz (2001) suggest that egoistical advertising works more than altruistic advertising on both less and more altruistic people to activate their cognitive, affective, and conative responses.

Even though human beings are criticized for exerting behaviors primarily on self-concern, there is substantial evidence showing altruistic nature, as well (Cornelis et al., 2016; Kohn, 1990; Wuthnow, 1991; Batson, 1991). A more constructive view claims that, volunteers might be motivated by a combination of self-oriented and other-oriented concerns (Clary & Snyder, 1999; Smith et al, 1992; Cnaan & Goldberg-Glen, 1991). In that manner, though people volunteer in the same activities, they may have different goals (Unger, 1991). Moreover, other-oriented and self-oriented reasons may perform together to motivate individuals for volunteering. Besides showing concern and affection for others, people might also get pleasure from volunteering, by satisfying socialization or self-esteem needs (Boz & Palaz, 2007; Okun, Barr, & Herzog, 1998; Smith, 1994). Likewise, in their study, Wilson and Pimm (1996) suggested blending both individual benefits and organization's benefits, claiming that people are more likely to be activated by referring to both self-oriented and other-oriented motives. Batterham (2014) figures out that there is no significant difference between self-gain and altruistic terminology but problem terminology was more effective than positive terminology in recruiting volunteer via online advertising. Another interesting finding is proposed by Smith et al. (1992), such that people are reluctant to accept they have self-related motives on volunteering even though they have. In that perspective, even though individuals have both concerns for engaging volunteering activities, it is not always easy to indicate the right type of motive that is assertive.

2. RESEARCH METHODOLOGY

2.1. Research Design

Research methodology includes two empirical studies interlinked to each other. Thus, in that section, methodological information is presented with each study's findings.

2.1.1. Study 1 Research Design

The participants of the study were contacted through the organizations that they volunteer for. They were invited to participate in an online study after being informed about the aim of the research.

In the first part of the study, participants were provided with the advertisements of two fictional foundations that are trying to recruit new volunteers. The study employed a joint evaluation method in which all participants evaluated both ads. The ads were designed following a similar approach to that of Bennett and Kottasz (2001). One of the ads was for a biodiversity preservation foundation and the other was for a children's health foundation. One of the ads was developed with a self-oriented appeal, which mainly promotes the benefits a volunteer will obtain for himself/herself as a result of working for that foundation (e.g., making friends, building a strong network, feeling happier, developing skills in business life). The second ad was developed with an other-oriented appeal, which mainly promotes the benefits for others as a result of working for that foundation (e.g., raising public awareness, providing support to research). The translated volunteer recruitment ads for both foundations are provided in Appendix I.

The appeal type for each foundation was counterbalanced in order to avoid introduction of confounding factors. Half of the participants were presented with a biodiversity preservation foundation ad with a self-oriented appeal and a children's health foundation with an other-oriented focus. The other half was presented with a biodiversity preservation foundation ad with an other-oriented appeal and a children's health foundation with a self-oriented focus.

After reviewing each ad, participants were asked to respond to several questions about the message and the foundation using 5-point scales (1 = strongly disagree, 5 = strongly agree). In order to measure attitude towards the ads participants were asked whether they found the messages of the ads convincing, strong, likeable, and likely to encourage other people to volunteer. Participants' responses to these four items were summated to form a single "attitude towards the ad" scale, by referring to previously mentioned dimensions (Cronbach alpha = 0.835). Intention to volunteer was assessed by asking participants whether they would like to volunteer for the organizations mentioned in the ads. Issue involvement is also measured to control for the perceived importance of the purposes of different foundations for each

participant. Participants indicated to what extent they agree that the purpose of the foundation is important to them. As a manipulation check, participants were inquired about their evaluations of the focal benefits of the ad using a five-point semantic scale (1 = Benefits for the volunteer, 5 = benefits for the purpose of organization). Lastly demographic information, including age, gender, education, and work status was gathered.

In order to find volunteers for this study, 14 foundations and two corporate volunteering offices were contacted. People contacted from these organizations agreed to send the link of the online study to their volunteers. A total of 140 volunteers agreed to participate in the study. The final sample is composed of 38 male and 83 female participants, 19 of the participants did not mention their gender, with an average age of 32.4 ($SD = 6.4$). 102 of the participants held a minimum of an undergraduate degree and 59 of them were unemployed.

2.1.2. Study 2 Research Design

The procedure of study 2 was similar to that of study 1 however some changes in the experimental design were made. First, in addition to the two fictitious foundations that were presented to the participants in study 1, a foundation that deals with education is included in study 2. Ads with either a self-oriented appeal or an other-oriented appeal were prepared for this *Vocational Education for Everyone* Foundation (See Appendix II). Secondly, unlike the joint evaluation procedure of study 1, this study used a separate evaluation procedure. Therefore, study 2 employed a 3 (foundation type) by 2 (appeal type) between-subjects design. Participants were randomly assigned to one of 6 groups. In this study each participant of the study was presented with a single foundation with either a self-oriented appeal or an other-oriented appeal. The same measures that were employed in study 1, namely attitude towards the message (Cronbach alpha = 0,887), intention to volunteer, issue involvement along with the demographic inquiries. The manipulation check of study 1 was also employed. Additionally, participants were asked whether they have ever volunteered for an organization or not.

One hundred and sixty-eight university students participated in the second study. The students were offered extra credit to participate in the study. The sample is composed of 93 male and 70 female participants, five of the participants did not mention their gender. The average age of the sample is 20.8 ($SD = 2.7$).

3. RESULTS

3.1. Results of Study 1

In order to ensure that the self-oriented vs. other oriented message manipulation worked, we initially compared the means for participants' evaluations of the focus of the ad appeals. As

expected, participants perceived that the ads with an other-oriented appeal focus more on the benefits for the purpose of organization ($M = 4.18$, $SD = 1.02$) than the ads with a self-oriented appeal ($M = 2.68$, $SD = 1.45$) ($t(129) = -8.907$, $p < 0.01$).

A preliminary one-way ANOVA test was used to determine whether there is a main effect of foundation type. The attitudes towards the ad of the two foundation types were not significantly different for both self-oriented ads ($F=0.68$, $df=1,130$; $p>0.05$), and other-oriented ads ($F=1.415$, $df=1,130$; $p>0.05$). Similarly, the intention to volunteer to the two foundation types were not significantly different for both self-oriented ads ($F=0.27$, $df=1,130$; $p>0.05$), and other-oriented ads ($F=0.11$, $df=1,130$; $p>0.05$). The appeal type was also counterbalanced across organizations, yet there were no order effects.

A repeated measures analysis was made to compare the effect of self vs. other oriented appeal on attitude towards the ad and intention to volunteer. A linear mixed model procedure is employed since the self vs. other oriented ads were compared within subjects. Moreover, the attitude towards the ad and intention to volunteer were measured for two separate organizations for each participant, so participants' issue involvement with different organizations were included in the model as varying covariates.

Attitude towards the ad. The self vs. other appeal type did not create any difference on attitude towards the ad ($t[128.289] = 0.649$, $p > 0.05$). The covariate, issue involvement, had a significant effect on attitude towards the ad ($t[250.595] = 11.470$, $p < 0.01$).

Intention to volunteer. There was a significant difference in intention to volunteer between self-oriented and other-oriented ads after controlling for the effects of issue involvement for the participant ($t[123.796] = -3.361$, $p < 0.05$). Participants' intention to volunteer after reviewing the other-oriented ad was significantly higher ($M = 4.47$, $SD = 0.07$) than participants' intention to volunteer after reviewing the self-oriented ad ($M = 4.27$, $SD = 0.07$). The covariate, issue attitude, on the other hand once again had a significant effect on intention to volunteer ($t[256.251] = 8.221$, $p < 0.01$).

3.2. Results of Study 2

The means for the manipulation check were in the expected direction yet not significant ($F[1,165] = 2.420$, $p > 0.05$). Participants perceived the messages with an other-oriented appeal as focusing more on the benefits for the purpose of organization ($M = 3.73$, $SD = 1.31$) than the messages with a self-oriented appeal ($M = 3.41$, $SD = 1.34$).

In order to compare the effects of self vs. other-oriented appeal on attitude towards the ad and intention to volunteer univariate analysis of variance test was employed. The impact of the foundation type was also investigated in these analyses.

Attitude towards the ad. The impact of issue involvement on attitude towards the ad was significant ($F[1,161] = 18.857$, $p < 0.01$). There was no significant difference between the

attitude towards the self-oriented ad and the attitude towards the other-oriented ad ($F[1,161] = 0.001, p > 0.05$). Similarly, there were no significant differences in attitude towards the ad among the different foundations ($F [2,161] = 0.695, p > 0.05$).

Intention to volunteer. The results revealed that the effect of issue involvement was significant ($F[1,161] = 51.460, p < 0.01$). Participants' perceived importance of the foundation's cause had an impact on their intention to volunteer for this foundation. There were no significant differences in intentions among the different foundations ($F [2,161] = 1.222, p > 0.05$). There was a significant difference in intention to volunteer between self-oriented and other-oriented ads ($F[2,161] = 4.737, p < 0.05$). Participants' intention to volunteer after reviewing the self-oriented ad was significantly higher ($M = 3.64, SD = 0.12$) than participants' intention to volunteer after reviewing the other-oriented ad ($M = 3.28, SD = 0.12$).

4. DISCUSSION

Every new volunteer is an asset for the organization, but they come with a cost of marketing, training, and effort of the organization's team to bring them in. For this reason, retention of the current volunteers may be more important and profitable than recruiting new ones. In this respect, the most important result of the study 1 is that it has revealed that other-oriented messages are more effective on existing volunteers than self-oriented messages to ensure that they continue to volunteer.

The first study was designed so that the sample was exposed to both type of messages (self-oriented and other-oriented). Considering that the joint evaluation task may constitute a bias of, sensing the differences between messages and approaching to other-oriented message in a more favorable way than the self-oriented message, the second study was designed to assign participants randomly to different appeals using a between-subjects design.

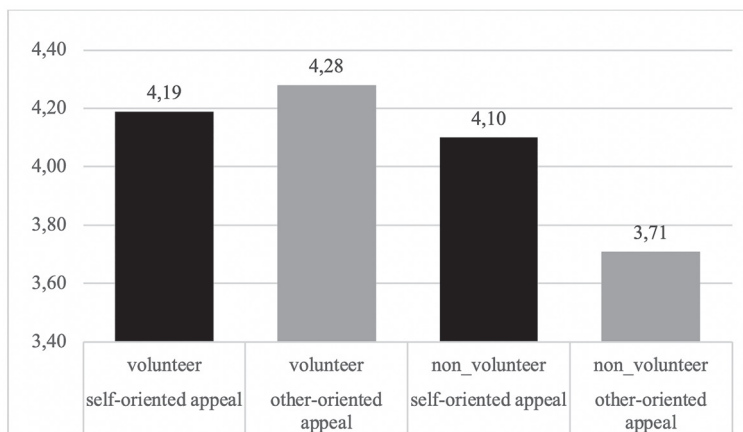
Moreover, prior studies reveal that university students' intentions for volunteering increases if they are confident of gathering relevant interests and if volunteering is perceived as a valuable experience, either to gather specific skills, to create networks or to flaunt while applying for prestigious companies (Clary et al., 1998; Stefanick et al., 2018). Consequently, it is probable that university students have different motives for volunteering. Therefore, university student sample was used in the next study for a better understanding of their tendencies.

The second study was designed on three different fictional organizations to explore how message appeal types of different causes affect the attendees' intentions of volunteering. It is revealed that to improve intentions to volunteer, organizations need a self-oriented message which promotes the personal benefits of volunteering.

In order to investigate this discrepancy of intention to volunteer between the two studies an exploratory follow-up analysis was made. The data from both studies were combined to gather the volunteer and student samples together. Prior volunteering experience was also

coded as an independent variable. Thus, this analysis aimed to reveal the impact of message appeal, foundation type and prior volunteering experience on intention to volunteer. The results of the univariate analysis of variance showed that, the covariate issue involvement was still significant for the whole sample ($F[1,346] = 49.404, p < 0.01$). There was a significant main effect of volunteering experience on intention to volunteer ($F[1,346] = 8.258, p < 0.01$) such that those who had prior volunteering experience had higher intention to volunteer ($M = 4.23, SD = 0.06$) than those who never volunteered ($M = 3.91, SD = 0.10$) after reviewing the ads. The main effect of organization type ($F[1,346] = 0.959, p > 0.05$) and the main effect of message appeal was not significant ($F[1,346] = 1.790, p > 0.05$). However the interaction effect between prior volunteering experience and message appeal was significant $F[1,346] = 4.232, p < 0.05$). For the significant interaction effect post-hoc analysis was conducted using Bonferroni correction. Pairwise comparisons demonstrated that non-volunteers' intention to volunteer was higher when presented with self-oriented appeal than when presented with an other-oriented appeal $F[1,346] = 4.135, p < 0.05$). The direction of this effect was opposite for volunteers yet it was not significant $F[1,346] = 0.467, p > 0.05$) (Figure 5).

Figure 5. Mean estimates of intention to volunteer across conditions



CONCLUSION

In both studies it has been found that attitudes towards the message did not differ between self-oriented or other-oriented appeals. In other words, respondents had positive attitudes towards both messages. Unlike the findings with attitudes, we found a significant effect of message appeal on intention to volunteer. The results of the first study, which had a sample of volunteers, indicated increased intentions with other-oriented messages. This finding is in line with early work which demonstrated that volunteers have greater empathy and self-esteem compared to non-volunteers, which in turn lead them to contribute to the well-being

of others (Wymer & Starnes, 2001). Therefore, it is not surprising to see how other-oriented message affected volunteers and increased the likelihood to volunteer for that organization. In the second study, examining the two appeal's intentional effects revealed conflicting results. Participants were found out to have higher intention to volunteer for the organizations when self-oriented messages were used. As functional analysis perspective suggests, individuals seeking to attain relevant personal benefits are more interested in involving certain rewarding activities rather than realizing potential ambiguous or irrelevant advantages and might volunteer often for egoistic reasons of self-improvement. (Clary & Synder, 1999; Chappell and Prince, 1997). The majority of the sample in the second study, consisted of individuals who did not have any volunteering experience. A follow-up analysis splitting the sample based on volunteering experience corroborated that, for those who never volunteered, self-oriented appeals induced higher intentions to volunteer compared to other-oriented appeals. In short, enlightened by previous research findings, this study validated how self-oriented message appeals are effective for creating volunteer intentions for non-volunteers. In that perspective, the most dramatic result of this study is how volunteers and non-volunteers differ to declare their volunteering intentions for two different appeals (self-oriented and other-oriented).

The different impacts of varying motive appeals on attitude towards the ads and intention to volunteer to the organizations is yet another interesting finding of the study. Although a similar effect of self-versus other-oriented appeal was expected for both attitude towards the ads and intention to volunteer, a significant effect was only revealed for intentions. As Smith & Swinyard (1983) put forward that attitude and behavior consistency tend to decrease when attitudes are formed based on advertising instead of first-hand experience with attitude objects, this study also corroborates that attitudes do not always operate in a parallel fashion with intentions. Consequently, the two variables should not be treated as close proxies.

For several reasons, the meaning and value of volunteering is underestimated. Either for satisfying individual's self-interest or responding to intrinsic need of helping others, volunteering creates value. However, the changing paradigms in volunteer motivations may create hard times for volunteer organizations. In that sense, this study provides insights for these organizations on how to tune their recruitment and retention strategies both for volunteers and non-volunteers. As for recruitment purposes, it is evident that non-volunteers are motivated more if the volunteering act is perceived as self-gratifying. So, if it is to gain new volunteers, organizations need to be encouraged to offer a range of personal benefits. Universities (for students) or companies (for employees) may act as motivators to turn non-volunteers to volunteers by promoting advantages of volunteering for the individuals, even encouraging and providing incentives for them. On the other hand, for retention strategies, organizations that are concerned with keeping existing volunteers, should develop other-oriented messages or events to keep their attention.

In the present study, even though it is found that for volunteers other-oriented message appeal is more effective, this finding is not corroborated within the follow up analysis. Further research might attempt to provide more support related to this finding. In addition to that importance attached to the objective of the hypothetical organizations was taken as a covariate; however other variables can also be studied as influence of social environment, personality traits, educational background, or family history on volunteering. Moreover, as further study, sociodemographic characteristics of individuals might be explored to indicate whether certain characteristics are affluent on self or other orientedness. Another dimension that could be investigated by future research is corporate volunteering. In study 1, volunteers were driven from mostly employees, however it is not questioned whether they do it for their company or for their personal desire. Involving in volunteering activities for the corporate is interesting in terms of its drivers, or differences from volunteering for individual purposes.

KENDİNE ODAKLI VE DİĞER ODAKLI MESAJ ÇEKİCİLİKLERİNİN GÖNÜLLÜLÜK ÜZERİNDEKİ DEĞİŞEN ETKİSİ

1. GİRİŞ

OECD'ye (2015) göre, ekonomik zorluklar ve sosyal kaygılara dair farkındalığın yaygınlaşması, son yıllarda birçok ülkede gönüllü sayısının artmasına neden olmaktadır. Birleşmiş Milletler Gönüllüler (UNV) Programı Türkiye ve Gençlik Hizmetleri Merkezi'nin raporuna göre Türk halkının yüzde 31'i diğer insanlara yardım etme eğilimindeyken, sadece yüzde 4'ü gönüllü faaliyetlere katılıyor (Türkiye'de Gönüllülük, 2013). Bu rakam, gönüllülük faaliyetlerini daha iyi teşvik etmenin ve gönüllülüğü daha yaygın hale getirmenin gerekliliğini göstermektedir.

Günümüzde kuruluşların çoğu, gönüllülüğün kişisel ve genel yararlarını web sayfalarında ve sosyal medya hesaplarında vurgularken, gönüllü toplama kampanyalarda daha çok kuruluşun desteklediği amaç ön plandadır. Yine de gönüllülüğün faydalı etkilerinin iletilmesi, toplanacak gönüllülerin sayısını artırmaya yardımcı olabilir. Bu çalışmanın amacı, gönüllü sayısını artıracak iletişim stratejilerinin etkinliğinde kendine ve diğer odaklı mesaj çekiciliklerinin etkisini incelemektir. Bu amaçla hayali kuruluşlar için hem kendine hem de diğer odaklı gönüllü toplama ilanları oluşturulmuştur. Deneysel bir yaklaşımla, farklı güdü çekiciliklerinin hem reklamlara yönelik tutumlar hem de kuruluşlar için gönüllü olma niyeti üzerindeki değişen etkisi ölçülmüştür.

Gönüllü çalışma, tıpkı belirli nitelikler ve performanslar üzerine inşa edilen ücretli işgücü piyasası gibi üretken bir faaliyettir (Wilson & Musick, 1997). Snyder ve Omoto (2008) gönüllülüğü; “Zamanla genişleyen, ödül veya başka bir karşılık beklemeden ve genellikle

resmi kuruluşlar aracılığıyla yürütülen ve amaçlar veya yardım isteyen kişiler adına gerçekleştirilen yardım faaliyetleri” olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde Meier ve Stutzer (2008) gönüllülerin elde ettiği iki farklı ödül türü olduğunu öne sürmüştür: başkalarına yardım ederek yaşam tatmini sağlamak gibi içsel ödüller ve sosyal ağ, insan sermayesi veya sosyal onay gibi dışsal ödüller.

Bireylerin gönüllülük faaliyetlerine ilgi duyma nedenleri, uzunca bir süredir sosyal bilimcilerin ilgisini çekmektedir (Cornelis, Van Hiel ve De Cremer, 2013; Penner, Dovidio, Piliavin ve Schroeder, 2005). Gönüllülük niyetinin kendine yönelik kaygılardan mı yoksa diğerlerine yönelik kaygılardan mı kaynaklandığı konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır (Snyder ve Omoto, 2009; Clary ve diğerleri, 1998; Bennett, 1998). Özgecil inançlar, gönüllü katılımın başlıca nedenlerinden biri olarak kabul edilmiştir (Beerli ve diğerleri, 2004; Faircloth, 2005; Mowen ve Sujun, 2005; Batson ve diğerleri, 2002; Omoto ve Snyder, 2002; Simon, Sturmer, & Steffens, 2000; Schram, 1985). Mevcut çalışmada, bireylerin gönüllü kararlarında diğerlerini dikkate alma ve onlara yardım etme isteklerini belirtmek için özgecil değerler için “diğer odaklılık” terimi kullanılmaktadır (Konrath ve diğerleri, 2011). Öte yandan, farklı bir görüşe göre gönüllülük sadece özgecil kaygılardan değil, aynı zamanda egoist güdülerden de ortaya çıkmaktadır (Clary ve Snyder, 1999). Mevcut çalışmada, bireylerin ruh halini iyileştirme, benlik saygısını artırma veya yeni beceriler edinme gibi hedeflerini tanımlamak için “kendine odaklılık” terimi kullanılmaktadır (Konrath ve diğerleri, 2011). Gönüllüler, kendine odaklı ve diğerine odaklı kaygıların bir kombinasyonu ile güdülenebilir (Clary & Snyder, 1999; Smith ve diğerleri, 1992; Cnaan & Goldberg-Glen, 1991). Bu bağlamda, insanlar aynı faaliyetlerde gönüllü olsalar da farklı amaçları olabilir (Unger, 1991). Ayrıca, bireyleri gönüllülüğe motive etmek için diğer odaklı ve kendine odaklı nedenler birlikte kullanılabilir. İnsanlar, başkalarına ilgi ve şefkat göstermenin yanı sıra, sosyalleşme veya özsaygı ihtiyaçlarını karşılayarak da gönüllü olmaktan zevk alabilirler (Boz ve Palaz, 2007; Okun, Barr ve Herzog, 1998; Smith, 1994).

2. YÖNTEM

Araştırma metodolojisi iki deneysel çalışmayı içermektedir. İlk çalışmada katılımcılarla gönüllü oldukları kuruluşlar aracılığıyla iletişime geçilmiştir. Katılımcılar araştırmanın amacı hakkında bilgilendirildikten sonra çevrimiçi bir araştırmaya katılmaya davet edilmişlerdir. Çalışmanın ilk bölümünde katılımcılara yeni gönüllüler kazanmaya çalışan iki hayali vakıf reklamları verilmiştir. İki farklı vakıf türü (biyolojik çeşitliliğin korunması, çocukların kalp sağlığı) için tasarlanan iki reklam kullanılmıştır. Bu reklamların biri kendine odaklı, ikincisi diğer odaklı olarak hazırlanmıştır. Çalışmada, tüm katılımcıların her iki reklamı da değerlendirdiği birlikte değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların reklamlara karşı tutumları ve gönüllü olma niyetleri ölçülmüştür. Toplam 140 gönüllü çalışmaya katılmayı kabul etmiştir.

İkinci çalışmanın prosedürü, ilk çalışmanıninkine benzerdir, ancak deney tasarımı bazı değişiklikler yapılmıştır. Birincisi, ilk çalışmada katılımcılara sunulan iki hayali vakfa ek olarak, ikinci çalışmada eğitimle ilgilenen bir vakıf dahil edilmiştir. İkincisi, ilk çalışmadaki birlikte değerlendirme prosedüründen farklı olarak, bu çalışmada ayrı bir değerlendirme prosedürü kullanılmıştır. İkinci çalışmaya 168 üniversite öğrencisi katılmıştır.

3. BULGULAR

İlk çalışmada vakıf tipinin temel bir etkisinin olup olmadığını belirlemek için öncelikle tek yönlü ANOVA testi kullanılmıştır. Vakıf tipinin anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Reklama yönelik tutum ve gönüllü olma niyeti üzerindeki kendine odaklı ve diğer odaklı mesaj çekiciliğinin etkisini karşılaştırmak için tekrarlanan bir ölçüm analizi yapıldı. Kendine odaklı ve diğer odaklı reklamlar arasında gönüllü olma niyeti açısından anlamlı bir fark vardı ($t[123.796] = -3.361, p < 0.05$). Katılımcıların diğer odaklı reklamı inceledikten sonra gönüllü olma niyetleri (Ort. = 4.47, SD = 0.07), katılımcıların kendilerine odaklı reklamı inceledikten sonra gönüllü olma niyetlerinden (Ort. = 4.27, SD = 0.07) önemli ölçüde daha yüksek çıkmıştır.

İkinci çalışmada, kendine ve diğer odaklı mesaj çekiciliğinin reklama yönelik tutum ve gönüllü olma niyeti üzerindeki etkilerini karşılaştırmak için tek değişkenli varyans analizi testi kullanıldı. Bu analizlerde vakıf tipinin etkisi de araştırılmıştır. Kendine odaklı ve diğer odaklı reklamlar arasında gönüllü olma niyetinde anlamlı bir fark vardır ($F[2,161] = 4.737, p < 0.05$). Katılımcıların kendilerine odaklı reklamı inceledikten sonra gönüllü olma niyetleri (Ort. = 3.64, SD = 0.12), katılımcıların diğer odaklı reklamı inceledikten sonra gönüllü olma niyetlerinden (Ort. = 3.28, SD = 0.12) önemli ölçüde daha yüksek çıkmıştır.

Daha sonra bir takip analizi yapılarak gönüllü ve öğrenci örneklemelerini bir araya getirmek için her iki çalışmadan elde edilen veriler birleştirilmiştir. Daha önceki gönüllülük deneyimi de bağımsız bir değişken olarak kodlanmıştır. Tek değişkenli varyans analizinin sonuçları, önceki gönüllülük deneyimi ile mesajın çekiciliği arasındaki etkileşim etkisinin anlamlı düzeyde olduğunu göstermiştir ($F[1,346] = 4.232, p < 0.05$). İkili karşılaştırmalar, gönüllü olmayanların gönüllü olma niyetinin, kendine odaklı bir mesaj ile sunulduğunda, diğer odaklı bir mesaj ile sunulduğundan daha yüksek olduğunu göstermiştir ($F[1,346] = 4.135, p < 0.05$).

4. TARTIŞMA

Yapılan her iki çalışmada da gönüllü kazanmaya yönelik ilanlara karşı tutumların kendine odaklı veya diğer odaklı mesajlar arasında farklılık göstermediği bulunmuştur. Başka bir deyişle, katılımcılar her iki mesaja yönelik olarak da olumlu tutuma sahiptir. Tutumlarla ilgili bulguların aksine, mesaj çekiciliğinin gönüllü olma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Bu bulgu, gönüllülerin gönüllü olmayanlara göre daha fazla empati ve özsay-

gıya sahip olduğunu ve bunun da onları başkalarının iyiliğine katkıda bulunmaya yönlendirdiğini gösteren ilk çalışmalarla uyumludur (Wymer & Starnes, 2001). İkinci çalışmadaki örneklemin büyük çoğunluğunu gönüllülük deneyimi olmayan bireyler oluşturmuştur. Kişinin kendisine odaklanan mesajlar kullanıldığında, katılımcıların kuruluşlara gönüllü olma niyetinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu açıdan bakıldığında, bu çalışmanın en çarpıcı sonucu, gönüllülerin ve gönüllü olmayanların iki farklı mesaj çekicilik noktası için (kendine odaklı ve diğer odaklı) gönüllülük niyetleri açısından farklılık gösterdiğidir.

SONUÇ

Gönüllülük, bireyin kişisel çıkarlarını tatmin etmek ya da başkalarına yardım etme konusundaki içsel ihtiyacına cevap vermek için değer yaratır. Ancak gönüllü motivasyonlarında değişen paradigmalara, gönüllü kuruluşlar için sıkıntı yaratabilir.

Gönüllü sayısını artıracak iletişim stratejilerinin etkinliğinde kendine ve diğer odaklı mesaj çekiciliklerinin etkisini incelemeye odaklanan bu çalışma, kuruluşlara hem yeni gönüllüler kazanma hem de mevcut gönüllüleri elde tutma konusunda fikir vermektedir. Yeni gönüllü kazanma amacıyla, gönüllülük eylemi kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak algılsa da, gönüllü olmayanların daha fazla motive olduğu açıktır. Bu nedenle, yeni gönüllüler kazanmak istiyorsa, kuruluşların bir dizi kişisel fayda sunmaya teşvik edilmesi gerekir. Üniversiteler (öğrenciler için) veya şirketler (çalışanlar için) bireyler için gönüllülüğün avantajlarını teşvik ederek gönüllü olmayanları gönüllülere dönüştürmek için motive edici olabilir. Öte yandan, mevcut gönüllüleri elde tutmakla ilgilenen kuruluşlar, gönüllülerin dikkatlerini çekmek için diğer odaklı mesajlar veya etkinlikler geliştirmelidir.

REFERENCES

- Antoni, G. (2009). Intrinsic vs. extrinsic motivations to volunteer and social capital formation. *Kyklos*, 62, 359–370. doi:10.1111/kykl.2009.62.issue-3
- Asah, S. T., & Blahna, D. J. (2012). Motivational functionalism and urban conservation stewardship: implications for volunteer involvement. *Conservation Letters*, 5(6), 470-477.
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer motivation and satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Batson, C. D. (1991). *The altruism question: Towards a social-psychological answer*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Batson, C. D., Ahmad, N., & Tsang, J. A. (2002). Four motives for community involvement. *Journal of Social Issues*, 58(3), 429-445.
- Batterham, P. J. (2014). Recruitment of mental health survey participants using Internet advertising: content, characteristics and cost effectiveness. *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 23(2), 184-191.

- Beerli, A., Díaz, G., & Martin, J. D. (2004). The behavioural consequences of self-congruency in volunteers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9(1), 28-48.
- Bekkers, R. (2007). Intergenerational transmission of volunteering. *Acta Sociologica*, 50(2), 99-114.
- Bennett, J. W. (1998). Classic anthropology. *American Anthropologist*, 100(4), 951-956.
- Bennett, R., & Kottasz, R. (2001). Advertisement style and the recruitment of charity volunteers. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 8(2), 45-63.
- Bierhoff, H. W., Klein, R., & Kramp, P. (1991). Evidence for the altruistic personality from data on accident research. *Journal of Personality*, 59(2), 263-280.
- Boz, I., & Palaz, S. (2007). Factors influencing the motivation of Turkey's community volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(4), 643-661.
- Bramston, P., Pretty, G., & Zammit, C. (2011). Assessing environmental stewardship motivation. *Environment and Behavior*, 43(6), 776-788.
- Briggs, E., Peterson, M., & Gregory, G. (2010). Toward a better understanding of volunteering for nonprofit organizations: Explaining volunteers' pro-social attitudes. *Journal of Macromarketing*, 30(1), 61-76. doi:10.1177/0276146709352220
- Bruyere, B., & Rappe, S. (2007). Identifying the motivations of environmental volunteers. *Journal of Environmental Planning and Management*, 50(4), 503-516.
- Burns, D. J., Reid, J. S., Toncar, M., Fawcett, J., & Anderson, C. (2006). Motivations to volunteer: The role of altruism. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 3(2), 79-91.
- Chappell, N. L., & Prince, M. J. (1997). Reasons why Canadian seniors volunteer. *Canadian Journal of Aging*, 16, 336-353.
- Clary, E. G., & Orenstein, L. (1991). The amount and effectiveness of help: The relationship of motives and abilities to helping behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 58-64.
- Clary, E. G., & Snyder, M. (1999). The motivations to volunteer: Theoretical and practical considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 8, 156-159.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516.
- Cnaan, R. A., & Goldberg-Glen, R. S. (1991). Measuring motivation to volunteer in human services. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(3), 269-284.
- Cornelis, I., Van Hiel, A., & De Cremer, D. (2013). Volunteer work in youth organizations: predicting distinct aspects of volunteering behavior from self-and other-oriented motives. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(2), 456-466.

- Erdoğan, E. (2017). Türkiye’de Gençlerin İyi Olma Hali. Retrieved from <http://habitatderneği.org/wp-content/uploads/turkiye-de-genclerin-iyi-olma-hali-raporu.pdf>
- Faircloth, J. B. (2005). Factors influencing nonprofit resource provider support decisions: applying the brand equity concept to nonprofits. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 13(3), 1-15.
- Fisher, J. C., & Cole, K. M. (1993). Leadership and management of volunteer programs: A guide for volunteer administrators. Jossey-Bass Inc., 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104-1310.
- For young adults. Retrieved from <https://www.oecd.org/els/family/CO4.1-Participation-voluntary-work.pdf>
- Gallup World Poll (2016). 2016 Global Civic Engagement Report. Retrieved from <https://news.gallup.com/reports/195581/global-civic-engagement-report-2016.aspx>
- Greenfield, E. A., & Marks, N. F. (2004). Formal volunteering as a protective factor for older adults’ psychological well-being. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 59(5), S258-S264.
- Hustinx, L., & Lammertyn, F. (2003). Collective and reflexive styles of volunteering: A sociological modernization perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 14, 167–187.
- Isen, A.M., Clark, M., Shalker, T.E. and Karp, L. (1978), Affect accessibility of material in memory and behaviour, *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1-12.
- Kohn, A. (1990). The brighter side of human nature. New York: Basic Books.
- Konrath, S. H., O’Brien, E. H., & Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 180-198.
- Liao-Troth, M. A. (2005). Are they here for the long haul? The effects of functional motives and personality factors on the psychological contracts of volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 34(4), 510-530.
- Lum, T. Y., & Lightfoot, E. (2005). The effects of volunteering on the physical and mental health of older people. *Research on aging*, 27(1), 31-55.
- Manetti, G., Bellucci, M., Como, E., & Bagnoli, L. (2015). Investing in volunteering: measuring social returns of volunteer recruitment, training and management. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(5), 2104-2129.
- Meier, S., & Stutzer, A. (2008). Is volunteering rewarding in itself?. *Economica*, 75(297), 39-59.
- Morrow-Howell, N., Hinterlong, J., Rozario, P. A., & Tang, F. (2003). Effects of volunteering on the well-being of older adults. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 58(3), S137-S145.

- Mowen, J. C., & Sujan, H. (2005). Volunteer behavior: A hierarchical model approach for investigating its trait and functional motive antecedents. *Journal of Consumer Psychology*, 15(2), 170-182.
- Musick, M. A., & Wilson, J. (2003). Volunteering and depression: The role of psychological and social resources in different age groups. *Social Science & Medicine*, 56(2), 259-269.
- Musick, M. A., & Wilson, J. (2007). *Volunteers: A social profile*. Indiana University Press.
- Musick, M. A., Herzog, A. R., & House, J. S. (1999). Volunteering and mortality among older adults: Findings from a national sample. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 54(3), S173-S180.
- O'Connor, P. (1997). Working with and recruiting volunteers as part of a fundraising strategy. *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 2 (4), 353-364.
- OECD (2015). Women are catching up to men in volunteering, and they engage in more altruistic voluntary activities. Retrieved from <http://www.oecd.org/gender/data/women-are-catching-up-to-men-in-volunteering-and-they-engage-in-more-altruistic-voluntary-activities.htm>
- OECD. (2014). CO4.1: Participation in voluntary work and membership of groups and organisations. Retrieved from <https://www.oecd.org/els/family/CO4.1-Participation-voluntary-work.pdf>
- Oesterle, S., Johnson, M. K., & Mortimer, J. T. (2004). Volunteerism during the transition to adulthood: A life course perspective. *Social Forces*, 82(3), 1123-1149.
- Okun, M. A. (1994). The relation between motives for organizational volunteering and frequency of volunteering by elders. *Journal of Applied Gerontology*, 13(2), 115-126.
- Okun, M. A., Barr, A., & Herzog, A. R. (1998). Motivation to volunteer by older adults: A test of competing measurement models. *Psychology and Aging*, 13, 608-621.
- Omoto, A. M., & Snyder, M. (1995). Sustained helping without obligation - Motivation, longevity of service, and perceived attitude-change among aids volunteers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 671-686.
- Omoto, A. M., & Snyder, M. (2002). Considerations of community: The context and process of volunteerism. *American Behavioral Scientist*, 45(5), 846-867.
- Onyx, J., & Warburton, J. (2003). Volunteering and health among older people: A review. *Australasian Journal on Ageing*, 22(2), 65-69.
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365-392.
- Peterson, D. K. (2004). Recruitment strategies for encouraging participation in corporate volunteer programs. *Journal of Business Ethics*, 49, 371-382.
- Pushkar, D., Reis, M., & Morros, M. (2002). Motivation, personality and well-being in older volunteers. *The International Journal of Aging and Human Development*, 55(2), 141-162.

- Schaller, M., & Cialdini, R. B. (1988). The economics of empathic helping: Support for a mood management motive. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24(2), 163-181.
- Schram, V. R. (1985). Motivating volunteers to participate. *Motivating Volunteers*. Vancouver Volunteer Centre, 13-30.
- Shields, P. O. (2009). Young adult volunteers: Recruitment appeals and other marketing considerations. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 21(2), 139-159.
- Shye, S. (2010). The motivation to volunteer: A systemic quality of life theory. *Social Indicators Research*, 98(2), 183-200.
- Simon, B., Stürmer, S., & Steffens, K. (2000). Helping individuals or group members? The role of individual and collective identification in AIDS volunteerism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(4), 497-506.
- Smith, C. P., Atkinson, J. W., McClelland, D. C., & Veroff, J. (1992). *Motivation and personality: Handbook of thematic content analysis*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Smith, D. H. (1994). Determinants of voluntary association participation and volunteering: A literature review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 23(3), 243-263.
- Smith, R. E., & Swinyard, W. R. (1983). Attitude-behavior consistency: The impact of product trial versus advertising. *Journal of Marketing Research*, 257-267.
- Snyder, M., & Omoto, A. M. (2008). Volunteerism: Social issues perspectives and social policy implications. *Social issues and policy review*, 2(1), 1-36.
- Snyder, M., Omoto, A. M., & Smith, D. M. (2009). The role of persuasion strategies in motivating individual and collective action. *The political psychology of democratic citizenship*, 125-150.
- Corporation for National and Community Service. Washington, DC: Office of Research and evaluation. Retrieved from <https://www.nationalservice.gov/sites/default/files/upload/>
- Stefanick, L., Best-Bertwistle, R., & Race, L. S. (2018). Retaining Volunteers in the Age of Precarious Work. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1-23.
- Türkiye’de Gönüllülük. 2013. Retrieved from <http://www.tr.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>
- Türkiye’de Gönüllülük. 2017. Retrieved from <https://www.xsights.co.uk/tr/turkiyede-gonulluluk-7637/>
- Unger, L. S. (1991). Altruism as a motivation to volunteer. *Journal of Economic Psychology*, 12(1), 71-100.
- Van Willigen, M. (2000). Differential benefits of volunteering across the life course. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 55(5), S308-S318.

- Wheeler, J. A., Gorey, K. M., & Greenblatt, B. (1998). The beneficial effects of volunteering for older volunteers and the people they serve: A meta-analysis. *The International Journal of Aging and Human Development*, 47(1), 69-79.
- Williamson, G. M., & Clark, M. S. (1992). Impact of desired relationship type on affective reactions to choosing and being required to help. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 10-18.
- Wilson, A. and Pimm, G. (1996), The tyranny of the volunteer: The care and feeding of voluntary workforces, *Management Decision*, 34 (4), 24-40.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual review of sociology*, 26(1), 215-240.
- Wilson, J. (2012). Volunteerism research: A review essay. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(2), 176-212.
- Wilson, J., & Musick, M. (1997). Who cares? Toward an integrated theory of volunteer work. *American Sociological Review*, 694-713.
- Wuthnow, R. (1991). Acts of compassion. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Wymer Jr, W. W. (2003). Differentiating literacy volunteers: A segmentation analysis for target marketing. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(3), 267-285.
- Wymer, W. W., Jr., & Starnes, B. J. (2001). Conceptual foundations and practical guidelines for recruiting volunteers to serve in local nonprofit organizations: Part I. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* Part I, 9(1/2), 63–96. doi:10.1300/J054v09n01_05
- Wymer, W.W. (1998), Youth development volunteers: Their motives, how they differ from other volunteers and correlates of involvement intensity, *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 3 (4), 321-366.

Appendix I

Self-oriented Ad appeals

Biodiversity Protection Association is Looking for Volunteers

Biodiversity Conservation Association is running programs to protect ecosystems around Turkey since 2008. Research shows that volunteering makes people feel happier because it gives them a sense of purpose. Volunteering for a cause can be a great way to meet people, who have similar thoughts and are inspiring, and to make friends with them. In addition, your experiences of volunteerism are indicative of your willingness to contribute to a cause along with a strong sense of social responsibility, which might be appreciated by your future employers in your job applications. How about becoming a part of this organization, meeting new people, building a strong network and develop skills in business life with tasks you employ? In addition to the unique experience you will receive, you will also be awed by the fulfillment of protecting a healthy ecosystem and the spiritual satisfaction of helping the plants and animals facing the danger of extinction. Becoming a part of this organization, you can also feel the pride of belonging to a community that acts with a similar sense of social responsibility in the field of environment.

With the activities of the association, the continuity of the natural fauna and flora in 15 regions that was at risk was ensured in 10 years. We need volunteers to work with us to protect more areas. You can work in the office work of the association, you can train in the programs aimed at increasing the awareness of biodiversity, you can follow the online systems developed for biodiversity protection remotely or you can go to the regions under risk and take care to protect the ecosystems. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we'll call you.

Pediatric Heart Health Association is Looking for Volunteers

The Pediatric Heart Health Association is an association founded in 2008 to engage in research, training and development in the field of pediatric cardiology and cardiac surgery.

Research shows that volunteering makes people feel happier because it gives them a sense of purpose. Volunteering for a cause can be a great way to meet people, who have similar thoughts and are inspiring, and to make friends with them. In addition, your experiences of volunteerism are indicative of your willingness to contribute to a cause along with a strong sense of social responsibility, which might be appreciated by your future employers in your job applications. How about becoming a part of this organization, meeting new people, building a strong network and develop skills in business life with tasks you employ? In addition to the unique experience you will receive, you will also be awed by the spiritual satisfaction of giving hope and information to our heart-sick children and their families. Becoming a part of this organization, you can also feel the pride of belonging to a community that acts with a similar sense of social responsibility.

The Association has organized 87 "Children's Heart Health" symposia in 42 provinces in 10 years and has established a platform for solidarity among children and their families with heart disease. We need volunteers to work with us to increase these projects. You can work in the office works of the association, you can participate in the planning and coordination part of child heart health awareness seminar studies, and you can take part in communication and activity studies in the heart patients and their families' platform. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we'll call you.

Other-oriented Ad appeals

Biodiversity Protection Association is Looking for Volunteers

Biodiversity Conservation Association is running programs to protect ecosystems around Turkey since 2008.

Biodiversity conservation programs aim to preserve ecosystems in a healthy manner and leave a better and livable world for future generations. Moreover, achieving sustainable development while reducing vulnerability to climate change is one of the objectives of the programs. Adopting the view that "Biodiversity is Life and preserving biological variety is crucial for our Life", the volunteers of the association extend the helping hand to the plants and animals facing risk of extinction. How about becoming a part of these programs, and doing an act of good by being beneficial to the environment?

With the activities of the association, the continuity of the natural fauna and flora in 15 regions that was at risk was ensured in 10 years. We need volunteers to work with us to protect more areas. You can work in the office work of the association, you can train in the programs aimed at increasing the awareness of biodiversity, you can follow the online systems developed for biodiversity protection remotely or you can go to the regions under risk and take care to protect the ecosystems. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we'll call you.

Pediatric Heart Health Association is Looking for Volunteers

The Pediatric Heart Health Association is an association founded in 2008 to engage in research, training and development in the field of pediatric cardiology and cardiac surgery.

The association aims to raise public awareness about cardiovascular diseases in children. It is also one of the goals of the association to provide support to research and development activities that will enable the diagnosis and treatment of cardiovascular diseases in children. Association volunteers, who adopt the motto “Healthy children, healthy generations”, continue their efforts to give hope to our children with heart disease and information to their families. How about becoming a part of these programs, and doing an act of good by being beneficial to public health?

The Association has organized 87 “Children’s Heart Health” symposia in 42 provinces in 10 years and has established a platform for solidarity among children and their families with heart disease. We need volunteers to work with us to increase these projects. You can work in the office works of the association, you can participate in the planning and coordination part of child heart health awareness seminar studies, and you can take part in communication and activity studies in the heart patients and their families’ platform. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we’ll call you.

Appendix II

Self-oriented Ad appeal

Vocational Education for Everyone Foundation is Looking for Volunteers

Vocational Education for Everyone Foundation, is organizing vocational training all over Turkey since 2008. Research shows that volunteering makes people feel happier because it gives them a sense of purpose. Volunteering for a cause can be a great way to meet people, who have similar thoughts and are inspiring, and to make friends with them. In addition, your experiences of volunteerism are indicative of your willingness to contribute to a cause along with a strong sense of social responsibility which might be appreciated by your future employers in your job applications. How about becoming a part of this organization, meeting new people, building a strong network and develop skills in business life with tasks you employ? In addition to the unique experience you will receive, you will also be awed by the spiritual satisfaction of helping people in need and fulfillment of contributing to the national economy. Becoming a part of this organization, you can also feel the pride of belonging to a community that acts with a similar sense of social responsibility in the field of education.

With the work of the foundation, 1,500 people have received a professional certificate in 10 years. To increase this number, we need volunteers to work with us. You can work in the office works of the foundation, you can be an instructor in the appropriate courses, you can take part in the planning and coordination part of the training studies. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we’ll call you.

Other-oriented Ad appeal

Vocational Education for Everyone Foundation is Looking for Volunteers

Vocational Education for Everyone Foundation, is organizing vocational training all over Turkey since 2008. The foundation believes that the increase in the number of people with a profession will directly affect the production and prosperity of the country. With its motto “Let’s make sure no one remains without an occupation”, the foundation continues to work with all its strength to contribute to reducing unemployment and to enable individuals to participate in economic life. Volunteers of the association extend their hand to many different sections of society, especially young people who have not completed their education and women who could not participate in the work life. How about becoming a part of these programs, and doing good for the community?

With the work of the foundation, 1,500 people have received a professional certificate in 10 years. To increase this number, we need volunteers to work with us. You can work in the office works of the foundation, you can be an instructor in the appropriate courses, and you can take part in the planning and coordination part of the training studies. For volunteering even just an hour a week is enough!

Fill out the form and we’ll call you.

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

- RESEARCH ARTICLE -

**DETERMINING THE COUNTRY-SPECIFIC VARIABLES
AFFECTING THE MARKET VALUE OF TURKISH
EUROBONDS: NARDL APPROACH**

Fatih YİĞİT¹ & İsmail CANÖZ²

Abstract

This study aims to determine the country-specific variables influencing the market value of eurobonds issued by the Republic of Turkey Ministry of Treasury and Finance. The research covers the period from January 2012 to June 2020. For the study, the 102-month time series are analyzed with the NARDL model. Parallel to the model, independent variables are decomposed into positive and negative shocks, and these components are added to the model. Thus, the existence of a significant asymmetric cointegration relationship is investigated. The results of the bounds test prove that there is a long-term cointegrated relationship among variables. According to the findings, the negative and positive shocks of credit default swap in both the short and long term significantly affect the Turkish eurobond market value. However, the negative shock has a more significant impact. The negative shock of total international reserves in the short term and the negative shock of the current account in the long term significantly affect the Turkish eurobond market value. On the other hand, low bond issuance costs during low CDS periods will encourage the Turkish government to issue eurobonds. In that case, the market value of the Turkish eurobond will rise. Contrary to the significant and positive relationship between inflation and eurobond return in the literature, the Consumer Price Index does not significantly affect Turkey's eurobond prices. Similarly, although it is argued that the budget balance significantly affects the yields of government bonds, the findings of the study show otherwise; it does not have a significant impact on eurobond market value.

Keywords: Eurobond, Credit Default Swap, Asymmetric Relationship, NARDL, Cointegration.

JEL Codes: C58, G12, H63.

Başvuru: 10.10.2020

Kabul: 16.04.2021

** We would like to thank the reviewers for their valuable, constructive, helpful comments and suggestions. We would also like to thank the editorial team for their interest.*

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi SBF İşletme Bölümü, İstanbul TÜRKİYE, fatih.yigit@medeniyet.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1988-7962>

2 Arş. Gör., İstanbul Medeniyet Üniversitesi SBF İşletme Bölümü, İstanbul TÜRKİYE, ismail.canoz@medeniyet.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3351-6754>

TÜRK AVROVİLLERİNİN PİYASA DEĞERİNİ ETKİLEYEN ÜLKEYE ÖZGÜ DEĞİŞKENLERİN BELİRLENMESİ: NARDL YAKLAŞIMI³

Öz

Bu çalışmanın amacı, TC Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından ihraç edilen avrovillelerin piyasa değerini etkileyen ülkeye özgü değişkenleri belirlemektir. Çalışma Ocak 2012'den Haziran 2020'ye kadar olan dönemi kapsamaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, 102 aylık zaman serisi verileri NARDL modeli ile analiz edilmektedir. Modele uygun olarak, bağımsız değişkenler pozitif ve negatif şoklarına ayrıştırılmaktadır ve elde edilen bu bileşenler modele eklenmektedir. Böylece anlamlı bir asimetric eşbütünleşme ilişkisinin varlığı araştırılmaktadır. Sınır testinin sonuçları değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünleşik bir ilişkinin olduğunu kanıtlamaktadır. Bulgulara göre, hem kısa hem de uzun dönemde kredi temerrüt takasının negatif ve pozitif şokları Türk avrovillerinin piyasa değerini anlamlı şekilde etkilemektedir, ancak negatif şokun etkisi daha fazladır. Ek olarak, kısa dönemde toplam uluslararası rezervlerin negatif şoku, uzun dönemde ise cari işlemler hesabının negatif şoku Türk avrovillerinin piyasa değerini anlamlı şekilde etkilemektedir. Öte yandan, düşük CDS dönemlerinde, ihraç maliyetlerinin düşük olması Türkiye'yi avrovil ihraç etmeye teşvik edecektir. Bu durumda Türkiye'nin avrovil piyasa değeri artacaktır. Literatürdeki enflasyon ile avrovil getirisi arasındaki anlamlı ve pozitif ilişkinin aksine, Tüketici Fiyat Endeksi Türkiye'nin avrovil fiyatlarını anlamlı şekilde etkilememektedir. Benzer şekilde, bütçe dengesinin devlet tahvillerinin getirilerini önemli ölçüde etkilediği iddia edilmekle birlikte, çalışmanın bulguları aksini göstermektedir; bütçe dengesi avrovil piyasa değeri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Anahtar Kelimeler: Avrovil, Kredi Temerrüt Takası, Asimetric İlişki, NARDL, Eşbütünleşme.

JEL Kodları: C58, G12, H63.

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

** Makalemizin değerlendirme sürecinde emeği geçen hakemlere değerli, yapıcı ve yardımcı yorum ve önerileri için şükranlarımızı sunarız. Ayrıca yayın ekibine de ilgilerinden dolayı teşekkür ederiz.*

1. INTRODUCTION

The euromarkets, which are not dependent on any country's monetary authority, consists of the euro currency markets where short-term transactions are made and the eurobond markets where long-term transactions are made. Eurobonds are securities issued without restriction in

3 Genişletilmiş Türkçe Özet, İngilizce makalenin aşagısında yer almaktadır.

an internationally recognized currency and guaranteed by an international consortium (Finerty & Nunn, 1985: 23). Thanks to its no less stringent regulations, the eurobond market has been booming in attracting different types of borrowers from domestic markets. This market offers more financing flexibility for borrowers and better diversification for investors. These opportunities contribute to the continuous development of new types of financial instruments such as bond swaps and convertible bonds and improving the structure of traditional instruments issued and traded in national markets. The leading issuers of the eurobond are multinational corporations, governments, and international organizations. Governments are among the most important actors borrowing from the eurobond market. They often turn to these markets to finance individual projects and current account deficits or increase their foreign exchange reserves (Amira, 2004: 795). Turkey has also been tended many times the eurobond market and becomes one of its major issuers. Via the Eurobond markets' possibilities, such as the flexibilities and the long-term ability to borrow, Turkey tends to them. Thus, an essential source of external funding is provided for the financial sustainability of the Treasury.

This study aims to determine the country-specific macro variables affecting the market value of eurobonds issued by the Republic of Turkey Ministry of Treasury and Finance. Researchers and readers can evaluate the contribution of the study to the literature in three points. Firstly, determining the variables found to affect the eurobond market value provides investors with the indicators they should consider. It reveals the variables affecting capital costs to create external funds for the governments. Secondly, we implement an asymmetric model in line with the purpose of the study provides the opportunity to obtain a piece of broader information, unlike the symmetric models using relatively frequently in the literature. In parallel to this objective, we include the negative and positive shocks or components of the model variables. Based on the argument that the effect and power of negative and positive shocks on a dependent variable will not be the same, we can measure their impact and compare their impact strength. Thirdly, although there are frequent researches for various securities in the local literature, we have observed very few studies focusing on eurobonds. In this respect, the research contains originality and contributes to the literature.

In line with the purpose of the research, we organize the study as follows. The first subtitle, based on the literature of factors influencing the securities returns, focuses on the variables' theoretical background in different categories explaining the government bond yield. In the second subtitle of the introduction, we offer an exhaustive literature review that empirically deals with eurobonds supplied by governments. In the second main title following the introduction, we submit the data and explain the methodology. In the third main title, we apply the method for the data set we collected and report the findings, and we discuss them in the fourth main title. We conclude the research by carrying out some assessments connected to the variables influencing the market value of Turkish eurobonds.

1.1. Theoretical Framework

The yields of eurobonds in free markets, where there are no restrictions on international capital flows, should not be different from those of bonds with equivalent risk in the same currency in the domestic market. Otherwise, borrowers attempt to issue their bonds with lower returns, and investors desire to shift their funds to markets with a higher return. These preferences of borrowers and investors ensure that the rates in both markets are the same. Whence, this arbitrage opportunity makes sure that the two markets are fully integrated after a while. According to the arbitrage approach, equally risky securities cannot be bought and sold at different prices in competing markets. Nevertheless, suppose efficient arbitrage is blocked by asymmetric information or government constraints. In that case, the two markets will be segmented to some extent, and the returns of “equally risky” local bonds and eurobonds will be different (Finnerty & Nunn, 1985: 24).

Adedeji and McCosh (1995: 1108) point out that eight forces are known to affect returns on investments in the literature, specifying that most, if not all, apply to eurobonds. The first of the eight forces is the default risk, which Modigliani and Miller (1958) claimed to be positively associated with securities returns. The second force is the combination of the risk-free interest rate and systematic risk defined in the Capital Assets Pricing Model (CAPM). The systematic risk studied by Sharpe (1964) is due to the volatility of returns. The combination of them is expected to be positively associated with eurobond returns. The third force is the securities effect. Jensen and Meckling (1976) and other proponents of the Agency Theory anticipate a reduction in the yield on securities, associated with the awareness of the rights and obligations in the principal-agent contract and the agency relationship’s reduced costs.

Fisher (1959) claims that inflation, described as the fourth force, positively affects returns and talks about the first time’s maturity effect. The longer the maturity, defined as the fifth force, the higher the return is expected. Liquidity Preference Theory is the primary motivation source of interest payment frequency, which is the sixth force. Suppose two bonds are paying the same interest. *Ceteris paribus*, the price of a multi-paying bond during the year will be higher than the bond that only pays at the end of the year. Solnik (1983), who mentions the last two forces’ existence, suggests that the country effect and the exchange rate risk are two factors to be taken into account in determining securities’ prices. Even though the country effect can be positively or negatively associated with the yield on securities, exchange rate risk is expected to be positively associated. To summarize, considering the findings of the studies on bond yields, a positive relationship is expected between default risk, the combination of systematic risk and risk-free interest rate, inflation, maturity, exchange rate risk, and the bond yield. Findings on the impacts of securities and country effects on the bond yield are not coherent with each other. Finally, a negative relationship is expected between the frequency of interest payments and the bond yield (Adedeji & McCosh, 1995: 1107-1109).

Min et al. (2003: 273-275) mention that three variables impress developing countries' bond yield margins. These are liquidity and solvency variables, macroeconomic factors, and exogenous shocks. The variables making up the first group can be categorized as follows: Import, export, external debt ratio, international reserves, GNP, current account, and debt service ratio. The second group variables can be grouped as follows: Inflation, terms of trade, and real exchange rate. External shocks, expressed as the last and third category, include US Treasury bill rates and actual oil prices. Amira (2004), on the other hand, emphasizes that five factors affect the bond yield margin in the light of the findings obtained from the literature review. They can be listed as follows: Maturity, size of the issue, call option, credit rating, and borrowing frequency. Depending on the Liquidity Preference Theory, a positive relationship is expected between maturity and return. Long-term fixed-rate bonds offer higher returns to minimize the risk, as they will be subject to more price volatility than short-term bonds. Fisher (1959) uses the security size as an indicator for the issue's liquidity or marketability. He puts it the size of the unpaid bonds decreases the yield margin and increases the probability of an active market for issuers. Ferri (1979), another contributor, argues that the borrower must pay higher premiums inasmuch it protects against decreases in interest rates with the call option.

Many researchers point to the role of country-specific macroeconomic factors in explaining changes in credit risk margins. Edwards (1984), who examines the factors taken into account in channeling international financial resources to developing countries, defend that lenders in euromarkets pay attention to some of the risk characteristics of borrowers. Accordingly, the external debt ratio and debt service ratio positively affect the credit risk margin, while international reserves and investment risk appetite negatively affect. Min (1999), who investigated the factors affecting the bond yield margin in developing countries in the 1990s, reveals the importance of a comprehensive set of macroeconomic variables as follows: domestic inflation rate, net foreign assets, terms of trade index, and real exchange rate.

The neo-classical theory claims that the cash flow from developed countries to developing countries is a high yield. Conversely, Lucas (1990: 92-96) interprets it as a paradox that the lion's share of investments is canalized in developed countries rather than developing countries with high returns. Those who support this view have elicited the invalidity of the Neo-classical claim with many empirical studies. Most researchers now acknowledge that capital flows are driven by both "push" factors from countries where lenders reside and "pull" factors from borrowing countries (Senga et al., 2018: 49).

1.2. Literature Review

Finnerty and Nunn (1985) check out the relationship between interest rates in the eurobond market and compare them with the US bond market interest rates. Moreover, they aim to detect the determinants of eurobond interest rates in different rating categories using the

regression model. Considering the study's findings, they discover that the yield margins of eurobonds are lower than those issued in the US market. They also find that coupon payments positively affect the eurobond return margins in all rating categories.

Adedeji and McCosh (1995) peruse the impact of interest payment frequency, the security of the bond, maturity, default risk, and country risk on eurobond returns. For this purpose, they test a data set of eight countries. They conclude that all variables, except for a Moody's rating in the range B or C, are significantly associated with eurobond returns.

Min et al. (2003) scrutinize the effects of liquidity and solvency variables, macroeconomic factors, and exogenous shocks on eleven emerging economies' bond yield margins. The findings demonstrate that liquidity and solvency variables and macroeconomic factors explain most bond yield margin changes. Besides, the change in the US interest rate explains the yield margin changes in emerging economies.

Amira (2004), whose goal to determine the factors determining the yield margins of eurobonds, investigates the eurobond issues of 38 countries. Accordingly, they analyze the monthly data set from January 1991 to November 2000 with the regression model. They confirm that eurobond yield margins are determined by country-specific credit ratings of Moody's and Standard & Poor's and some country-specific macroeconomic indicators. Macroeconomic indicators are inflation, budget balance, current account balance, and GDP per capita.

Clark and Lakshmi (2006) examined the determinants of Indian eurobond prices and tested a data set belonging to 1990-1992 by using the regression model. According to the model findings, the only factor affecting Indian eurobonds during the relevant period is the risk-free rate change.

Baldacci et al. (2008) delve into the variables explaining the country risk premium measured as the government bond yield margin in their study covering 30 emerging economies. To achieve this goal, they use a panel data set covering the period from 1997 to 2007. Findings present that the effects of financial variables on country risk premium are more significant than political risk factors.

Buket (2009), who uses a data set containing the period from January 2003 to October 2008, intends to determine Turkey's internal and external factors affecting the eurobond yield margin. To achieve this purpose, the author utilizes the JP Morgan EMBI Turkey Index representing the eurobond yield margin. This index is negatively associated with 10-year US bond yields in the model used daily data, positively related to the VIX index. In the model used monthly data, the VIX index and the ratio of net international reserves to GDP significantly affect it.

Using daily data from January 1999 to March 2007, Imer-Ertunga (2010) controls the relationship between EMBIG Indices of seven developing countries and 10-year US bond returns. The author employs correlation, Granger causality, and panel probit methods to test

this. Panel probit forecasts prove that rises in 10-year US bond yields increase the likelihood of volatility in EMBIG indices' returns. On the other hand, the correlation and Granger causality methods' findings indicate that the effect of 10-year US bond returns on the returns of EMBIG indices is not significant.

Implementing the Bayesian Model Averaging method, Maltritz (2012) analyses the government bond yield margins of EU Economic and Monetary Union member countries from 1999 to 2009. The findings suggest that the country-specific variables influencing the government bond yield margin are trade balance, budget balance, and public debt. It is concluded that global financing conditions represented by the US interest rate and market sentiment expressed by corporate bond yield margins also affect government bond yield margins.

Another notable research by Feyen et al. (2015) shed light on the importance of bond-specific characteristics in determining emerging economies' international bond returns in the primary market. Their analysis controlled global and country-specific factors, and they benefit a sample of 71 countries between 2000 and 2014. The findings display that bonds' maturity has a statistically significant and positive effect on primary market returns, but bond size does not.

Presbitero et al. (2016), who check the determinants of the bond issuance power of developing countries and the factors affecting their bonds' yield margins, operate an observation of 105 developing countries from 1995 to 2014. The findings indicate that economically advanced countries, have a higher per capita GNP, have lower public debt, and have management effectiveness are more likely to issue bonds. In addition to this find, countries with strong financial positions, strong economic growth, and management effectiveness have lower government bond yield margins. They are more likely to issue bonds during times of high global liquidity and commodity prices.

Senga et al. (2018) research the variables affecting the secondary market eurobond returns of 14 Sub-Saharan African countries. Accordingly, they analyze the data covering the period from January 2008 to June 2017 and divide it into three categories: global factors, country-specific factors, and eurobond-specific factors. They apply a panel error correction model as the analysis method. Model results demonstrate that country-specific factors such as inflation and GDP growth are more significant than factors in other categories explaining eurobond performance. When global and country-specific factors are included in the model, it is observed that eurobond-specific factors do not have a significant effect. Similarly, Senga and Cassimon (2019) examine the spillover effects of Sub-Saharan African countries among secondary market eurobond returns. The results prove that there are essential contagion effects among the eurobonds yields and that the returns are sensitive to considerable economic developments and sensational news.

2. METHODOLOGY

2.1. Data Set

In this study, we select the country-specific variables predicted to affect the Turkish eurobond market value, resulting from the relevant literature review. While collecting data sets, we target to test the most extensive period possible. For this reason, we consider 102-monthly time-series data from January 2012 to June 2020. Country-specific variables are in the Table 1 below. The table also includes the abbreviations for variables in the following sections of the study and sources of variables.

Table 1: The Variables and Data Set

Variables	Abbreviation	Components	Unit	Source
Turkish Eurobonds Market Value	TREB		\$	EVDS
Credit Default Swap	CDS	CDS ⁻ , CDS ⁺	%	DataStream
Current Account	CIH	CIH ⁻ , CIH ⁺	\$	EVDS
General Government Balance	GBD	GBD ⁻ , GBD ⁺	\$	EVDS
Consumer Price Index	TUFE	TUFE ⁻ , TUFE ⁺	%	EVDS
Total International Reserve	TUR	TUR ⁻ , TUR ⁺	\$	EVDS

Note: The negatively signed component defines the variable's negative shock, and the positively signed component defines the positive shock of the variable.

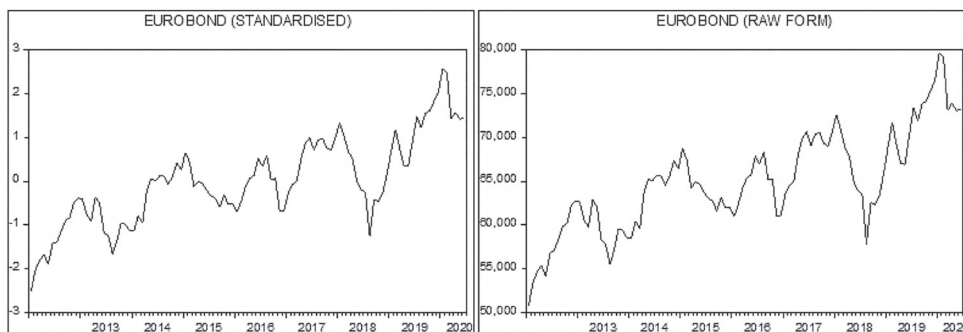
Since the data in different units would make it difficult to interpret the analysis results, we include standardized forms of the data instead of their raw forms. We perform the standardization process by creating a new time series formed by subtracting each value in the time series from the whole series's average and dividing it by the standard deviation of the entire series. There is no loss of information in the new time series resulting from this process. The readers can compare the figures below regarding both the actual market values and the standardized market values of the Turkish eurobonds.

If the raw values and standardized values of the eurobonds are compared in Figure 1, the only difference is that the actual value has shrunk. We implement the same operation to all independent variables, making it easier to interpret the model output.

2.2. Method

With their studies supporting each other, Pesaran et al. (1999) and Pesaran et al. (2001) propose the ARDL model (Autoregressive Distributed Lag Model) by designing a linear

Figure 1: Real Market Value and Standardized Value of Turkish Eurobonds (January 2012-June 2020)



model to test the cointegration relationship. The emergence idea of the ARDL model is that it provides more flexibility compared to the cointegration models introduced previously. The advantage of the model is that it tests both the short and long-term cointegration relationship. In order to estimate a long-term cointegration relationship between variables using the ARDL approach, it is necessary to follow these two steps, respectively. The first step should be to test whether there is a long-term cointegration relationship between all variables. The “Bounds Test” is used to detect this. If a long-term cointegration relationship is determined, the long-run coefficient output created by the ARDL model for independent variables should be examined in the second step. On the other hand, the ARDL model also allows defining the short-term relationship. Via this advantage, the model can be classified as an error correction model.

In the ARDL approach, the dependent variable should be stationary at the first difference, while independent variables should be stationary at the level or the first difference. In contrast, the variables cannot be stationary at the second difference. The lag length is added to this model for both endogenous and exogenous variables, thus eliminating endogeneity problems. In this regard, the model offers consistent and efficient outputs. The lag length for endogenous and exogenous variables can be determined automatically or with information criteria by establishing a VAR model.

Shin et al. (2014) argue that a dependent variable will not react to the negative and positive effects of independent variables at the same scale and propose the NARDL (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model) approach by following the ARDL methodology. The theoretical and methodological logic to be followed in the NARDL is the same as in ARDL. The difference between them is that positive and negative shocks of independent variables are included in the NARDL model.

In the NARDL approach, the first test for the independent variables’ negative and positive components is to check their stationarity levels, as stated above for the ARDL model. If the stationary condition is fulfilled, the step to be followed is to test the existence of a long-term cointegration relationship. Bounds test is applied to test whether the variables cointegrate in the long run. The F-statistic value obtained from the bounds test should be compared with the critical values expressed as the lower limit and the upper limit at different significance levels. The fact that the F-statistic value is higher than the upper limit critical value at the appropriate significance level proves that the variables cointegrate in the long run.

After evidencing the existence of long-run cointegration, the coefficients of the components in both long-run and short-run models can be checked. As stated above, since this approach is based on the error correction model, the error correction term (ECT) should be controlled for the short-run relationship. Accordingly, its coefficient should be statistically significant, its sign should be minus, and the coefficient value should be between 0 and -1. ECT is the value containing the delay of the previous period of error terms in the long-term relationship. It also expresses the extent to which it will correct a short-term imbalance in the long run.

3. RESULTS

3.1. Unit Root Test Results

It is a fundamental rule to test the stationarity of variables in the analysis to be made with time series. We prefer the ADF (Augmented Dickey-Fuller) unit root test, which is frequently used in the literature for this test. The details of the unit root test are reported in Table 2.

Table 2: ADF Unit Root Test Results

Level											
Variables	TREB	CDS ⁻	CDS ⁺	CIH ⁻	CIH ⁺	GBD ⁻	GBD ⁺	TUFE ⁻	TUFE ⁺	TUR ⁻	TUR ⁺
t-statistic	-3.34	-0.16	-0.08	-4.32	-4.27	-0.88	-0.87	-2.30	-0.59	-3.03	-3.03
Probability	0.07	0.99	0.99	0.00*	0.00*	0.95	0.95	0.43	0.98	0.13	0.13
First Difference											
Variables	D TREB	D CDS ⁻	D CDS ⁺	D CIH ⁻	D CIH ⁺	D GBD ⁻	D GBD ⁺	D TUFE ⁻	D TUFE ⁺	D TUR ⁻	D TUR ⁺
t-statistic	-9.73	-10.3	-9.72			-8.15	-7.34	-7.94	-5.19	-9.15	-9.70
Probability	0.00*	0.00*	0.00*			0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*

Note 1: Schwarz criterion is preferred as the model selection method, and the equation includes trend and intercept.

Note 2: “D” represents the first difference of variable.

Note 3: “*” means that the t-statistic is statistically significant below 5% level.

Note 4: H_0 : Variable has a unit root.

Considering the unit root test results in Table 2, the test statistics' probability values for both negative and positive components of the CIH variable are less than a 5% significance level. They do not contain unit root at level ($p < 0.05$, $p < 0.05$). Other variables become stationary when their first differences are taken. This situation demonstrates that the assumption of becoming stationary at the first difference level of the dependent variable and the independent variables' level or the first difference level is fulfilled.

3.2. Determining Lag Length

Meanwhile, determining the optimal lag length for the endogenous and exogenous variables for the NARDL model can be resolved in the VAR model. Details on this process are presented in Table 3.

Table 3: Determining Lag Length

Lag	Schwarz Information Criterion	Hannan-Quinn Information Criterion
0	14.40397	14.22656
1	-3.130234*	-8.978376*
2	-0.187547	-4.267817
3	1.645272	-4.386432
4	4.605944	-3.377193
5	6.339066	-3.595506
6	6.739475	-5.146530
7	4.859063	-5.259071

Note: VAR model allows up to seventh maximum lag.

While determining the optimal lag length in the VAR model, some information criteria are considered. Here we refer to the Schwarz and Hannan-Quinn information criteria. For these information criteria, the number of lags with the smallest value is the optimum lag length. As can be seen from Table 3, the first lag is the optimal lag length.

3.3. Estimating the Most Appropriate NARDL Model

We utilize the Schwarz criterion for choosing the most appropriate model for the NARDL model. Results regarding the estimation of the NARDL model selected according to this criterion are reported in Table 4.

Table 4: NARDL (1, 1, 0, 1, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 1) Model Estimation Results

Variables	Coefficients	Standard Error	t-statistic	Probability
TREB [-1]	0.684903	0.066132	10.35660	0.0000
CDS ⁻	-0.736529	0.086134	-8.550952	0.0000
CDS ⁻ [-1]	0.285077	0.104777	2.720789	0.0079
CDS ⁺	-0.230451	0.043562	-5.290131	0.0000
TUR ⁻	0.429995	0.102719	4.186118	0.0001
TUR ⁻ [-1]	-0.514410	0.092761	-5.545518	0.0000
TUR ⁺	-0.059040	0.042345	-1.394286	0.1669
CIH ⁻	-0.115822	0.046841	-2.472650	0.0154
CIH ⁺	-0.073812	0.035790	-2.062352	0.0422
TUFE ⁺	0.337477	0.334438	1.009086	0.3158
TUFE ⁻	-1.735355	1.464600	-1.184867	0.2394
GBD ⁻	0.008419	0.033797	0.249099	0.8039
GBD ⁺	-0.002248	0.027930	-0.080496	0.9360
GBD ⁺ [-1]	-0.071955	0.033145	-2.170887	0.0327
C	-0.783382	0.170151	-4.604037	0.0000
R ²	0.965098	Mean dependent variable		0.045262
Adjusted R ²	0.959350	Standard deviation of dependent variable		0.955809
Standard error of regression	0.192709	Akaike information criterion		-0.31778
Sum squared residual	3.156640	Schwarz information criterion		0.072990
Log likelihood	30.88925	Hannan-Quinn criterion		-0.15963
F-statistic	167.8860	Durbin-Watson statistic		1.968295
Probability (F-statistic)	0.000000			

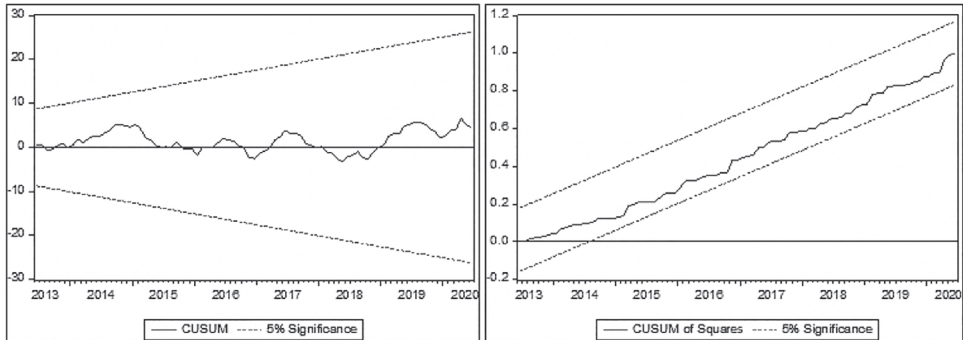
Note: Schwarz criterion is preferred as the model selection method.

As shown in Table 4, R² and adjusted R² with high values indicate that the independent variables are thriving in explaining the dependent variable (96.5%, 95.9%). The F-statistic value suggests the significance of the model as a whole (p<0.05). The fact that the Durbin-Watson statistic value is close to 2 is a sign of no autocorrelation problem in the model (1.968).

3.4. Testing Structural Break in the Model

Testing for structural breaks in the predicted model is vital for the reliability of the output results. If structural breaks are observed in the model, a dummy variable should be created for the periods in which they occur. Then it is included in the model. Structural breaks are tried to be removed with the help of the added dummy variable. It can use the CUSUM test developed by Brown et al. (1975) to test structural breaks' presence. Moreover, the CUSUM of Squares test, which measures more precisely than the CUSUM test, may be preferred. Results for both tests are presented in Figure 2.

Figure 2: The Results of CUSUM and CUSUM of Squares Tests



As shown in Figure 2, the curve drawn between two critical boundary lines in both tests does not extend beyond these lines. This result means that there are no structural breaks in the model at the 5% significance level. The results of both CUSUM and CUSUM of Squares tests support this finding.

3.5. Diagnostic Tests

Examination of diagnostic tests in the predicted model is essential in terms of reliability in output results. Results of diagnostic tests are reported in Table 5 below.

Table 5: The Results of Diagnostic Tests

Tests	Probability
Ramsey RESET Test	0.4764
Normality Test	0.6017
Autocorrelation (Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test)	0.9597
Heteroscedasticity (Breusch-Pagan-Godfrey Test)	0.8420

The Ramsey RESET test result shows that the model specification is correct ($p > 0.05$). According to the normality test result, the data are normally distributed ($p > 0.05$). The result of the Breusch-Godfrey Serial Correlation LM test shows that there is no autocorrelation problem among successive values of the error term ($p > 0.05$). According to the Breusch-Pagan-Godfrey test, the error term's variance is homoscedastic ($p > 0.05$).

3.6. Bounds Test Results

Whether the variables are cointegrated in the long run is checked with the bounds test. The findings of this test are reported in Table 6 below.

Table 6: NARDL (1, 1, 0, 1, 0, 0, 0, 0, 0, 1) Bounds Test Results

F-statistic value	4.195	Number of Independent Variable (k)
		10
Critical Boundary Values		
Significance Levels	I0 (Lower bound)	I1 (Upper bound)
10%	1.76	2.77
5%	1.98	3.04*
Note 1: “*” means that the t-statistic is statistically significant below 5% level.		
Note 2: H ₀ : There is no long-run cointegration relationship.		

As can be understood from Table 6, the F-statistic value is greater than the upper bound’s critical value at a 5% significance level (4.195>3.04). In this case, the null hypothesis is rejected. It is concluded that the variables are cointegrated in the long run. The long-run cointegration relationship among the series is proved. It can be passed to analyze the short and long-run coefficients, respectively. The results of the short-run coefficients are shown in Table 7.

Table 7: The Short-Run Results of the NARDL Model (1, 1, 0, 1, 0, 0, 0, 0, 0, 1)

Variables	Coefficient	Standard Error	t-statistic	Probability
D(CDS ⁻)	-0.841548	0.096398	-8.729968	0.0000*
D(CDS ⁺)	-0.204731	0.057135	-3.583251	0.0006*
D(TUR ⁻)	0.385750	0.082424	4.680060	0.0000*
D(TUR ⁺)	-0.047729	0.093527	-0.510319	0.6112
D(CIH ⁻)	-0.085784	0.048288	-1.776507	0.0792
D(CIH ⁺)	-0.036455	0.045017	-0.809805	0.4203
D(TUFE ⁺)	-0.416160	0.587556	-0.708290	0.4807
D(TUFE ⁻)	-1.252720	2.243903	-0.558277	0.5781
D(GBD ⁻)	0.012455	0.024138	0.515965	0.6072
D(GBD ⁺)	-0.007852	0.025544	-0.307368	0.7593
ECT(-1)	-0.354778	0.056833	-6.242425	0.0000*
Note: “*” means that the t-statistic is statistically significant below the 5% level.				

When the model results are observed, the sign of ECT is minus, its value is between 0 and -1, and the coefficient is statistically significant (p<0.05). If any shock occurs, the imbalance between the short and long term will recover by about 35% in the next period. The short-term coefficients display that CDS⁻, CDS⁺ and TUR⁻ are statistically significant (p<0.05, p<0.05, p<0.05). Ceteris paribus, a 1% decrease in CDS increases TREB by approximately 0.84%, and a 1% increase in CDS decreases TREB by approximately 0.20%. Therefore, both negative and positive shock of CDS affects TREB. However, the negative shock affects TREB

more than the positive shock in the short term. Also, a 1% decrease in TUR decreases TREB by approximately 0.38%, while the positive shock of TUR does not affect TREB in the short term.

After the short-term estimation, details about the long-term relationship between TREB and independent variables are reported in Table 8.

Table 8: The Long-Run Results of the NARDL Model (1, 1, 0, 1, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 1)

Variables	Coefficient	Standard Error	t-statistic	Probability
CDS ⁻	-1.432740	0.233057	-6.147597	0.0000*
CDS ⁺	-0.731366	0.190347	-3.842273	0.0002*
TUR ⁻	-0.267899	0.319909	-0.837423	0.4047
TUR ⁺	-0.187372	0.133222	-1.406463	0.1632
CIH ⁻	-0.367575	0.143790	-2.556326	0.0124*
CIH ⁺	-0.234250	0.129632	-1.807039	0.0743
TUFE ⁺	1.071025	1.175039	0.911480	0.3646
TUFE ⁻	-5.507370	4.845378	-1.136623	0.2589
GBD ⁻	0.026718	0.106706	0.250388	0.8029
GBD ⁺	-0.235493	0.141806	-1.660674	0.1005
Constant term	-2.486162	0.286956	-8.663908	0.0000*

Note: “*” means that the t-statistic is statistically significant below the 5% level.

CDS⁻, CDS⁺ and CIH⁻ are statistically significant as per the results of the long-term model ($p < 0.05$, $p < 0.05$, $p < 0.05$). Ceteris paribus, a 1% decrease in CDS increases TREB by approximately 1.43%, and a 1% increase in CDS decreases TREB by approximately 0.73%. In that case, both negative and positive shock of CDS affects TREB. In contrast, the negative shock affects TREB more than the positive shock in the long term as in the short term. Furthermore, while a 1% decrease in CIH increases TREB by approximately 0.37%, the positive shock of CIH does not affect TREB in the long term.

4. DISCUSSION

In addition to the bond issuance cost of countries, the leading factor determining the bond’s return to the investor is the risk premium exposed in the eurobond markets. A lender who buys bonds pays a specific cost price to eliminate his receivable default risk, which qualifies as a risk premium. If the default risk, one of the “eight forces influencing return on investment” principles emphasized by Adedeji and McCosh (1995), increases, the return will increase. A rise in the default risk also increases the risk premium. Since the CDS measures the default risk of government bonds issued in international markets, the market value of the eurobonds also primarily depends on the CDS.

Regarding the study's findings, the effects of decreases and increases in CDS on the euro-bond market value are different from each other. Buket (2009) defends that Turkish eurobond issues decrease in periods of crisis. His view also supports our finding related to CDS. Since it is a known fact that CDS rises in periods of turmoil or disaster, bond issue cost increases accordingly. In similar periods, Turkey will be reluctant to issue eurobonds. Thus, TREB will decrease.

On the other hand, the fact that bond issuance cost is low during low CDS periods (negative shock) will encourage the Turkish government to issue eurobonds. In this case, TREB will increase. By comparison, the effect of CDS' negative shock to increase TREB is greater than the impact of CDS' positive shock to reduce it both in the long and short run.

Governments aim to increase their international reserves by issuing eurobonds. Hence, another variable affecting the market value of Turkish eurobonds is TUR. Min et al. (2003), who separate the variables affecting the bond yield margin into three categories, state that the international reserve is included in the group with country-specific variables. Buket (2009) concludes that the ratio of international reserves to GDP significantly affects its risk premium. Additionally, Edwards (1984) suggests that international funds are negatively associated with the country's risk premium. In our research, we conclude that a negative shock in TUR reduces TREB in the short term. This situation is since the risk premium will increase with a negative shock in TUR, and TREB will decrease accordingly. Our finding also coincides with the literature in this aspect. On the other hand, an increase in TUR does not significantly affect TREB in the short term.

Another reason why governments tend to eurobond markets is to maintain their current account balances. One of the ways preferred by Turkish governments to finance its current account deficit, which it has been struggling with for many years, is to issue eurobonds in international markets.

Amira (2004) emphasized that the current account is a country-specific macro indicator while determining the factors affecting the eurobond yield margins. Similarly, Min et al. (2003) discuss the current account in the country-specific variables. According to our findings, the decrease in CIH increases TREB in the long term. As the current account deficit decreases, the country risk premium will fall, and therefore the cost of issuing eurobonds will decrease. This situation will increase TREB in the long term.

Contrary to the significant and positive relationship between inflation and bond return, which is frequently emphasized in the relevant literature (Fisher, 1959; Min, 1999; Min et al., 2003; Amira, 2004; Senga et al., 2018), one of the striking findings is that TUFEB does not affect TREB in both short and long term. Simultaneously, unlike Amira (2004) and Maltritz (2012), who argue that the budget balance significantly affects the government bond returns, there is no significant effect of GBD on TREB in the short and long term.

CONCLUSION

In this study, country-specific factors affecting the market value of eurobonds issued by the Turkish government are investigated. In this direction, 102-monthly time-series data from January 2012 to June 2020 are tested with the NARDL model. As a result of the study, it is detected that the significant variable determining TREB is CDS in both the short and long term, in line with the literature. However, it should be noted that TREB's response to the negative shock of CDS is more significant than its response to positive shock. Moreover, the negative shock of TUR in the short term and the negative shock of CIH in the long term have a significant effect on TREB. While a negative shock in TUR decreases TREB in the short term, a negative shock in CIH increases TREB in the long term.

There are not many studies aimed at determining the eurobond market value. Our study findings need to be supported by complementary studies tested with different asymmetric techniques. It will be healthier to compare Turkey's results with the findings of studies involving developing countries with similar characteristics.

TÜRK AVROVİLLERİNİN PİYASA DEĞERİNİ ETKİLEYEN ÜLKEYE ÖZGÜ DEĞİŞKENLERİN BELİRLENMESİ: NARDL YAKLAŞIMI

1. GİRİŞ

Bu çalışma, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından ihraç edilen avrovillerin piyasa değerini etkileyen ülkeye özgü faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın literatüre katkısı üç noktada değerlendirilebilir. İlk olarak, avrovil piyasa değerini etkileyen değişkenlerin belirlenmesi, yatırımcılar açısından dikkat etmeleri gereken göstergeleri ortaya koymakta; devlet açısından ise dış kaynak yaratırken sermaye maliyetlerini etkileyen değişkenleri ortaya çıkarmaktadır. İkinci olarak, literatürde nispeten sık kullanılan simetrik modellerden farklı olarak asimetrik model kullanılması, modele negatif ve pozitif şoklar dahil ederek daha geniş bilgi elde etme imkanı sunmaktadır. Negatif ve pozitif şokların bağımlı bir değişken üzerinde aynı etkiye sahip olmayacağı argümanına dayanarak, farklı şokların etkisi ölçülebilmekte ve etki güçleri karşılaştırılabilmektedir. Üçüncüsü, ulusal literatürde çeşitli menkul kıymetler için sık sık araştırmalar yapılmasına rağmen, avroviller üzerinde çok az çalışma yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan araştırma özgünlük içermekte ve literatüre katkı sağlamaktadır.

2. METODOLOJİ

Bu çalışmada Türk avrovil piyasa değerini etkileyeceği düşünülen ülkeye özgü faktörler, ilgili literatür taranarak belirlenmiştir. Değişkenlerin veri seti oluşturulurken mümkün olan

en geniş zaman aralığının incelenmesi amaçlanmıştır. Buna göre Ocak 2012'den Haziran 2020'ye kadar olan 102 aylık zaman serisi verileri analiz edilmiştir.

ARDL modeli, önceki eşbütünleşme modellerine göre daha fazla esneklik sağlamaktadır. Bu model, kısa ve uzun dönemli eşbütünleşme ilişkilerini test etmektedir. ARDL metodolojisini takip eden Shin vd. (2014), bağımlı bir değişkenin bağımsız değişkenlerin negatif ve pozitif şoklarına aynı ölçekte yanıt vermeyeceğini savunarak NARDL (Doğrusal Olmayan Otoregresif Dağıtılmış Gecikme Modeli) yaklaşımını önermiştir. NARDL yaklaşımında izlenecek teorik ve metodolojik mantık, ARDL ile aynıdır. NARDL yaklaşımındaki tek fark, bağımsız değişkenlerin pozitif ve negatif şoklarının modele dâhil edilmesidir.

3. BULGULAR

Değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik hareket edip etmedikleri Sınır Testi yardımıyla kontrol edilmiştir. Testin “uzun dönemli eşbütünleşik ilişki yoktur” boş hipotezi reddedilmiş ve değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik hareket ettiği sonucuna varılmıştır. Seriler arasındaki uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi ispatlandığı için sırasıyla kısa ve uzun dönem katsayılarının incelenmesine geçilmiştir.

Kısa süreli ilişkiyi ifade eden modelin sonuçlarına göre, ECT katsayısının işareti negatif, değeri 0 ile -1 arasında ve katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$). Buna göre bir şok durumunda kısa ve uzun dönemde oluşacak dengesizlik bir sonraki dönemde yaklaşık %35 oranında giderilecektir. Kısa dönem katsayıları incelendiğinde, diğer tüm değişkenler sabitken, CDS^- , CDS^+ ve TUR^- katsayıları istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$; $p < 0,05$; $p < 0,05$). Buna göre, diğer tüm değişkenler sabitken, CDS 'deki %1'lik bir azalma, $TREB$ 'yi yaklaşık %0,84 oranında artıracak ve CDS 'deki %1'lik bir artış, $TREB$ 'yi yaklaşık %0,20 oranında azaltacaktır. Bu sonuca göre, CDS 'nin hem negatif hem de pozitif şoku $TREB$ 'yi etkilemektedir. Bununla birlikte, CDS 'nin olumsuz şoku, kısa vadede $TREB$ 'yi daha fazla etkilemektedir. Ayrıca, TUR 'deki %1'lik bir azalma, $TREB$ 'yi yaklaşık %0,38 oranında azaltırken, TUR 'nin pozitif şoku kısa vadede $TREB$ 'yi etkilememektedir.

Uzun süreli ilişkiyi ifade eden modelin sonuçlarına göre, CDS^- , CDS^+ ve CIH^- değişkenleri istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$; $p < 0,05$; $p < 0,05$). Buna göre, diğer tüm değişkenler sabitken, CDS 'deki %1'lik bir azalma, $TREB$ 'yi yaklaşık %1,43 oranında artıracak ve CDS 'deki %1'lik bir artış, $TREB$ 'yi yaklaşık %0,73 oranında azaltacaktır. Bu sonuca göre, CDS 'nin hem negatif hem de pozitif şoku $TREB$ 'yi etkilemektedir. Ancak, CDS 'nin negatif şoku $TREB$ 'yi kısa vadede olduğu gibi uzun vadede daha fazla etkilemektedir. Ayrıca, CIH 'deki %1'lik bir azalma $TREB$ 'yi yaklaşık %0,37 artırırken, CIH 'nin pozitif şoku uzun vadede $TREB$ 'yi etkilememektedir.

4. TARTIŞMA

Çalışmanın bulgularına göre, CDS'deki düşüş ve artışların avrovil piyasa değeri üzerindeki etkileri birbirinden farklıdır. CDS'nin yüksek olduğu dönemlerde (pozitif şok) TREB azalmaktadır. Buket (2009)'in bulguları, kriz dönemlerinde Türkiye'nin avrovil ihraçlarının azaldığını göstermektedir. Bu durum çalışma bulgularımızı da destekler niteliktedir. Şöyle ki, kriz ya da olağanüstü dönemlerde CDS'nin arttığı bilinen bir gerçek olduğu için avrovil ihraç maliyeti de buna bağlı olarak yüksek olacaktır. Bu dönemlerde Türkiye avrovil ihraç etmekte isteksiz olacaktır. Böylece TREB azalacaktır.

Öte yandan, düşük CDS dönemlerinde (negatif şok), ihraç maliyetlerinin düşük olması Türkiye'yi avrovil ihraç etmeye teşvik edecektir. Bu durumda TREB artacaktır. CDS'nin pozitif ve negatif şokları karşılaştırıldığında, negatif şokun TREB'yi artırıcı etkisi, hem uzun vadede hem de kısa vadede pozitif şokun TREB'yi azaltıcı etkisinden daha büyüktür.

Ek olarak, TUR'deki negatif bir şokun kısa vadede TREB'yi azalttığı görülmektedir. Bu durumun nedeni, TUR'deki negatif bir şok ile birlikte risk priminin artması ve buna bağlı olarak TREB'nin azalmasıdır. Bu bulgu, bu yönüyle literatürle de örtüşmektedir. Diğer taraftan, TUR'deki artışın kısa vadede TREB üzerinde önemli bir etkisi yoktur.

CIH'deki azalma uzun vadede TREB'yi artırmaktadır. Cari açık azaldıkça ülke risk primi düşecek ve bu nedenle avrovil ihraç etmenin maliyeti düşecektir. Bu durum uzun vadede TREB'yi artıracaktır.

İlgili literatürdeki enflasyon ile avrovil getirisi arasındaki anlamlı ve pozitif ilişkinin aksine (Fisher, 1959; Min, 1999; Min vd., 2003; Amira, 2004; Senga vd., 2018) çalışmamızdaki çarpıcı bulgulardan biri, TUFEB'nin hem kısa hem de uzun vadede TREB'yi etkilememesidir. Bütçe dengesinin devlet tahvillerini önemli ölçüde etkilediğini savunan Amira (2004) ve Maltritz'in (2012) de aksine, GBD değişkeninin uzun ve kısa vadede TREB üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

SONUÇ

Çalışma sonucunda hem kısa hem de uzun dönemde TREB'yi belirleyen anlamlı değişkenin CDS olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, TREB'nin CDS'nin olumsuz şokuna verdiği yanıtın, pozitif şokuna verdiği yanıtın daha anlamlı olduğu belirtilmelidir. Ayrıca kısa vadede TUR'nin olumsuz şoku ve uzun vadede CIH'nin olumsuz şoku TREB üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. TUR'deki negatif bir şok kısa vadede TREB'yi azaltırken, CIH'deki negatif bir şok uzun vadede TREB'yi artırır.

Sonuç olarak, avrovil piyasa değerini belirlemeye yönelik çok fazla çalışma bulunmadığından, çalışmanın bulgularının farklı asimetrik tekniklerle incelenen tamamlayıcı çalışmalarla

desteklenmesi gerekmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için yapılan çalışmalarda farklı bulgular elde edilebileceğinden, Türkiye için elde edilen bulguların benzer özelliklere sahip gelişmekte olan ülkeleri kapsayan çalışmaların bulguları ile karşılaştırılmasında fayda vardır.

REFERENCES

- Adedeji, A., & McCosh, A. M. (1995) "Determinants of eurobonds yields". *Journal of Business Finance & Accounting*, 22(8), pp. 1107-1124.
- Amira, K. (2004) "Determinants of sovereign eurobonds yield spread". *Journal of Business Finance & Accounting*, 31(5-6), pp. 795-821.
- Baldacci, E., Gupta, S., & Mati, A. (2008) "Is it (still) mostly fiscal? Determinants of sovereign spreads in emerging markets". *International Monetary Fund Working Paper*(WP/08/259), pp. 1-23.
- Brown, R. L., Durbin, J., & Evans, J. M. (1975) "Techniques for testing the constancy of regression relationships over time". *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 37(2), pp. 149-163.
- Buket, B. M. (2009) "Türkiye’de eurotahvil uygulaması ve eurotahvil getiri marjlarını belirleyen faktörler", Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Clark, E., & Lakshmi, G. (2006) The determinants of sovereign eurobond spreads: India 1990-1992. Available at SSRN 899529.
- Edwards, S. (1984) "LDC's foreign borrowing and default risk: An empirical investigation, 1976-80". *The American Economic Review*, 74(4), pp. 726-734.
- Ferri, M. G. (1979). "How do call provisions influence bond yields?" *The Journal of Portfolio Management*, 5(2), pp. 55-57.
- Feyen, E., Ghosh, S., Kibuuka, K., & Farazi, S. (2015) "Global liquidity and external bond issuance in emerging markets and developing economies" WorldBank Policy Research Working Paper No. 7363.
- Finnerty, J. E., & Nunn, K. P., Jr. (1985) "The determinants of yield spreads on US and eurobonds". *Management International Review*, 25(2), pp. 23-33.
- Fisher, L. (1959) "Determinants of risk premiums on corporate bonds". *Journal of Political Economy*, 67(3), pp. 217-237.
- Imer-Ertunga, E. (2010) "Küresel Mali Dalgalanmalar: Gelişen Ülkelerin Eurotahvil Getirileri Açısından Bir Değerlendirme". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(4), pp. 67-86.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976) "Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure". *Journal of Financial Economics*, 3(4), pp. 305-360.

- Lucas, R. E. (1990) "Why doesn't capital flow from rich to poor countries?" *The American Economic Review*, 80(2), pp. 92-96.
- Maltritz, D. (2012) "Determinants of sovereign yield spreads in the Eurozone: A Bayesian approach". *Journal of International Money and Finance*, 31(3), pp. 657-672.
- Min, H. G. (1999) "Determinants of emerging market bond spread: do economic fundamentals matter?" *The World Bank Policy Research Working Paper*, 1899.
- Min, H. G., Lee, D. H., Nam, C., Park, M. C., & Nam, S. H. (2003) "Determinants of emerging-market bond spreads: Cross-country evidence". *Global Finance Journal*, 14(3), pp. 271-286.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958) "The cost of capital, corporation finance and the theory of investment". *The American Economic Review*, 48(3), pp. 261-297.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001) "Bounds testing approaches to the analysis of level relationships". *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), pp. 289-326.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. P. (1999) "Pooled mean group estimation of dynamic heterogeneous panels". *Journal of the American Statistical Association*, 94(446), pp. 621-634.
- Presbitero, A. F., Ghura, D., Adedeji, O. S., & Njie, L. (2016) "Sovereign bonds in developing countries: Drivers of issuance and spreads". *Review of Development Finance*, 6(1), pp. 1-15.
- Senga, C., & Cassimon, D. (2019) "Spillovers in Sub-Saharan Africa's sovereign eurobond yields". *Emerging Markets Finance and Trade*, pp. 1-17.
- Senga, C., Cassimon, D., & Essers, D. (2018) "Sub-Saharan African eurobond yields: What really matters beyond global factors?" *Review of Development Finance*, 8(1), pp. 49-62.
- Sharpe, W. F. (1964) "Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk". *The Journal of Finance*, 19(3), pp. 425-442.
- Shin, Y., Yu, B., & Greenwood-Nimmo, M. (2014) "Modelling asymmetric cointegration and dynamic multipliers in a nonlinear ARDL framework". In R. C. Sickles & W. C. Horrace (Eds.), *Festschrift in Honor of Peter Schmidt* (pp. 281-314). New York, NY: Springer.
- Solnik, B. (1983) "International arbitrage pricing theory". *The Journal of Finance*, 38(2), pp. 449-457.

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

- ARAŞTIRMA MAKALESİ-

TÜRKİYE'DE DİPLOMASİNİN DİJİTAL UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Kenan ARPACIOĞLU¹

Öz

Bu çalışmada tarihsel serüveni içinde farklı boyutlara evrilen ve bu farklı boyutlar içerisinde kendisine yeni araçlar ve uygulama alanları bulan diplomasinin dijital yönü ile bu yeni alanın genelde diplomasi özelinde ise kamu diplomasisi ve parlamenter diplomasi açısından etkinliği ele alınmıştır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle diplomasinin farklı kavramsal tanımlamaları ile diplomasi türleri ve akabinde dijital diplomasi kavramı tartışmaya açılmıştır. Dijital diplomasi ve dış işlerinde dijital açılımın inceleneceği çalışmada genel değerlendirmeler ve bakış açılarının yanı sıra örneklem olarak Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığının ve Türkiye Büyük Millet Meclisinin dış ilişkilerinin dijital bakışı ve mevcut durum ortaya konulmuştur. Kavram kargaşasının önüne geçebilmek ve konuyu örneklendirebilmek açısından diplomasi ve dijital buluşmasında kamu diplomasisi 2.0 uygulamaları iki kurum açısından örnek uygulama alanı olarak analiz edilmiş ve sosyal medya bir dijital ve kamu diplomasisi aracı olarak tartışmaya açılmıştır. Makale kurumların dijital diplomasi uygulamaları ve yönetimi noktasında son derece açık ve istekli olduklarını ortaya koymuştur. Makalede sosyal medya hesapları genelde tek yönlü bilgi akışı sağlamaya dönük uygulamalar olarak ön plana çıkarken diyalog ortamının yaratıldığı dijital toplantı uygulamalarının ise interaktif bir etkileşim sağladığı ortaya konulmuştur. Çalışmada diplomasi kavramı tarihsel bir çerçevede ele alındıktan sonra eski ve güncel diplomasi örnekleri ele alınmış olup; güncel uygulamalardan dijital diplomasi uygulamaları öncelikli olarak incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın dijital diplomasi uygulamaları noktasında sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı umulmaktadır. Çalışma, ekonomiden sosyal hayata pek çok alanda etkisini gösteren dijitalin, kamu diplomasisi ve parlamenter diplomasi gibi diplomasi uygulamalarında da zamanla daha baskın ve belirleyici olabileceğini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Diplomasi, Parlamenter Diplomasi, Dijital Diplomasi, Kamu Diplomasisi, Sosyal Medya.

JEL Kodları: F50, F53, H77.

Başvuru: 31.10.2020

Kabul: 19.02.2021

1 Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, Ankara, Türkiye, kenanarpacioglu@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7556-3164.

EVALUATION OF THE DIGITAL IMPLEMENTATIONS OF DIPLOMACY IN TURKEY²

Abstract

In this study, the digital aspect of diplomacy, which has evolved into different dimensions in its historical adventure and found new tools and application areas within these different dimensions, and the effectiveness of this new field in terms of diplomacy in general, public diplomacy and parliamentary diplomacy in particular have been discussed. In this context, firstly, different conceptual definitions of diplomacy and types of diplomacy and subsequently the concept of digital diplomacy were discussed. In the study that digital diplomacy and digital expansion would be examined, Turkish Ministry of Foreign Affairs and the Turkish Grand National Assembly's foreign relations' view of the digital and the current situation have been presented as well as overall evaluation and perspectives. In order to avoid the confusion of concepts and to exemplify the subject, the applications of public diplomacy 2.0 in the meeting of diplomacy and digital were analyzed as an exemplary application area for both institutions and social media was opened to discussion as a tool of digital diplomacy and public diplomacy. The article revealed that institutions are extremely open and willing in terms of digital diplomacy practices and management. In the article, social media accounts generally stand out as applications aimed at providing one-way information flow, while digital meeting applications that create a dialogue environment provide an interactive interaction. In the study, after discussing the concept of diplomacy in a historical framework, old and current examples of diplomacy; among the current practices, digital diplomacy practices were primarily examined. In this context, it is hoped that the study will contribute to future studies on digital diplomacy applications. The study has shown that digital, which shows its effects in many areas from economy to social life, can become more dominant and determinant in diplomacy practices such as public diplomacy and parliamentary diplomacy.

Keywords: *Diplomacy, Parliamentary Diplomacy, Digital Diplomacy, Public Diplomacy, Social Media.*

JEL Codes: *F50, F53, H77.*

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

Tarihsel süreç içinde farklı tür ve uygulamalarla karşımıza çıkan diplomasi, iletişimin ve teknolojik imkânların eş zamanlı olarak gelişmesi nedeniyle günümüzde çok farklı bir boyuta evrilmiştir. Günümüzde erişilen bu farklı boyutlar çerçevesinde kendisine yeni araçlar

² The Extended English Summary is located below the Turkish article.

ve uygulama alanları bulan diploması, dijitalin devreye girmesi ve sosyal medya gibi yeni medya uygulamalarının dâhil olmasıyla genelde diploması özelde ise kamu diploması ve parlamenter diploması açısından önemli imkân ve fırsatlar yaratmıştır.

Kurumsal anlamda dış ilişkiler yönetimine yeni boyutlar ve biçimler kazandıran dijital uygulamalar, diplomaside kullanılan yöntem ve araçları tarihte hiç olmadığı kadar çeşitlendirmiştir. E-posta kullanımı, video-konferans, WhatsApp uygulaması gibi farklı birçok unsuru içeren dijital diploması kavramı makalede sosyal medya uygulamaları merkezli ele alınmıştır.

Makalede öncelikle diplomasının farklı kavramsal tanımlamaları ile diploması türleri ve akabinde dijital diploması kavramı tartışmaya açılacaktır. Dijital diploması ve dış işlerinde dijital açılımın inceleneceği çalışmada genel değerlendirmeler ve bakış açılarının yanı sıra Türk hariciyesinin ve Türkiye Büyük Millet Meclisinin dış ilişkilerinin dijital bakışı ve mevcut durum ortaya konulacaktır. Kavram kargaşasının önüne geçebilmek ve konuyu örneklendirebilmek açısından diploması ve dijital buluşmasında kamu diploması 2.0 uygulamaları iki kurum açısından örnek uygulama alanı olarak analiz edilecek ve sosyal medya bir dijital ve kamu diploması aracı olarak tartışmaya açılacaktır.

Bu çalışmanın amacı; 21. yüzyılın başından itibaren politik ve akademik çevrenin dikkatini çeken dijital diploması uygulamalarının, bilhassa 2020'nin başlarında başlayan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisine alan koronavirüs salgını döneminde, daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlandığını ve dijitalin güncel diğer diploması uygulamalarına daha yoğun bir şekilde eklemlendiğini ortaya koymaktır.

Dünyadaki gelişmelere ve uygulamalara da paralel bir şekilde çağdaş Türk diploması, 200 yılı aşkın bir gelişim sürecine sahiptir. Yerli ve yabancı literatürde diplomasının her türü üzerine yapılan pek çok araştırma olmakla birlikte bu türlerden dijital diplomasının farklı uygulama alanlarıyla bilhassa koronavirüs salgını dönemindeki etkinliğine ilişkin yeterli çalışma ve inceleme yapılmadığı görülmüştür.

Çalışmada asıl konu olmamakla birlikte farklı diploması türlerine tarihsel açıdan kısaca değinilirken, diplomasının güncel uygulamalarının dijital ile örtüşen noktaları üzerinde durulmuştur. Tarihsel olarak antik çağdan şimdiye kadar uygulana gelen diploması türlerini ortaya koymanın tarihsel sürekliliğe dikkat çekmek ve bütünlük açısından önemli olacağı düşünülmüştür.

Çalışmada her şeyden önce parlamenter diploması, kamu diploması ve dijital diploması gibi çağdaş türlerin, birbiriyle etkileşimli ve birbirini tamamlayan unsurlar olarak ele alınmasına çalışılmıştır. Dijitalin eğitimden, ekonomiye, ekonomiden medyaya pek çok alanda ortaya koyduğu değişimin diplomasıye de sirayet etmesinin kaçınılmaz olduğu düşüncesinden hareketle ortaya konan çalışmada en güncel diploması pratiklerini dijital diploması uygulamalarının görünür ve etkin kıldığı görülmüştür. Koronavirüs dönemindeki örneklem seçimleriyle çalışma; dijital diploması araçlarının, küresel salgın gibi kriz anlarında diploma-

sinin karşılaşılabileceği olası sorunları büyük ölçüde ortandan kaldırabildiğini göstermiştir. Bu anlamda çalışma, kurumların dijital diplomasie daha fazla kaynak ayırmasının bir gereklilik olduğunu teyit etmiştir.

1.1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde araştırmada yer alan kavramlar açıklanmış, diplomasie türlerinde yaşanan tarihsel dönüşüm ve geçirgenliği açıklayan değerlendirmelere yer verilmiştir. Bu başlık altında değinilen diplomasie türlerinden Ad-hoc diplomasie, sürekli diplomasieye geçişten sonra tarihsel olarak uygulama alanını yitirmişken; diğer diplomasie türleri günümüzde halen kendilerine uygulama alanı bulabilmekte ve zamanın ruhuna da uygun olarak dijital ile az ya da çok eklenmektedir. Diplomasinin dijital uygulamalarının tartışıldığı çalışmada özellikle parlamenter diplomasie ile kamu diplomasiesi ele alınmış ve dijital diplomasie uygulamalarının bu iki türe eklenmesi, bilhassa salgın dönemindeki dijitalin etkinliği ortaya konulmuştur. Dolayısıyla çalışmada konferans, zirve ve mekik diplomasilerinden yüzeysel olarak bahsedilmiştir. Şüphesiz bazen dijitalin video konferans gibi yöntemlerle konferans ve zirve diplomasilerine eklenmesi veya fiziki olarak gerçekleştirilemeyen mekik diplomasisinde dijitalin, telefon trafiği gibi farklı unsurlarla geleneksel uygulamalardan rol çalması farklı bir tartışmanın konusu olabilir.

1.2. Diplomasinin Tanımı ve Türleri

Etimolojik olarak ‘diploma’ ifadesinden gelen diplomasie kavramı, Yunancada “*katlanmış kâğıt*” anlamına gelmekte olup; görüşme sanatı olarak da tanımlanmaktadır (Gönlübol,1993:115). Şüphesiz zaman içerisinde her teknolojik gelişmeyle iletişim ve medya olanaklarının çeşitlenerek çoğalması; diplomasie kavramında dönüşümleri, çağın gereklerine uygun mecralara yönelmeyi beraberinde getirmiş, farklı uygulamalar çerçevesinde farklı tanımlamalar ortaya çıkmıştır. En geniş anlamıyla “*uluslararası ilişkiler*”, dar anlamıyla ise “*Dışişleri Bakanlıkları ve onlara bağlı elçilikler aracılığıyla yürütülen ilişkiler*” olarak tanımlanan diplomasie kavramı esasında gün geçtikçe çok farklı boyut ve araçları olan geniş ve karmaşık bir yapı haline dönüşmüştür (Arı, 2001:262).

Uluslararası ilişkiler sisteminin oluşmaya başladığı, daha çok klasik diplomasie uygulamaların görüldüğü 1600’lü yıllardan bu yana kavrama yönelik farklı bakış açıları geliştirilmiş ve farklılaşan tanımlamalarda bulunulmuştur. Bugün I. Dünya Savaşından sonra “ad hoc diplomasie” tarzı uygulamalardan çok farklı bir noktaya gelmiş olan hükümetler; başta küreselleşme, teknoloji ve iletişim sektöründeki gelişmelerle birlikte farklı araç ve unsurların devreye girdiği çok boyutlu ve katmanlı yeni bir diplomasie anlayışına yönelmişlerdir. Farklı diplomasie uygulamalarına baktığımızda çeşitli diplomasie türleri ve tanımlarının ortaya çıktığı görülmüştür. Diplomasie uygulamalarından bazılarının diğer örneklerle eş zamanlı olarak kul-

lanında olduğunu görmek mümkün olmakla birlikte, teknoloji ve iletişimdeki gelişmelerin uluslararası ilişkiler düzleminde yarattığı dönüşümler çerçevesinde bazı uygulamalara çağın gereklerine göre daha fazla ağırlık verildiği görülmüştür. Bu bağlamda bir süredir uluslararası ilişkiler gündeminde olan ve yakın zamanda Türk diplomasisinin de ilgi alanına giren dijital, hiç şüphesiz diplomasinin yeni bir vecheye girmesine neden olmuştur.

Tarihsel süreç içinde geldiği noktalara farklı bir açıdan bakarak diplomasiyi, internetin gelişim süreçlerinden de etkilenecek dörde ayıran Gökhan Yücel, diplomasi 1.0'ı, *“siyah takım elbiseli beyaz gömlekliler yaptıkları; reel politığın, ulusal çıkarların ve propagandanın mevzu bahis olduğu bir iş”* olarak tanımlarken Heny Kissenger'in yazdığı *“Diplomacy”* kitabının bu kategoriye sembolize ettiğini ifade etmektedir. Diplomasi 2.0'a ise *“devlet-halk ilişkilerinin merkezde olduğu ‘kamu diplomasisi’”* diyebileceğimizi ve bunun Joseph Nye'nin yazdığı ‘yumuşak güç’ kavramıyla daha iyi anlaşılacağını belirtmektedir. Yücel, dijital diplomasi 3.0'ın ise her yerde, her zaman, *“herkes için herkes tarafından yapılan bir diplomasi”* olduğunu, onun için devletin her zaman bir muhatap olması gerekmeyeceğini savunmaktadır. Dijital diplomaside sınırsızlığın ön planda olduğunu ve Westphalia'nın çizdiği diplomasi sınırlarını tanımadığını aktaran Yücel, Dışişleri bakanlıklarının sosyal medya verilerini kullanarak geleceği daha iyi tahmin etme çalışmaları yürüttüklerini hatırlatarak ‘dijital diplomasi’ konusu üzerine yapılan akademik çalışmaların bu nedenle gittikçe arttığını ifade etmiştir. Dijital diplomasi ile kamu diplomasisinin kurallarının örtüşen kurallar olmadığını ve bunun yapılan araştırmalarda tartışıldığını savunan Yücel, diplomasi 4.0 dönemine girdiğimizi ve bu diplomasi türünün nesnelere arası etkileşimi sağlayacak über-diplomasi olduğunu ifade etmiştir (Yücel, 2015).

İletişim çağının ve modern dönemin bir ürünü olarak kamu diplomasisinin “dijital diplomasi” ile örtüşen bir tür olması tartışması bir yana, ‘kamu diplomasisi’ esasında dijital de kendi uygulama alanına katan kuşatıcı ve kapsayıcı bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital olan, tarihsel olan diplomasi uygulamalarının günümüze uyarlanması noktasında eski uygulamalar için yeni bir araç olma niteliği gösterir.

1.3. Ad hoc Diplomasi

Tarihte diplomasinin ortaya çıktığı ilk şekil bugün için “ad hoc diplomasi” olarak isimlendirilmektedir. Diğer bir tabirle, henüz sürekli elçi olmayan diplomasi temsilcileri belirli görevleri yerine getirmek için seçilirler ve verilen görevi yerine getirdiklerinde ülkesine geri dönerlerdi. Diğer diplomasi türleri arasında en eski tarihe sahip olan bu diplomasi türü, ilk olarak eski Yunan kent-devletlerinde görülmüştür. Verilen emri unutmayacak güçlü bir belleğe ve haberi yüksek sesle olabildiğince geniş bir alana iletecek gür bir sese sahip olması beklenen bu dönemdeki diplomatlar, genelde haberci olarak tanımlanırlardı. Hatta “Tanrıların habercisi” olarak da bilinen antik dönemin diplomatlarının güçlü belleklerini ve gür seslerini Tanrı Hermes'ten aldıkları anlatılırdı. (Tören, 2014).

Bu diploması türü, taşıdığı özellikler nedeniyle akademik camiada tek-tarafli ve geçici diploması olarak da bilinmektedir. Tarihteki bu ilk diploması örneğiyle birlikte zamanla bilhassa 1600'lü yıllarla İtalyan şehir devletlerinde birbirleri nezdinde sürekli diplomatik kurumlar bulundurmak anlamına gelen "sürekli diploması"ye geçiş görülmeye başlanmıştır (Tuncer, 1997:18).

1.4. Konferans Diplomasısı

Avrupalı devletlerin aralarındaki sorunları toplantılar aracılığıyla çözdükleri "konferans diplomasısı", 1815 Viyana Kongresi döneminde önem kazanmış ve Avrupalı devletler, aralarındaki sorunları çeşitli başkentlerde toplanan konferanslarda çözmeye çalışmışlardır. Genelde devletlerarası diplomatik ilişkilerde başarılı bir yöntem olan konferans diplomasısı, ikiden fazla devlet temsilcisinin sorunlarını çözmek amacıyla bir araya gelmesiyle oluşmaktadır (Sancar, 2012:12).

Günümüzde diploması daha açık bir şekilde yürütülmekte ve gizli diplomasıye tepki olarak açık diploması yaygınlaşmaktadır. 20. yüzyılın başlarında özellikle dönemin ABD Başkanı Woodrow Wilson tarafından savunulan bu diploması anlayışının gelişmesini etkileyen iki ana etken ön plana çıkmaktadır. İlk olarak, genel anlamda katılımcı demokrasinin sınırlarının genişlemesi; hem kitlelerin ulusal meclislerini, hükümetlerini denetleme ve yönlendirme olanğını nispeten arttırmış hem de kamuoyu, basın ve çeşitli baskı gruplarına ait örgütler yolu ile yöneticileri etkileme ve karar alıcılara mesaj iletme kanallarını açarak açık diplomasıye belirli bir ölçüde de olsa zorunlu hale getirmiştir. İkinci olarak konferans diplomasısı gibi gizli biçimde yürütülmesi pek mümkün olmayan diploması türlerinin yaygınlaşması açık diplomasıye kaçınılmaz hale getirmiştir (Sönmezoğlu, 2010:6).

1.5. Zirve Diplomasısı

En bilindik zirvelerden olan Davos Zirvesi örneğinde görüldüğü üzere zirve diplomasıları, ülkelerin kendi düşünce ve politikalarının propagandasını yapmalarına imkân tanıyan, iyi tasarlanmış, profesyonel forumlardır. Çünkü söz konusu zirvelere devletlerin en yetkili devlet adamları katılmakta ve zirve oturumları tüm dünya tarafından izlenmektedir. Bu ise geniş bir hedef kitesine yönelik olarak devlet adamlarına, kendi politikalarının propagandasını yapmak için büyük bir fırsat sunmaktadır (Tören, 2014). *Örneğin*; 2009 yılında "One Minute" çıkışı, yerel seçimler arifesinde AK Parti seçmeni ve muhafazakâr-milliyetçi kesimde olumlu bir etki oluştururken dış politika açısından bakıldığında ise Davos'la başlayan Koltuk Krizi ve Mavi Marmara Baskını olayları ile devam eden İsrail-Türkiye ilişkilerindeki gerginliğin ve akabinde diplomatik ilişkilerin kesintiye uğramasının başlangıç noktasını oluşturmuştur. Fakat aynı çıkış söz konusu dönemde Ortadoğu'daki Müslüman halklar nezdinde önemli bir Türkiye ve Erdoğan sempatisi oluşturmuştur.

Eski dönemlerde kralların, imparatorların katıldığı bu tür diplomasi örnekleri günümüzde de devlet başkanları, başbakanlar gibi ülkelerin en yetkili kişilerince yürütülmektedir. Günümüzde sahip olunan teknoloji ve ulaşım imkânları, bu türden diplomasi gerçeğe geçirilebilmesi açısından eskiye oranla oldukça uygun bir zemin hazırlamıştır (Sönmezoğlu, 2010:730).

Zirve diplomasisi, daha çok iç ve dış kamuoyuna yönelik propaganda amaçlarına hizmet ettiği için belirli riskler taşır ve kısmen diplomatik faaliyetlere zarar da verebilir. Bununla beraber önceden çok iyi hazırlanmaları koşuluyla özellikle düzenli zirveler diplomasiye ve genellikle devletlerarası ilişkilere önemli katkıda bulunabilir. Her halükarda, günümüzde zirve toplantıları, televizyon ve her türlü geleneksel ve yeni medyanın, dijitalin gücü sayesinde politikacıların vazgeçemeyeceği bir uluslararası ilişkiler yöntemi olarak etkinliğini sürdürmektedir. (İskit, 2007: 342).

1.6. Mekik Diplomasisi

“*Mekik diplomasisi*”, bölgesel sorunların tırmanarak artması ve bu sorunların genel bir çatışmaya dönüşmesinin önüne geçmek için arabulucu bir devlet tarafından ortaya konulan çatışan devletlerarasında iletişim sağlama çabalarıdır Arabulucu olan devletin temsilcisi tarafından çatışan devletlerarasında art arda hızlı ve seri bir biçimde başvurulmuş bir diplomasi türüdür (Dağ, 2009:198). Genel olarak bir sorunun çözümünde üçüncü bir kişinin iki taraf arasında arabuluculuk yapması olarak değerlendirilen bu diplomasi türünün çoğu zaman işe yaramadığı görülmüştür (Erol ve Solak, 2013:33).

“*Mekik diplomasisi*”, genellikle kriz zamanlarında ve ihtilafli konularda kendisine uygulama alanı bulan, taraflar ve konuyla dolaylı ilgisi olan aktörlerle kısa süre içerisinde yoğun ve seri diplomatik görüşmeler gerçekleştirilerek sonuca ulaşmayı amaçlayan bir diplomasi türüdür. Türk dış politikasında da benzer bir biçimde kullanım alanı bulmuştur. 2003 Irak Savaşı'ı öncesinde savaşı önlemeye dönük Türkiye'nin çabası ve savaş sırasında ve sonrasında Irak'a komşu ülkeler arasında yapılan toplantılar ve bu toplantıları düzenlemeye dönük diplomasi buna örnek olarak gösterilmektedir. (Yeşiltaş ve Balcı, 2011:20). Bu yöntemi dünyada en belirgin biçimde kullanan eski ABD Dışişleri Bakanı Henry Kissinger olmuştur. En çok ABD tarafından Ortadoğu sorununa ilişkin olarak kullanılan bu diplomasi tekniği günümüzde Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri tarafından özel temsilcileri aracılığı ile sıkça kullanılmaktadır (Sönmezoğlu, 2010:474).

1.7. Parlamenter Diplomasi

“*Parlamenter diplomasi*”, kavram olarak ilk kez ABD'nin eski dışişleri bakanlarından Dean Rusk tarafından, BM Şartı'nın bazı BM organları için öngördüğü karar alma süreci ile uluslararası parlamentolardaki karar alma süreci arasında paralellik olduğu düşüncesiyle ortaya atılmış ve bu kurumlarda sürdürülen faaliyetleri nitelemek için kullanılmıştır. Parlamenter

diplomasiyi “çok taraflı diplomasi” olarak değerlendiren Rusk; parlamenter diplomasının temel özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır: “*Belli bir gündemle toplanan geleneksel uluslararası konferanslardan daha geniş çıkar ve sorumlulukları olan sürekli bir örgüt. Düzenli, açık tartışmaların olduğu (dolayısıyla dünya kamuoyuyla etkileşim halinde) görüşmeler. Tartışma sürecinin tabii olduğu usul kuralları. Bir tür çoğunlukla alınmış kararlar*” (aktaran Gün, 2008).

Temel aktörün devlet ve dış politikanın tek belirleyicisinin yürütme olduğu dönem geride kalmıştır. Zamanla devlet egemenliğine farklı bölgeler ve parlamentolar gibi değişik faktör ve aktörler tarafından meydan okunmuştur. Ayrıca ekonominin gelişmesi, sivil toplum, çok uluslu şirketler, uluslararası örgütler ve hatta yasadışı terörist örgütler devlet egemenliğini tehdit eden yeni aktör ve unsurlar olarak ortaya çıkmıştır (Stavridis,2006:1). Günümüzde parlamenter yapılar da kendi çapında birer uluslararası aktör olarak ortaya çıkmışlardır. Bu bağlamda dış faaliyetlere dâhil edilen pek çok parlamenter kurulun ve komisyonun bulunduğunu ortaya koymak önemli görülmüştür.

Günümüzde uluslararası politikadaki aktif rolüyle ulusal ve uluslararası parlamenter yapılar yaygınlaşmıştır. Bu önemli olgu kamu diplomasisinin yeni bir formunu parlamenter diplomasi adıyla temsil etmektedir (Stavridis,2006:1). Esasında farklı parlamentolar arasında işbirliğini işaret eden “parlamenter diplomasi” teriminin ilk defa kullanımına I. Dünya Savaşı sonrası dönemde rastlanılmaktadır. O dönemde parlamenter diplomasi, o günkü Milletler Cemiyet’inin genel kurulunda gerçekleştirilen müzakereleri tanımlamak için kullanılmışsa da zamanla bu terim hükümetler arası kuruluşların genel kurullarını ya da uluslararası konuların görüşüldüğü uluslararası toplantıları da kapsamıştır (Erzen, 2012:36). Yıllar geçtikçe ekonomik, finansal araçlarla parlamentolar uluslararası varlığını arttırmıştır. Bunu bilhassa Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi için söylemek mümkün görülmektedir.

Parlamenter diplomasının ortaya çıkmasının sebebi uluslararası ilişkilerin yalnızca geleneksel yöntemler ile sürdürülmesinin artık meşru ve yeterli olmadığı düşüncesinin yaygınlaşmasıdır. (Erzen, 2012:36-37). Bakıldığında parlamenter diplomaside resmi ve gayri resmi pek çok araç vardır. Parlamenter organların kurumsallaşmasına ek olarak daha gevşek formlarda dostluk gurupları diye tanımlanan yapılar da bulunmaktadır (Stavridis,2006:1). Parlamenter diplomaside taraflardan birinin parlamento olması yeterlidir. Bu kapsamda uluslararası komisyonlar, karma parlamento komisyonları, parlamentolar arası dostluk gurupları ile başta Dışişleri Komisyonu, Avrupa Birliği Uyum Komisyonu olmak üzere ihtisas komisyonlarının dış ilişkileri, Genel Kurulda dış politikayla ilgili yapılan görüşmeler, başka ülkelerdeki parlamenter seçim izleme faaliyetleri parlamenter diplomasının araçlarındandır.

Devamlı bir diplomatik çabanın olmaması, parlamenter diplomasının güçlenmesine engel teşkil eden önemli bir unsur olarak görülmektedir (Stavridis, 2006:11-12). Eski bir diplomat ve parlamenter olan Yaşar Yakış’a göre yürütülmesinde milletvekillerinin de yer aldığı par-

lamenter diplomasi ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki parlamenter organların uluslararası faaliyetleri, diğeri ise uluslararası parlamenter organlardır (Yakış, 2014).

1.8. Kamu Diplomasisi

Klasik diplomaside temel strateji, yöneticileri ikna etmekten kamu diplomasisinde hedeflenen halklarda sempati uyandırmak ve sürdürülebilir ilişkiler kurmaktır. Ayrıca kamu diplomasisinde ideolojiler ve çıkarlardan çok fikirler ve değerler önem kazanmaktadır (Erzen, 2012:101-102).

“*Kamu diplomasisi*” kavramı ilk kez 1965’de Edmund Gullion tarafından ortaya atılmıştır. Kamu diplomasisi ilk kez teorik olarak 1960’larda konuşulmaya başlansa da uygulamasını Birinci Dünya Savaşı’ndan bu yana görmek mümkündür. 1917 yılında Başkan W. Wilson “*Halk Bilgilendirme Komitesi (Committee on Public Information)*” adıyla bir kurum oluşturmuş ve bu kurumun başına George Creel adlı bir gazeteci getirilmiştir. Bundan sonra “*Creel Komitesi*” adıyla anılacak olan organizasyonun amacı, ABD’nin savaştaki amaçlarını uluslararası arenada bilinir ve tanınır hale getirmektir (Tiedeman, 2004:6). Günümüzde birçok yazar, Edmund Gullion’nun 1960’ların ortalarında türettiği ‘kamu diplomasisi’ kavramına itibar etmektedir. Gullion, terimi ‘propaganda’ diye tanımlamayı sevdiğini kabul etmekte ve yapılan işin tanımına en yakın olarak onu görmektedir. Fakat bu ülkede propaganda aşağılayıcı bir çağrışım yapmaktadır, diyen Gullion, söz konusu olumsuz çağrışımın önüne geçmek için; ‘iletişim’, ‘bilgi’ ve ‘propaganda’nın tüm alanlarını kapsayan ‘kamu diplomasisi’ kavramına başvurduklarını ifade etmektedir (Osgood ve Edheridge, 2010:12).

Kalın da kamu diplomasisinin amacını ifade ettiği, “*kamu diplomasisinin amacı ‘propaganda’ değil, nesnel verilere ve gerçeklere dayalı stratejik bir iletişim dili inşa etmek ve farklı kesimlerin hizmetine sunmaktır*” ifadeleriyle ‘propaganda’ yerine ‘kamu diplomasisi’ kavramını kullanmanın günümüzde daha gerçekçi olacağını teyit etmiştir (Kalın, 2010:56). Kamu diplomasisi, hem kamusal hem de diplomatiktir. Tüm kamuya yönelik çalışmalar, hedef hükümetin tam bilgisi dâhilinde açıklıkla yapılır. Kamu diplomasisi, kamuoyunun anlaşılması, bilgilendirilmesi ve etkilenmesi faaliyetlerinin toplamıdır. Yabancı halklar ve kurumlar ile kendi ülke halkı ve kurumları arasında iletişimin sağlanmasıdır (Krause ve Ever, 2009:109). ‘Kamu diplomasisi’ bilgilendirmek ve etkilemek amacı çerçevesinde faaliyet gösterir. 1953’den 1999’a kadar faaliyet gösteren, “*Amerika Birleşik Devletleri, Bilgilendirme Ajansı (USIA)*” kendisini kamu diplomasisine adayan çeşitli araçlarla yaptığı bilgilendirme ve yayınlarla karar alıcıları ve halkı etkilemeye çalışan ‘kamu diplomasisi’ tarihinde bir rol modelidir. Bir ‘yumuşak güç’ aracı olarak kamu diplomasisi, yabancı ülkelerdeki halk ile iletişime geçmek için dizayn edilen kasıtlı bir harekettir (Seib, 2009:12). Joseph Nye’in ortaya attığı, ‘yumuşak güç’ günümüz diplomasi uygulamalarında önemli bir güç ve kamu diplomasisi unsurudur. Kültürel çekicilik, diplomatik kıvraklık ve ikna kabiliyetiyle istediğini zor kullan-

madan yaptırmak anlamıyla değerlendirdiğimizde “yumuşak güç”, gücün manevi boyutunun önemine vurgu yapmaktadır.

“Kamu diplomasisi” ve “yumuşak güç” üzerine kapsamlı çalışmaları olan Ekşi, kamu diplomasisinin “*yumuşak güce dayanan sivil toplum temelli, kamuoyu odaklı yeni bir diplomasi tarzı*” olduğunu ifade etmiştir. (Ekşi, 2014:10). Konstrüktivist bir yaklaşımla konuyu ele alan Ekşi, özneler arasındaki anlayış, güven ve ilişkileri inşa etmeye dayalı faaliyet ve yöntemlerin kamu diplomasisinin inşacı kapasitesine işaret ettiğini vurgulamıştır (Ekşi, 2014:23). Klasik diplomasi uygulamaları, devletten devlete resmi ilişkileri kapsar ve gizli yürütülürken; kamu diplomasisi devletten topluma ve toplumdan topluma, kamuoyu ve toplum önünde gayri resmi olarak gerçekleştirilir (Ekşi, 2014:86).

YeniDiplomasi.com’un kurucularından Gökhan Yücel, uluslararası ilişkilerin son dönemde en önde gelen kavramlarından bir tanesi olarak Nye’in yumuşak güç kavramını gösterirken, kavramın “yeni medya” ve “dijital diplomasi”yle yakından bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Medya teknolojisindeki gelişmeler, dünyanın internet adı verilen büyük bir ağ ile örülmesi, dijital teknolojinin iletişim araçlarında sağladığı hız, zenginlik ve çok boyutluluk “Yeni Medya” kavramına işaret etmektedir. “İnternet Gazeteciliği” ve “Sosyal Medya” başta olmak üzere “Yeni Medya” üzerinden bilgi artık dar bir kesimin elinden alınarak kitlelerin hizmetine sunulmuş, bilginin dolaşım hızı hiç olmadığı kadar artarken, bilgi yaygınlaşmıştır. Nye’in “soft power (yumuşak güç)” kavramını yaratıcı bir tercihle başka şekilde adlandıran Yücel, -dijitale dikkat çeken- “soft poware” söylemini ortaya atmakta ve dünyada ilk defa kullanılan bu kavramın, kamu diplomasisi ve dış politika süreçlerinde, yumuşak güç maksimizasyonu elde etmek için dijital diplomasiyi kullanması olduğunu savunmaktadır (Yücel, 2015).

1.9. Dijital Diplomasi

En basit tanımıyla ‘dijital diplomasi’yi dış politika sorunlarını internet kanalı ve online uygulamalar üzerinden çözme yöntemi olarak tanımlayabiliriz. Teknoloji ve inovasyon dünyasında yaşanan hızlı gelişmelerin de etkisiyle bugün, iletişim dünyası ile diplomasinin birbirinden ayrı düşünülemez bir şekilde konumlandığı görülmektedir. Bu da iletişim hedefli diplomasi ve farklı diplomasi uygulamalarının dijital bir bakış açısına ihtiyaç duymasına yol açmıştır. Kendisini dijital diplomasiye adayın bir birim kuran ilk Dış İşleri Bakanlığı, 2002 yılında e-diplomasi üzerine görev gücü oluşturan ABD Dış İşleri Bakanlığı olmuştur. Bu görev gücü daha sonra “e-diplomasi ofisi” olarak yeniden adlandırılmış ve zamanla diğer ülke dışişleri bakanlıkları da e-diplomasiyi benimsemeye başlamıştır.

Dijital diplomasinin son yıllarda dünyanın önemli eğitim kurumlarında ders olarak okutulması konunun artan önemini altını çizmek için önemli bir gösterge olmakla birlikte, “dijital diplomasi” ülkemizde de (Bahçeşehir Üniversitesi) 30 kişinin katıldığı bir sertifika programı

ile gündeme alınmış ve yine aynı üniversitede 2013-14 döneminde ilk kez yüksek lisans dersi olarak okutulmuştur. Türkiye'de artık bir süredir başta Dışişleri Bakanlığı olmak üzere, Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi ve daha birçok kamu kurum ve kuruluşu dijital diplomasinin açmış olduğu yeni mecradan faydalanma noktasında yoğun bir çaba ortaya koymaktadır. Kamu kurumlarının vatandaşın geri dönüş almalarına imkan sağlayan farklı sosyal medya hesaplarının yanı sıra, Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezine (CİMER) online başvurularla şikayet ve itirazda bulunmak da mümkündür. Çoğu kurumun da linkini paylaşımında bulunduğu CİMER'e Türkiye'de yaşayan yabancılar da sahip oldukları yabancı uyruklu kimlik numarası ile web adresi üzerinden başvuruda bulunabilmektedir.

Yine bir devlet televizyonu olan TRT, bünyesinde bulundurduğu birçok yayın kuruluşu, TV ve radyo kanalı, yabancı dilde yayın yapan web siteleri, bu kurumlara ait yüzlerce sosyal medya hesabı ve çeşitli alt bileşenleri ile dijital diplomasini açısından eşsiz bir ekosistem olarak ortada durmaktadır. Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi, Dışişleri Bakanlığı başta olmak üzere kurumlar kamu diplomasini aracı olarak sosyal medya unsurlarını içeren dijital diplomasine büyük önem vermektedirler. Bu kanallardan canlı yayınlar yapılabildiği gibi anlık paylaşımlar ve etkileşimlerde de bulunmaktadır. Dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını nedeniyle fiziki toplantılar yerine online görüşme ve temasların ön plana çıktığı 2020 yılında dijital diplomasinin daha da çok uygulama alanı bulduğu bir gerçektir. Bakıldığında TBMM'deki etkin uluslararası komisyonların twitter üzerinden faaliyetlerini duyurduğu, yabancı delegasyonlarla sosyal medya üzerinden takip ve etkileşimde bulunduğu görülmüştür. Yine salgın nedeniyle fiziki parlamenter konferansların video-konferanslara (webinar), uluslararası komisyon toplantılarının ise internet uygulamaları üzerinden gerçekleşen, çok sayıda ülkeden katılımcının katıldığı çevrimiçi toplantılara döndüğü tespit edilmiştir.

Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisinin (AKPM) resmi sosyal medya paylaşımında görüldüğü üzere, kuruluşundan bugüne parlamenter diplomasinin model kurumlarından olan AKPM, sosyal medya ve dijital diplomasini çok etkin bir şekilde kullanmaktadır. Aşağıdaki görselde AKPM, video konferans yöntemi ile gerçekleşen sanal oturumun son kısmına ilişkin paylaşımında bulunarak toplantı gündemini ve gerekli dokümanları toplantıya katılacak parlamenterlerin ve kamuoyunun dikkatine sunmuştur. Canlı yayın linkinin de paylaşıldığı duyuruda ayrıca beş dilde yayın yapılacağı ifade edilmiştir. Dört gün boyunca süren ve salgın nedeniyle Strazburg'da fiziki olarak gerçekleştirilemediği için online gerçekleşen bu toplantılara 18 asil, 18 yedek üyeden oluşan AKPM Türk Delegasyonu katılmıştır. Bu toplantılar haricinde salgının etkin olduğu Mart 2020'den itibaren yüzlerce uluslararası toplantı video konferans yöntemiyle ve dijital enstrümanlarla gerçekleştirilmiştir. Parlamenter diplomasini açısından 2020 yılı dijital diplomasini yılı olmuştur.

Görsel:1.1. Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi Sosyal Medya Hesabı (Ekim 2020, Strazburg)



PACE ✓ @PACE_News · Oct 22

This is LIVE now in five languages!

Watch here...

vodmanager.coe.int/live/?appname=...



PACE ✓ @PACE_News · Oct 22

Good morning and welcome to the last part of PACE's virtual "mini-session", which begins in a few minutes - MPs from the 47 @CoE nations debating key #humanrights issues.

Full agenda and documents:
pace.coe.int/en/pages/sessi...

Watch LIVE in 5 languages here:
vodmanager.coe.int/live/?appname=...

Show this thread



Farklı tanımları ve uygulamaları olmakla birlikte diplomasi, en genel tabirle “görüşme sanatı” olarak tanımlanabilirken; dijital kelimesi ise sayısal verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösteren olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım çerçevesinde klasik anlayışın dışına çıkan farklı bir boyut kazanan diplomasi sayesinde, internet ve uygulamalar aracılığıyla yeni ve dikkate değer yollarla dinlemek, yayınlamak, etkileşime geçmek ve değerlendirmek mümkün hale gelmektedir. Yücel, dijital diplomasiye alternatif olarak; ‘siber diplomasi’, ‘online diplomasi’, ‘sosyal diplomasi’, ‘e-diplomasi’, ‘facebook diplomasi’, ‘viral diplomasi’, ‘twitter diplomasi’, ‘açık diplomasi’, ‘twiplomacy’, ‘yenilikçi diplomasi’, ‘şeffaf diplomasi’, ‘mobil diplomasi’ gibi yeni kavramlara işaret etmektedir (Yücel, 2013).

Bu yeni kavramlardan twitter diplomasi üzerinden Türk-ABD ilişkilerine ilişkin araştırma yapan Şevket Ovalı; Twitter Diplomasisi ABD Başkanı Trump tarafından sıkça kullanılırken

Türk aktörlerin daha çok klasik diplomasi yöntemlerini tercih ettiğini ifade etmiştir. Çalışmada Türk tarafında çok farklı konularda twitler atıldığı görülürken Amerikan tarafında konu kısıtlılığı olduğu görülmüştür. Çalışmadaki en dikkat çekici bulgulardan biri de twitter diplomasisinin Türk-Amerikan ilişkilerinde her an kriz yaratacak veya mevcut krizleri büyütecek bir araca dönüşebileceğinin tespiti olmuştur. Twitter üzerinden kamuoyu önünde açık bir şekilde yürütülen yeni diplomasi modeli, iç siyasi kaygılar da nedeniyle, kriz çözmekten ziyade kriz tırmandırıcı bir nitelik taşımıştır (Ovalı, 2020: 43). Ovalı'ya göre; özelde twitter'ın genelde ise sosyal medyanın, politikanın her alanında giderek artış gösteren gücü günümüzde yadsınmaz hale gelmiştir. Sosyal medyanın gücünün farkına varılması, tüm politik aktörlerde görünürlüklerinin artması çabasını beraberinde getirmiştir. Zira bir gönder bağlantısına tıklayarak milyonlarca kullanıcıya zaman-mekan sınırlaması olmaksızın ulaşmak ve bu yolla politik çıkarlarının savunuculuğunu yapmak, hedef kitleye yönelik ikna çabası ortaya koymak kolaylaşmıştır. Fakat bu kadar etkili bir aracın bilhassa dış politika yürütülürken titizlikle kullanılması önem arz etmektedir. Ovalı'ya göre dış politikadaki giderek artan sosyal medya kullanımının sonuçlarının olumlu mu yoksa olumsuz mu olacağı, karar alıcıların iradeleri ve sorumluluk bilinçlerine göre şekillenecektir. (Ovalı, 2020: 45).

Dijital diplomasi, yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramlarından ayrı düşünülmeyecek bir şekilde, facebook ve twitter başta olmak üzere sosyal ağların zihinleri ve gönülleri kazanmakta kullanılması, farklı uygulamalarla dış politika faaliyetlerinin dijital çağa uyumlaştırılmasını ve aynı zamanda konsolosluk hizmetlerinin en etkin ve hızlı şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır.

Büyük bir dijital dönüşüme maruz kaldığımız bir çağda, realizmin uluslararası ilişkilerde temel aktör diye tanımladığı 'devlet' başta olmak üzere geleneksel pek çok yapı, meslek ve sektörün çağı yakalama adına akademik ve sektörel çalışmalar yapması zamanın ruhuna yakışan olağan bir gelişmedir. Teknolojiyi hızlı bir şekilde tüketen; tablet bilgisayar ve akıllı telefon sektöründeki yeniliklerin paralelinde sanal mağazalara düşen her türlü uygulamalara çabuk adapte olan bir dünya halklar topluluğu dikkate alındığında, ne kapitalizmin çok uluslu şirketlerinin, ne medyanın, ne de devletlerin halkın değişime bu kadar çabuk adapte olduğu bir dönemde dijital alandan uzak kalması beklenemezdi. Sadece diplomasi anlamında değil dijital hangi kelimeyle bir araya gelirse gelsin hiç şüphesiz yeni bir çağın, yeni bir dönemin yeni bir iş, oluş ve eylemin doğası, araç ve aktörlerini ortaya koymaktadır.

2. YÖNTEM

Yerli ve yabancı literatürde diplomasi üzerine pek çok araştırma olmakla birlikte yapılan çalışmalarda tarihsel ve dönemselsel açıdan farklı örneklerin dijital ile pratikte örtüşen noktaları üzerinde (bilhassa Türkiye örnekleriyle) aynı ölçüde durulmadığı görülmüştür. 2000'li yıllarla birlikte çalışılmaya başlanan ve son yıllarda üzerine yapılan çalışmaların yoğunlaştığının tespit edildiği dijital diplomasi kavramının teori ve pratikte diğer modern diplomasi

uygulamalarıyla kesiştiği noktalar ve işbirlikleri bu çalışmanın temel çıkış noktalarındandır. Bu çalışmada tarihsel olarak şimdiye kadar uygulana gelen diplomasi türleri kavramsal olarak ortaya konulmakla birlikte bunlardan parlamenter diplomasi, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi gibi çağdaş türlerin, birbiriyle etkileşimli ve birbirini tamamlayan unsurlar olarak ele alınmasına çalışılmıştır. Dijitalin eğitimden, ekonomiye, ekonomiden medyaya pek çok alanda ortaya koyduğu değişimin diplomasiye de sirayet etmesinin kaçınılmaz olduğu düşüncesinden hareketle ortaya konan çalışmada en güncel diplomasi pratiklerini dijital diplomasi uygulamalarının görünür ve etkin kıldığı görülmüştür.

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı diplomasi türlerinden dijital diplomasinin uygulama alanlarının “kamu diplomasisi” ve “parlamenter diplomasi” uygulama alanları ile örtüşen kısımlarına dikkat çekerek bu farklı uygulama alanlarının Türk diplomasi yönetiminde etkinliğin sağlanması yönünde önemli olabileceğine dikkat çekmektir. Yeni medya unsurları ve dijital diplomasi ile desteklenmeyen kamu diplomasisi ve parlamenter diplomasi faaliyetlerinin, tüm dünyanın online işlemler ve toplantılar ile faaliyetlerini sürdürüldüğü günümüzde, başarılı olma şansı geçmiş yıllara nazaran düşük olacaktır. Bu çerçevede çalışmanın cevap aradığı temel sorular şu şekildedir:

- Dijital diplomasi uygulanan diğer diplomasi türleri (parlamenter diplomasi, kamu diplomasisi vb.) ile hangi boyutlarıyla örtüşmektedir?
- Türk diplomasisinde dijital uygulamaların etkinliği, içinde bulunduğu dönemin gerçekliğiyle örtüşmekte midir?

Alan taraması ile desteklenecek bir çalışmayla öncelikle çalışmanın temel ve kavramsal soruları cevaplandırılarak çalışmanın amaçlarına ulaşmak hedeflenmektedir. Çalışmada elde edilen veriler yorumlanırken, daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırmalı bir analiz ortaya konulacak ve sonuç bölümünde çalışmanın amaçlarına ulaşip ulaşmadığı tartışılarak dijital uygulamalar ve öneriler değerlendirilecektir.

2.2. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın evrenini “parlamenter diplomasi” ve “kamu diplomasisi” uygulayıcıları bağlamında Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) ve Dışişleri Bakanlığı oluşturmaktadır. Bu bağlamda Dışişleri Bakanlığı ve TBMM yetkilileri ile yapılan görüşmelerden ve sosyal medya verilerinden faydalanılmıştır. Kavramsal bir tartışma ve genel bir inceleme olması nedeniyle araştırma yöntemlerinden nitel teknikler seçilmiş ve bu doğrultuda nitel araştırma tekniklerinden mülakat tercih edilerek çalışma gerçekleştirilmiştir. Covid-19 nedeniyle kimi görüşmeler ve toplantılar dijital yöntemlerle gerçekleştirilmiştir.

2.3. Veri Toplama Yöntemi

Gerçekleştirilen araştırmalarda yüz yüze görüşmelerin yanı sıra telefon ve sosyal medya gibi farklı iletişim kanalları da kullanılmış bulgular literatür araştırmaları çerçevesinde işlenebilirlik açısından değerlendirilmiştir. Veri toplama yöntemi açısından sözlü anlatılara ve medya yansımalarına başvurulmakla birlikte görüşülen kişilerden soru formu ile kullanışlı bilgiler elde edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katkı sağlayan kişi ve kurumlara teşekkür ediyorum. Dışişleri Bakanlığı ve TBMM'nin dijital diplomasi uygulamaları gözlemlenmiş, sosyal medya hesapları dijital diplomasi etkinliklerinin ortaya konulması açısından araştırılmıştır. Bu bağlamda bir parlamenter uluslararası komisyon sekreteryası ve bir bakanlık merkez teşkilatı örnek olay olarak incelenmiştir.

2.4. Veri Analiz Tekniği

Dijital diplomasi uygulamaları anlamında farklı bulgulara ulaşmak için incelenen örnek olaylar nitel veri analizi metoduyla ele alınmış ve bu sayede dijital gerçeğin içinde var olan gizli bilginin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Nitel veri analizi tekniği çerçevesinde betimleyici analiz, içerik analizi ve kısmen doküman analizi gibi yöntemler eldeki verilerin yorumlanması için kullanılmıştır.

3. BULGULAR

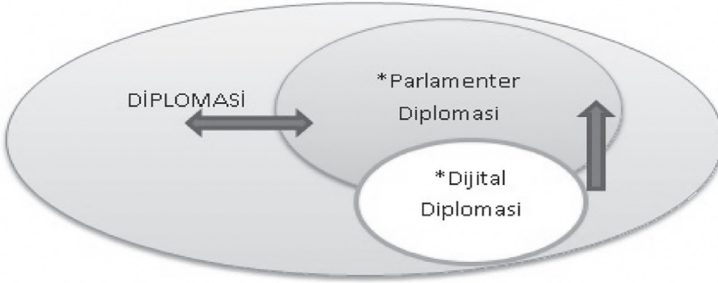
Yapılan görüşmeler sonucunda parlamenter diplomasi uygulamalarının dijital diplomasi uygulamaları ile geliştirildiği ve bu dijital uygulamaların etkinliğinin bilhassa Covid-19 salgını döneminde arttığı tespit edilmiştir. Tablo 3.1'de görüldüğü üzere TBMM'deki uluslararası komisyonlardan biri olan AKPM Türk Delegasyonu, 2017 yılından bu yana twitter uygulamasını aktif kullanmakta olup Nisan 2020'den Ekim 2020'ye kadar 125 uluslararası online toplantı gerçekleştirmiştir. Strazburg'da mukim AKPM'nin ev sahipliğinde gerçekleşen online komisyon toplantıları Avrupa Konseyinin kullanmakta olduğu profesyonel uluslararası toplantı programı "Kudo Live" üzerinden altı dilde anlık tercüme imkanı ile gerçekleştirilmiştir. Daha az katılımcının söz konusu olduğu küçük toplantı ve görüşmeler için ise Bluejeans ve Zoom uygulamaları kullanılmıştır. Bluejeans ve Zoom platformu üzerinden yapılan toplantılarda anlık tercüme sistemi desteklenmediğinden İngilizce ağırlıklı ortak toplantı dili olarak tercih edilmiştir. Ayrıca deneklerle yapılan görüşmelerden, uluslararası parlamenter heyetlerin yaklaşık son 4-5 yıldır whatsapp grupları aracılığıyla ilgili parlamenter diplomasi konularında birbirleriyle sürekli iletişim halinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Uluslararası komisyonların ulusal sekreteryalarının ise farklı ülke ve uluslararası kuruluş sekreteryaları ile büyük oranda e-posta yöntemiyle haberleştiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda dijital diplomasi uygulamalarının son yıllarda yoğun bir şekilde parlamenter diplomasi uygulamalarına destekleyici ve kolaylaştırıcı bir unsur olarak eklenildiği görülmüştür.

Tablo: 3.1 AKPM Türk Delegasyonunun Dijital Diploması Uygulamaları (Ekim 2020)

	Uygulama Adı	Başlangıç Tarihi	Etkinlik
Sosyal Medya Uygulama Alanı	Twitter	Aralık 2017	1303 takipçi 1273 tweet
Dijital Toplantı Uygulama Alanı	Kudo Live	Nisan 2020	118 toplantı
	Bluejeans	Nisan 2020	4 toplantı
	Zoom	Mart 2020	3 toplantı
Parlamente Diploması ve Dijital Diploması Uygulama Alanı	Twitter	2017+	1303 takipçi
	Kudo Live		1273 tweet
	Bluejeans		
	Zoom		125 toplantı
Web sitesi	https://www.tbmm.gov.tr/ul_kom/akpm/turk_grubu.htm		

Tablo 3.1 dikkate alındığında Görsel 3.1’de resmedildiği gibi dijital diplomasının parlamente diploması ile kesişen ve zamanla parlamente diploması ile bütünleşme noktasında eğilim gösteren bir gelişme içerisinde olduğu görülmüştür. Dijital diploması esasında diğer diploması türlerine de benzer noktalardan nüfuz ederek genel diploması resmini oluşturmaktadır.

Görsel: 3.1. Dijital diplomasının parlamente diploması ile kesişimi



3.1. Dijital Diploması ve Dışişlerinde Dijital Açılım

21. yüzyılın ilk çeyreğindeki toplumsal dönüşümler, daha önceki zamanlara göre diploması üzerinde daha büyük bir etkiye bulundu. Toplumdaki hızlı değişimle karşılaştırıldığında hükümetler, yaklaşmakta olan gelişmeleri ve riskleri sezmek konusunda zor bir dönem yaşadı. Teknolojik imkânlar gelecek trendleri öngörme kapasitesini güçlendiriyor gözükmesine rağmen, hükümetler olayları akışına bıraktı (Hocking ve Melissen, 2015:9). Diplomasının de

dâhil olduğu yeni dijital alan birçok fırsat ve kolaylıklara imkân tanımakla birlikte, şüphesiz yeni riskleri de beraberinde getirdi.

Bugün diplomasideki yenilik, yeni iletişim teknolojilerinin diplomasıye uygulanmasıyla her şeyin mümkün olmasıdır. Bu konu; müzakere, temsil ve iletişimi içeren diplomasinin temel işlevlerinin kalbine kadar gitmektedir. İletişimin diplomasideki bu merkezciliği dikkate alındığında, yaygınlaşan sosyal medyanın diploması uygulayıcılarının ilgisini çekmesi şaşırtıcı değildir. Teknolojideki bu coşku, “e-diploması”, “dijital diploması”, “cyber diploması” ve “twiplomacy” gibi değişik şekillerde ortaya çıkan tanımlamalarla aynı zamanda yeni bir devlet yönetimini ve siyasi, diplomatik ustalığı ilan etmektedir. 1846-1851 yılları arasında İngiltere Dış İşleri Bakanı olarak görev yapan daha sonra Başbakanlık görevini de yerine getiren Lord Palmerston’un telgrafın ortaya çıkmasıyla ilgili olarak kullandığı “*Aman Tanrım, bu diplomasinin sonu!*” ifadesi nasıl ki o dönem için yeni bir diplomatik uygulama alanına ve endişeye vurgu yapmışsa bugün de teknoloji ve internete yaşanan gelişme, sosyal medyanın yükselişi ve yaygınlaşması çok daha farklı ve karmaşık bir alanı işaret etmektedir (Hocking ve Melissen, 2015:14). Diplomatik ilişkileri, modern ulus devletlerin 1648 tarihli Westphalia Anlaşması ile vücut bulmaya başladığı tarihten itibaren dikkate alırsak o günden günümüze yaşananları diplomatik bir sondan ziyade diplomatik evrim olarak görmek şüphesiz daha yerinde olacaktır. Öyle ki; hedef kitle, amaç ve araçlarında, eylem pratiklerinde ciddi değişiklikler gözlemlense de diploması öz varlığını korumakta, fakat içinde bulunduğu çağa ve uluslararası düzene göre kabuk değiştirirken hiç olmadığı kadar çeşitlilik ve zenginlik arz etmektedir.

Türk Dışişleri Bakanlığı da artık geleneksel yöntemlerin ötesine geçerek teknolojiyi ve dijitali en iyi şekilde kullanma arzusundadır. Bu bağlamda bütün dünyada olduğu gibi Türk Dışişleri Bakanlığı da teknolojiden en üst seviyede yararlanan bir kurum olarak pek çok hizmeti internet üzerinden sağlarken sosyal ağları da etkin bir şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Katıldığı bir programda “*Dijital alt yapıyı en iyi kullanan kurumların başında geliyoruz*” açıklamasında bulunan eski Bakan Yardımcısı Naci Kuru, dijital diplomasıye ise, “*dış politikanın üretilmesinde, yapılmasında teknolojik bilişim alt yapısından üst düzeyde yararlanma*” olarak tanımlamıştır. İlk defa Türkiye’nin tanıtımına yönelik web sayfasını açan ve PC’lerle en büyük networku kuran kurum olarak Dışişleri Bakanlığını ön plana süren Kuru, “*bunu hem yazışmalarda hem personel otomasyonunda hem de dış politikanın yürütülmesinde kullanıyoruz*” açıklamasında bulunmuştur. Vatandaşlara yönelik Bakanlığın e-konsolosluk hizmetinin ilk kez 2004 yılında ABD’de gerçekleştirildiğini hatırlatan Kuru, 2007 yılına gelindiğinde bunun bütün dünyada kullanır duruma geldiğini ifade etmiştir. Geleneksel yöntemlerle konsolosluklarda yapılan işlemlerin yaklaşık %80-90’nının elektronik ortamda da yapılabildiğini iddia eden Kuru, yine dijital alandan faydalanılarak oluşturulan vatandaşla ilgili bütün kimlik bilgileri ve fotoğrafın yer aldığı cipli e-pasaportların da yaygınlaştığını ve üst düzeyde güvenlik imkânı sağladığını ifade etmiştir. Kuru, dijital alanın dışişleri faaliyetlerindeki faydalarına değinirken dijital alanın tehditlerine değinmeyi de ihmal etmemiş ve bu alanın bazı ülkelere karşı siber saldırı aracı olarak ta kullanabildiğini hatırlatmıştır (Kuru, 2011).

Olası risklere rağmen Bakanlık sağladığı faydalar nedeniyle dijitale verdiği önemi 2000’li yıllarda, bilhassa 2009’dan sonra hep canlı tutmuştur. 2020 yılı Büyükelçiler Konferansında konuşan Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu “*Dijital çağa yetişmek değil, çağı sürükleyenler arasında yer almak şiarıyla hareket ediyoruz*” ifadesiyle dijitale verilen önemi teyit etmiştir. Çavuşoğlu ayrıca konuşmasında, G20 Dijital Diplomasi Endeksi’nde 7. sırada olduklarını ve sosyal medya etkileşimi bakımından ise; 3. sıraya çıktıklarını açıklamıştır.

Günümüzde artık tüm büyük ülkeler dış ilişkiler ve konsolosluk faaliyetlerinde teknoloji ve bilişimden en üst düzeyde istifade etme çabasıyla hareket ederken internet ve sosyal medya uygulamalarıyla dijital çağın tüm imkânlarından faydalanma çabası içine girmişlerdir.

İnternetin gelişim serüvenine baktığımızda Web 1.0 internetin ilk dönemi için kullanılmakta ve kullanıcılar internet sitelerini bilgi edinme amacıyla ziyaret ederek, almak istediği bilgiyi alıp siteden ayrılmaktadır. Web 1.0’de içeriğe yorum yapma, katkıda bulunma, içerik üretme gibi bir olanak yoktur. Web 2.0 döneminin gelişile ise web’de bir sınıfa ait olma bilinci ve insan etkileşimi başlayarak, internet mecrası daha interaktif bir platforma dönüştü. Web 2.0 döneminde kullanıcılar web 1.0 da oldukları gibi pasif ve tüketici değil bunun tam aksine üretici ve aktif bir rol üstlenmişlerdir. Günümüzde web 2.0’ın sağlamış olduğu bir imkan olan “sosyal medya” bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılırken dijital alanın yaratmış olduğu bir pratiği de gözler önüne sermiştir. Gelineen noktada günümüzde dış ilişkiler faaliyetlerinin de ötesinde, bireysel olarak birçok işimizi, araştırmalarımızı internet üzerinden yapıyoruz ve tüm bunları yaparken teknolojinin, internetin ve sosyal ağların yeni sürprizleriyle karşılaşılıyor. Bu çerçevede 2010-2020 dönemi için sunulan üçüncü kuşak web 3.0 ve daha ileriki dönemde 2020-2030’da geçilmesi beklenen web 4.0, diplomasiden, istihbarat, bankacılık, sosyal medya ve haberleşmeye kadar pek çok alanda yeni bir etki dalgası oluşturacak ve belki de şuanda tahmin dahi edemeyeceğimiz ultra akıllı cihaz ve uygulamalarla karşılaşacağız (lifeboat.com, Spivack).

3.2. Kamu Diplomasisi 2.0.

20. yüzyılda gelişen “kamu diplomasisi”, 21. yüzyılın gelişimi içerisinde etkisiz ve demode kaldığından, ilkinde geleneksel güncel olana ise “yeni kamu diplomasisi” denilmesi tercih edilmiştir. Dijitalleşen kamu diplomasisi de diyebileceğimiz yeni kamu diplomasisi, ilişkiler kurma ideali üzerine şekillenmiş olup; iş birliği ve diyalog kurma amacı ön plana çıkmıştır. Dijital kamu diplomasisi iletişim teknolojilerinin neredeyse tamamından yararlanır. Fakat bu yararlanma sadece güncel sosyal ağlar ve dijital teknolojilerle sınırlı kalmaz, geleneksel iletişim tekniklerinden de faydalanmayı sürdürür. (Ceyhan, 2020:95).

Geleneksel kamu diplomasisinin dijitalleşmesi 2000’lerin başında sınırlı ölçüde ABD, İngiltere ve İsrail gibi ülkelerde ortaya çıkmakla birlikte dünya ölçeğinde kurumlar ve halklar nezdinde yaygın dijitalleşme sosyal medya kullanımının artmasına paralel olarak daha sonra olmuştur. 2010 ve sonrasında Ortadoğu’da yaşanan toplumsal eylemler çerçevesinde

Mısır'da, Libya'da ve Tunus'ta meydanlara toplanan halkın, bir sosyal paylaşım sitesinde sağladığı birlikteliği kitleselleştirerek sokağa dökmesi, halkın, kamu diplomasisinde 'hedef kitle' olarak ilk kez bu kadar somut ve aleni bir şekilde yerini aldığını göstermiştir. Görünen o ki sadece iletişim değil, 'kamu diplomasisi' de 2010 itibarıyla kendi dijital çağını yaşamıştır. Hatta günümüzde sadece Ortadoğu değil Batı ülkelerinde de sosyal medya üzerinden benzeri birçok kitleleri yönlendirme ve manipüle etme çabasına veya başarısına şahit oluyoruz.

Bilindiği gibi Mısır'da Mübarek rejiminin sonunu getiren eylemler boyunca Batılı liderler, söylemlerinde ve resmi açıklamalarında çok dikkatli bir dil kullandılar. Çünkü rejimin devrilmesini isteyen, 'eylemleri dışarıdan dayatan müttefikler' gözükmemeyi arzu ediyorlardı. Fakat BBC araştırması, bu tür eylemlerde Amerikan ve İngiliz hükümetlerinin perde arkasında, eylemci gençlere interneti kullanmaya ilişkin eğitimler verdiğini ortaya koymuştur. ABD Dışişleri Bakanlığı'nın desteğiyle uygulanan bu girişimin adı: 'kamu diplomasisi 2.0.' (bbc.com). 'Kamu Diplomasisi 2.0' internetin yaygınlaşması ile ortaya çıkmış olup, twitter, blog ve facebook gibi farklı sosyal paylaşım sitelerinin ortaya çıkışıyla, günümüzün önemli bir politika aracı haline gelmiştir. Kamu Diplomasisi 2.0, hiçbir yere gitmeden dünyanın bir ucundan diğer ucuna mesajların örgütlenerek iletilmesine imkan sağlamıştır (Graffy, 2009). Dünyanın her yerinden milyonlarca kişiye ulaşabilme imkânı ile twitter, hedef kitlesi geniş bir alanı kapsayan kamu diplomasisinin vazgeçilmez uygulama alanı haline gelmiştir. Günümüzde iletişim kanallarının çeşitlenmesi ve sosyal paylaşım sitelerinin hızlı bir şekilde yaygınlaşması 'kamu diplomasisi' alanının ulaşmak istediği ve ulaşabildiği hedef kitleyi genişletmiştir.

Türkiye'de kamu diplomasisinin dijitalleşmesi konusunda ilk kurumsal örnek 2009 yılında kurulan Yunus Emre Enstitüsü (yee.org.tr) ve yine aynı yıl Kamu Diplomasisinden ve İletişimden Sorumlu Müsteşar Yardımcılığıyla Dışişleri Bakanlığı olurken; dijitalleşmeye katkısının yanı sıra kavramın doğrudan kurumsal bir yapı olarak ortaya çıkması ise 2010 yılında Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile olmuştur (Resmi Gazete:2010/3). Yeni hükümet sistemi ile birlikte günümüzde Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde sürdürülmektedir (iletisim.gov.tr).

Bakanlık özelinde bakıldığında Ahmet Davutoğlu'nun Dışişleri Bakanı olmasından kısa bir süre sonra kamu diplomasisinin dış politika sürecine eklenmesi resmi olarak başlatılmıştır. 3 Aralık 2009 tarihinde Dışişleri Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Büyükelçi Namık Tan konuyla ilgili medyaya yaptığı açıklamada kamu diplomasisine ilişkin olarak şu ifadeleri kullanmıştır:

"Kamu diplomasisi alanı, dış politikanın yürütülmesine yeni bir vizyon ve önümüzde açılan geniş bir çalışma penceresidir. Bu yeni çalışma penceresi alışık olduğumuz klasik diplomasi uygulamalarının ötesine geçerek, önümüzdeki dönemde yeni uygulamalar çerçevesinde bir araya gelmemizi sağlayacak" (Hürriyet.com, 2009).

Bu çalışma kapsamında Facebook ve Twittrter gibi modern iletişim tekniklerinin aktif olarak kullanılması gündeme alınmıştır. Sonraki dönemde ABD Washington Büyükelçisi olarak atanan Namık Tan, diplomaside yaşanan değişim ile paralel olarak, Facebook ve Twitter gibi dijital uygulamaların ‘kamu diplomasisi’ aracı olarak kullanılmaya başlanmasını şu ifadelerle değerlendirmiştir.

“Nasıl 18. yüzyılda telgrafın icadı diplomasinin yöntemini, süratini değiştirmişse, geçtiğimiz son on yılda, internetin ve bu tabanda işleyen sosyal medya enstrümanlarının yaygınlaşması diplomaside önemli bir dönüşüme vesile olmuştur. Bugün artık bilgi akışı neredeyse ses hızında gerçekleşmektedir. Diplomaside de gelişmelerin gerisinde kalmamak için devletler halklarının çıkarlarını korumak, geliştirmek amacıyla son derece süratli bir şekilde işlevlerini yerine getirmek durumundadırlar. Bugünün diplomasisinde gerektiği anda gerekli mesajları kamuoylarına dakikalar içinde vermek zorundasınız. YouTube, Twitter, Facebook gibi sosyal medya araçları diplomatların iletişimde olduğu çevreyi de büyük ölçüde genişletmiştir. Diplomaside alışlagelmiş oyuncuların, üst düzey devlet görevlilerinin ötesinde, görev yaptığınız ülkede halkın her kesimiyle, belki de en önemlisi, gençlerle bir etkileşime girebiliyorsunuz” (Tan, 2012).

Amerika Birleşik Devletleri, Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkilerden sorumlu eski Müsteşarı ve George Bush Enstitüsü Kurucu Yönetim Direktörü James K. Glassman, katıldığı “Dijital Çağda Kamu Diplomasisi (Public Diplomacy in the Digital Age)” adlı panelde kamu diplomasisini, “resmi görevlilerden çok halkı hedef alarak onları bilgilendirmek, anlamak ve merak uyandırmak, yabancı halkı Amerikan çıkarları için etkilemek” olarak tanımlamıştır (csis.org).

Sonuç olarak, ‘kamu diplomasisi’ kendisine çizilen sınırlar çerçevesinde hedef aldığı kitleye yönelik faaliyette bulunurken; hedef kitlenin maruz kaldığı genişleme ve değişimlere göre ise kendini yeniden konumlandırmakta, alternatif politikalar geliştirmektedir. Kamu diplomasisi teorik ve pratik anlamda durağan değil, kendini yenileyen ve değişime açık bir faaliyet alanıdır ve bu anlamda ‘dijital diplomasi’ önemli bir araç olarak ‘kamu diplomasisi’ uygulama alanına katılmıştır.

3.3. Dijital Çağda Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Sosyal Medya

Temmuz 2012’de twitter diplomasisi diye anılan ‘Twitter’ın hükümet ve devlet başkanları tarafından kullanılmasının’ araştırılmaya başlanması, dijital diplomasinin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmasına ilgiyi arttırmıştı. Dijital diplomasinin yoğun uygulama alanı bulunduğu “Kamu Diplomasisi 2.0” örneğinde görüldüğü üzere “sosyal medya”, “dijital

diplomasi” ve “kamu diplomasisi”nin uygulama alanlarında önemli bir araç olmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'nin interneti, twitter ve facebook gibi sosyal paylaşım sitelerini tüm kurumlarıyla ve aktörleriyle etkili bir şekilde kullanabilmesi gerekmektedir. Bilişim ve iletişim alanında yaşanan gelişmeler medyanın farklı bir boyut kazanmasını sağlarken bilginin en doğru ve etkili şekilde yayılmasına da önemli bir katkı sağlamaktadır.

Bugün Türkiye’de başta Dışişleri Bakanlığı ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı olmak üzere pek çok kurum ve kurumun yöneticileri sosyal paylaşım sitelerini aktif olarak kullanmaktadır. Bu hesaplardan Türk dış politikasında öne çıkan konular mesaj olarak geçilirken Türkiye’ye ilişkin olumlu gelişmeler hakkında anlık bilgilendirmelerde bulunmaktadır. Twitter ve facebook gibi online uygulamalar üzerinden dış politika gündemine ilişkin, bir gün sonra ancak gazetelerden okunabilecek haberler anlık bilgi olarak geçilmektedir.

Görevdeyken sosyal medyayı aktif kullanan diplomatların başında gelen ve bu uygulamaları ‘dijital diplomasi’ olarak tanımlayan Emekli Büyükelçi Namık Tan, Sosyal medyanın dış politika alanında sağladığı avantajı ve kamu diplomasideki önemini 2012 yılında yaptığı değerlendirmede şu ifadelerle açıklamıştır:

“Sosyal medyanın getirdiği bir avantaj mesajınızı daha geniş çevrelere daha etkili ve hızlı bir şekilde yaymak iken, diplomatlara sağladığı, en az bunun kadar önemli bir diğer avantajı da kamuoyunun hassasiyetlerini daha iyi anlamak, bunları gazetelerde okumak veya o ülke yetkililerinden duymak yerine, doğrudan bireylerden dinlemek olanağı sağlamasıdır. Artık sosyal medya sayesinde, diplomat olarak görev yaptığımız ülke halklarına görüş ve mesajlarınızı doğrudan iletebildiğiniz gibi, onların sizin bu mesajlarınızı nasıl algıladığını ve ne tür bir çerçevede değerlendirdiğini de kolaylıkla gözlemleyebiliyorsunuz. Benzer şekilde, sosyal medyanın sağladığı faydalardan biri de, yaklaşmakta olan, krize dönüşebilecek gelişmeleri de henüz ilk safhalarındayken tespit edip önlem alabilmek şansı tanınmasıdır. Yani bugünün dijital diplomasisi, diplomata ve tüm devlet adamlarına hem daha iyi, daha etkili söylemek, hem de daha iyi dinlemek, anlamak olanağı sağlamaktadır. Görevimizi layıkıyla yapabilmek için bu imkânlardan sonuna kadar istifade etmek zorundayız” (Tan, 2012).

Günümüzde teknoloji ve internet, bireylerin hem günlük hayatının hem de iş hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş olduğundan, sosyal medyanın değiştirici ve dönüştürücü gücünün farkında olunması gerekmektedir. Uluslararası alanda veya ülkenin kendi gündemi içerisinde yaşanan siyasi, ekonomik, askeri, bilimsel ve kültürel gelişmeler; internetin ve özellikle sosyal medyanın gücü sayesinde çok daha hızlı bir şekilde toplumlara nüfus etmektedir. Sosyal medya kısa sürede belirli konularla ilgili kamuoyu oluşturulmasını sağlamaktadır (Erzen, 2012: 142).

Bu bağlamda Türk Dışişleri Bakanlığı teknolojik gelişmelere paralel olarak, dijital diplomasi çerçevesinde değerlendirilen sosyal medya uygulamalarına ve internet yayıncılığına büyük önem vermiştir. Türk Dışişleri Bakanlığı'nın, tüm dış misyonlarına sosyal medya hesapları açma ve etkili şekilde kullanma talimatı verdiğini ifade eden Tan, dijital diplomasi ve sosyal medyanın önemini şöyle açıklamaktadır:

“Ben ve meslektaşlarım da Türk diplomasisinin en etkin şekilde yürütülmesi için Twitter ve Facebook gibi sosyal medya kanallarını azami şekilde kullanıyor; hatta bu alanda birçok yabancı meslektaşımıza öncülük ediyoruz diyebilirim. Yine YouTube ve Vimeo gibi gençleri daha fazla cezv edecek video paylaşım sayfalarımız aracılığıyla da iletişim faaliyetlerimizi görsel ve işitsel öğelerle de desteklemekteyiz. Gözardı edilemeyecek popüleriteye sahip olan fotoğraf paylaşım programı Instagram'ı da etkin şekilde kullanıyoruz. Bütün bunların diplomasinin özü olan devlet ziyaretlerinin, yüz yüze görüşmelerin, yazılı haberleşmenin ve uluslararası konferansların yerini aldığını söylemiyorum. Ancak, diplomasinin bu geleneksel yöntemlerine ilave olarak, bugün “e-diplomasi” veya “dijital diplomasi” olarak tabir edebileceğimiz bu alanda da öncülük yapmak için çalışıyoruz.” (Tan, 2012).

Tablo 3.3.1. Dışişleri Bakanlığı Dijital Diplomasi ve Sosyal Medya Uygulamaları

Hesap Adı	Dili	Takipçi Sayısı
https://twitter.com/TC_Disisleri	Türkçe	83.121
https://twitter.com/MFATurkeyFrench	Fransızca	7.392
https://twitter.com/MFATurkeyArabic	Arapça	37.232
https://twitter.com/MFATurkey	İngilizce	1.496.458
https://www.facebook.com/Disisleri/	Türkçe	313.148
https://www.youtube.com/user/TCDisisleri	Türkçe İngilizce	9.111
https://www.instagram.com/tcdisisleri/?hl=tr	Türkçe İngilizce	12.000

Tablo 3.3.1’de görüldüğü üzere Türkiye Dışişleri Bakanlığı 2009 yılından buyana başta Twitter olmak üzere bir kamu diplomasi aracı ve dijital diplomasi uygulaması olarak sosyal medya hesaplarını yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal medya hesapları incelediğinde takipçi sayısı ve paylaşım etkinliği açısından en çok Twitter uygulamasının tercih edildiği tespit edilmiştir. 2012 itibarıyla YouTube uygulamasını da aktif olarak kullanmaya başlayan Dışişleri Bakanlığının söz konusu sosyal medya içerik paylaşımlarında İngilizce, Arapça ve Fransızca’yı gerekli görülen ölçülerde kullandıkları tespit edilmiştir. Fakat diplomatik açıdan lüzum görülmesi halinde farklı dillerde paylaşımların da bu hesaplardan paylaşılabilirdiği tespit edilmiştir. Tüm bu kurumsal hesapların haricinde başta Dışişleri Bakanı ve Büyükelçiler olmak üzere farklı ülkelerdeki Türk Elçiliklerinin, Daimi Temsilciliklerinin ve Türk

Konsolosluklarının kendi kurumsal ve kişisel sosyal medya hesaplarını kullandıkları tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA

İletişim ve teknolojinin tarihte hiç olmadığı kadar ön plana çıktığı günümüzde dijital diplomasi, genelde diplomasi özelde ise kamu diplomasisi ve parlamenter diplomasi uygulamalarının bilgi ve iletişim teknolojileri ile ortaklaşa ortaya konulması neticesinde gerçekleşmektedir. Artık sadece sıradan insanlar değil, diplomatlar ve devletler de uluslararası düzeyde çok daha ulaşılabilir olmuşlardır. Dijital diplomasi bu anlamda devletin politikalarının ve ulusal çıkarın ülke sınırları dışına çıkışını internet aracılığıyla kolaylaştırırken internetin sunduğu imkândan faydalanan sosyal medya mecraları sayesinde etkili ve hızlı bir kamu diplomasisi çabası ortaya konulmasına katkı sağlamaktadır. Dışişleri Bakanlığı şüphesiz bir ülkenin dış ilişkilerinin tercümanı konumunda temel bir aktör olarak kamu diplomasisi ve dijital uygulamalarda akla gelen ilk kuruluştur. Fakat Cumhurbaşkanlığının ve TBMM'nin dış ilişkileri başta olmak üzere diğer kurumlarının da dış ilişkilerinin dijital diplomasiden faydalanmak durumunda olduğu bir gerçeklik olarak ortadadır. Cumhurbaşkanlığında dijital diplomasi uygulamalarının yönetimi noktasında akla gelen ilk birim İletişim Başkanlığıdır. TBMM'de ise AKPM Türk Delegasyonu gibi farklı uluslararası komisyonların sekretaryasını yürüten ve genel olarak parlamentonun tüm dış ilişkiler ve protokolünden sorumlu Dış İlişkiler ve Protokol Başkanlığı, dijital diplomasi uygulamaları ve yönetimi bağlamında akla gelen birim olmaktadır. Kamu diplomasisinin temel uygulayıcılarından ve aktörlerinden olan Türkiye Dışişleri Bakanlığının tüm kurumsal yapısı ile dijital diplomasiyi benimsediği ve etkin bir şekilde kamu diplomasisi uygulamalarına dijitali dâhil ettiği görülmüştür. Yine parlamenter diplomasinin temel aktörlerinden TBMM uluslararası komisyonlarının dijital diplomasi uygulamaları aracılığıyla bilhassa Covid-19 salgını döneminde diplomasi kanalını her şeye rağmen açık ve sürekli tuttukları görülmüştür. Bu bağlamda dijital toplantı uygulamaları interaktif bir diyalog ortamı sağlarken sosyal medya hesapları genel itibarıyla tek yönlü bilgilendirme yönünde gelişme göstermeye devam etmiştir. Çalışma, stratejik ve pratik anlamda dijital diplomasi uygulamalarına her zamankinden daha fazla önem verilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu durum dijital diplomasi uygulamalarının risk ve fırsatlarının daha da derinlemesine araştırılmasını beraberinde getirecektir.

SONUÇ

Çalışmada iddia edildiği üzere, 2010 itibarıyla Mısır'da, Libya'da ve Tunus'da meydana toplanan halkın, bir sosyal paylaşım sitesinde sağladığı birlikteliği kitleleştirerek sokağa dökmesi, halkın, kamu diplomasisinde ağırlıklı 'hedef kitle' olarak yerini aldığını göstermiş ve sadece iletişim değil, 'kamu diplomasisi' de kendi dijital çağını yaşamıştır. Kamu diplomasisi ikinci yoğun dijital çağını ise 2020'de patlak veren küresel salgın ile yaşamaya

başlamıştır. Bu durum diplomaside dijital uygulamaların önemini teyit ederken, dijitalin konsolosluk ve parlamenter diplomasi uygulamaları gibi farklı modellerde artan etkinliğinin risk ve fırsatların araştırılması gereğini ortaya koymuştur.

Bu çalışmada da görüldüğü üzere diplomasi, Westphalia'dan günümüze kapsamlı bir dönüşüm geçirmiş, küreselleşme süreci, teknolojik gelişme ve farklı disiplinlerden azami ölçüde etkilenmiştir. Zaman içerisinde amaç, araç ve uygulamalarında farklılık görülen diplomasi, internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler paralelinde kapsamını farklı bir boyuta genişletmiştir. Geline nokta itibariyle web üzerinde yapılan tek yönlü yayınlardan, sosyal medya uygulamalarını da içeren aktif dijital diplomasiye geçişimiz, interneti kullanım şeklini değiştirmekle kalmamış; internet bilgi kaynağı olmanın yanı sıra, çok yönlü sosyal bir mecraya haline dönüşmüştür. Karşıtı olduğumuz görüşler ve savduğumuz hedefler, ağ kullanımıyla çok daha aktif ve etkili hale gelmiş, dijital tartışmalarda yer alınmaması durumunda kendi argümanlarımızı daha baştan kaybedeceğimiz yeni bir atmosfer ortaya çıkmıştır. Salgın gibi küresel kriz anlarında diplomasi kanallarının sürekli açık tutulması ve her türlü diplomasi faaliyetlerinin sürekliliğinin sağlanması noktasında dijital araçların önemi belirginleşmiştir. Bu durum, dijital uygulama ve araçlara daha fazla yatırım yapılmasını, bu konuda kurum içi eğitimlerin artırılmasını gerekli kılmaktadır. Çünkü uluslararası ilişkiler faaliyetlerinde yeni bir boyutu işaret eden dijital diplomasi, ülkelerin diğer ülkelerdeki vatandaşlarını ve dünyadaki farklı halkları dijital araçları kullanarak bilgilendirmeyi, onlarla iletişime geçmesini ve iyi yönetilen bir yumuşak güç üzerinden kalp ve gönüllerinin kazanılmasını, ulusal çıkarlar doğrultusunda ikna edilmesini hedefler. Şüphesiz bu yeni dijital diplomasi uygulamalarının klasik diplomasi uygulamalarından farklı bir boyutta çaba ortaya konarak interaktif bir süreç olması, pozitif öğelerle beslenmesi ve iyi hazırlanmış, bilimsel bir strateji dâhilinde sürdürülmesi gerekmektedir.

EVALUATION OF THE DIGITAL IMPLEMENTATIONS OF DIPLOMACY IN TURKEY

1. INTRODUCTION

Diplomacy, which has been encountered with different types and practices in the historical process, has evolved into a very different dimension today due to the simultaneous development of communication and technological possibilities. Digital applications, which bring new dimensions and forms to foreign relations management in the corporate sense, diversified the methods and tools used in diplomacy more than ever before in history. The concept of digital diplomacy, which includes many different elements such as e-mail use, video-conference, WhatsApp application, has been discussed in the article centered on social media applications. In the article, first of all, different conceptual definitions and types of diplomacy

and then the concept of digital diplomacy would be discussed. General current perspectives of foreign relations of the Turkish Grand National Assembly and Turkish Foreign Affairs Ministry as well as general assessments and viewpoints on digital would be presented in the essay that will examine digital diplomacy and digital expansion. In order to avoid confusion of concepts and exemplify the issue, the applications of public diplomacy 2.0 in the match of diplomacy with digital would be analyzed as an exemplary application area for both institutions and social media would be opened to discussion as a digital and public diplomacy tool.

2. METHOD

In addition to face-to-face interviews, different communication channels such as telephone and social media were used in the studies conducted. The findings were evaluated in terms of workability within the framework of literature researches. Although verbal narratives and media reflections were used in terms of data collection method, useful information was tried to be obtained from the interviewees with a questionnaire. The digital diplomacy practices of the Ministry of Foreign Affairs and the Turkish Grand National Assembly were observed, social media accounts were investigated in terms of revealing digital diplomacy activities. In this context, a parliamentary international commission secretariat and ministries' central organization were examined as a case study.

3. FINDINGS

As a result of the interviews, it was determined that parliamentary diplomacy practices were developed with digital diplomacy practices and the effectiveness of these digital applications increased especially during the Covid-19 outbreak. As seen in Table 3.1, PACE Turkish Delegation, one of the international commissions in the Turkish Grand National Assembly, has been using the twitter application since 2017 and held 125 international online meetings from April 2020 to October 2020. Online commission meetings hosted by PACE resident in Strasbourg were realized with instant translation in six languages via the professional international meeting program "Kudo Live" used by the Council of Europe. Bluejeans and Zoom applications were also used for small meetings and interviews with fewer participants. Since instant translation system is not supported in the meetings held on Bluejeans and Zoom platform, English was preferred as the common meeting language. It has been observed that digital diplomacy practices have been intensely articulated as a supportive and facilitating element to parliamentary diplomacy practices, especially in the recent period.

4. DISCUSSION

Today, when communication and technology are more prominent than ever in history, digital diplomacy is realized as a result of the joint implementation of diplomacy in general and

public diplomacy and parliamentary diplomacy in particular with information and communication technologies. Now not only ordinary people, but also diplomats and states have become much more accessible at the international level. In this sense, digital diplomacy facilitates the departure of the state's policies and national interests beyond the borders of the country through the internet, while contributing to an effective and fast public diplomacy effort thanks to the social media channels that benefit from the internet. While digital meeting applications provide an interactive dialogue environment, social media accounts have generally continued to develop in the direction of one-way information.

CONCLUSION

As a result, digital diplomacy, which marks a new dimension in international relations activities, aims to inform the citizens of other countries and different peoples in the world using digital tools, to communicate with them and to win their hearts through a well-managed soft power and to persuade them in line with national interests. Undoubtedly, these new digital diplomacy practices should be an interactive process, nurtured with positive elements and maintained within a well-prepared strategy by putting forth an effort in a different dimension than classical diplomacy practices.

KAYNAKÇA

- Arı, Tayyar, (2001), *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*, 4.b. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Ceyhan, Ahmet İlkey, (2020), *Dijitalleşen Kamu Diplomasisi Üzerine Kısa Bir Analiz*, IJE-ASS Aralık/December 3(2), s. 85-100.
- Dağ, Ahmet Emin (2009), *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Sözlüğü*, Ağaç kitabevi yayınları, İstanbul.
- Efegil, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi". <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-poltkasi-ve-kamu-dplomass.html> (Erişim: 05.06.2012).
- Ekşi, Muharrem (2014), *Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası*, Siyasal Kitabevi, ss. 10-86.
- Erol, Ertan; Solak, Ekrem, *Diplomaside Dilin Kullanımı*, http://www.kho.edu.tr/akademik/kho_bilim_dergi/2013_1/2.pdf (Erişim Tarihi: 04.05.2014).
- Erzen, Meltem Ünal, (2012), *Kamu Diplomasisi*, 2012, 1.b. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gönlübol, Mehmet, (1993), *Uluslararası Politika*, Ankara: Atilla Kitabevi.
- Graffy, Collen, (2009), "The Rise of Public Diplomacy 2.0", *the Journal of the International Security Affairs*, Fall Number 17, <http://www.securityaffairs.org/issues/2009/17/graffy.php>, (Erişim: 05.08.2011).

- Gün, Mehmet Salih, *Parlamentar Diplomasi*, http://www.pmd.org.tr/dosyalar/par_diplomasi.pdf (Erişim Tarihi: 04.05.2014).
- Hocking Brian; Melissen, Jan, *Diplomacy in the Digital Age*, Clingendael Report, <http://www.clingendael.nl/publication/diplomacy-digital-age-0> (Erişim Tarihi: 10.08.2015).
- İskit, Temel, (2007), *Diplomasi: Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kalın, İbrahim, (2010), “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”, *Araştırma Raporları, Yükselen Değer Türkiye*, İstanbul: Müsiad Araştırmalar ve Yayın Komisyonu.
- Kenneth A. Osgood, and Brian C Edheridge, (2010), *United States and Public Diplomacy*, , Volume 5, Boston: Martinus Nijhoff Publishers-Leiden.
- Koru, Naci, (2011), *Tv Söyleşi*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZlrrwL9Fenw> (Erişim Tarihi:11.08.2015)
- Peter Krause and Stephen Van Ever, (2009) “Public Diplomacy: Ideas for the War of Ideas”, *Middle East Policy*, Vol. XVI, No:3.
- Philip Seib, (2009), *Toward a New Public Diplomacy, Redirecting U.S. Foreign Policy*, 1. ed. Newyork: Palgrave Macmillan.
- Sancar, Gaye Aslı, (2012), *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Sönmezoğlu, Faruk, (2010), *Uluslararası İlişkiler Sözlüğü*, 4.b., İstanbul, Der Yayınları.
- Spivack, Nova, *Web 3.0: The Third Generation Web is Coming*, <http://lifeboat.com/ex/web.3.0> (Erişim Tarihi: 11.08.2015).
- Stelios Stavridis, *Parliamentary Diplomacy: Any Lessons for Regional Parliaments?*, http://www.unizar.es/union_europea/files/documen/conferencia%2010.2006/SteliosStavridis_english_final.pdf (Erişim Tarihi: 01.05.2014).
- Ovalı, Ali Şevket, (2020), *Türk-ABD İlişkilerinde Twitter Diplomasisi*, *Uluslararası İlişkiler*, Cilt 17, Sayı 65, 2020, s. 23-45.
- Tan, Namık, (2012, Ekim 25), *Kamu Diplomasisi ve Sosyal Medya*, (K. Arpacıoğlu, Görüşmeyi Yapan), Washington D.C.
- Tiedeman, Anna,(2004), “U.S. Public Diplomacy in Middle East”, *Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order*, http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/Anna_Tiedeman_Beers.pdf, (Erişim: 12.03.2014).
- Tören, Deniz, *Diplomasi ve Tarih Boyunca Geçirdiği Evrim*, <http://www.tuicakademi.org/index.php/yazarlar/1/102-deniz-toren-tum-yazilari/2213-diplomasi-ve-tarih-boyunca-gecirdigi-evrim> (Erişim Tarihi: 03.05.2014)
- Tuncer, Hüner ve Tuncer, Hadiye (1997), *Osmanlı Diplomasisi ve Sefaretnameler*, Ümit Yayınevi, Ankara.

- Yeşiltaş, Murat; Balcı, Ali, (2011) AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita, <http://www.bilgidergi.com/uploads/AKPvedispolitika.pdf> (Erişim Tarihi: 04.05.2014).
- Yücel, Gökhan, İnternet Çağında Kamu Diplomasisi, Panel, <http://www.setav.org/tr/inter-net-caginda-kamu-diplomasisi/etkinlikler/18259> (Erişim Tarihi, 10.08.2015).
- Yücel, Gökhan, SoftPoware: Sosyal Medya Çağında Dijital Diplomasi ve Yeni Yumuşak Güç, <http://www.yenidiplomasi.com/2012/01/dijital-diplomasi-ve-yeni-yumusak-guc.html> (Erişim Tarihi: 10.08.2015).
- Gökhan Yücel, Digital Diplomacy, Young Diplomats Forum, 4 September 2013, Ankara. http://issuu.com/yenidiplomasi/docs/diplomacy_forum (Erişim Tarihi: 25.08.2015).
- http://www.bbc.co.uk/turkce/multimedya/2011/02/110215_vid_seeding.shtml (Erişim:04.08.2011).
- 30 Ocak 2010 tarihli ve 2010/3 Sayılı Başbakanlık Genelgesi <http://www.yasaryakis.com.tr/TR/belge/1-445/bparlamenter-diplomasi-22-donem-parlamenter-diplomasi-.html>, (Erişim Tarihi: 11.02.2014).
- <http://www.bahcesehir.edu.tr/icerik/4489-dijital-diplomasi-sertifika-programi-hakkinda> (Erişim Tarihi: 25.08.2015).
- <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/disisleri-facebook-girecek-13108746> (Erişim Tarihi:30.10.2020)
- <http://csis.org/multimedia/video-public-diplomacy-digital-age> (Erişim: 03.04.2020)
- <https://www.yee.org.tr/>

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

- RESEARCH ARTICLE -

THE EVALUATION OF FINANCIAL PERFORMANCES OF LOGISTICS COMPANIES IN TURKEY: A DATA ENVELOPMENT ANALYSIS APPROACH¹

Elgün ALİYEV² & Merve ERTOK ONURLU³

Abstract

In this study, the financial performance of 10 logistics companies operating in the storage, transport and logistics services sector in Turkey is evaluated for years from 2011 to 2017 by using the Data Envelopment Analysis (DEA) method. In accordance with the purpose of this study, the input variables are selected as total assets, equity and number of employees whereas the output variables are net sales, profit before interest and tax and amount of exports. In measuring the financial performances of firms listed in the data set, the Charnes, Cooper, Rhodes (CCR) model based on the assumption of constant returns to scale and the Banker, Charnes, Cooper (BCC) model based on the assumption of variable return to scale are employed in the input-oriented DEA model. As a result of our study, efficient and ineffective logistics companies are identified for years from 2011 to 2017. The reference sets for ineffective companies are determined, and the extent to which ineffective companies should improve according to the companies they refer to is determined. The results of DEA CCR-I model suggests that 2015 has the highest number of active companies (7). The year in which the average efficiency scores of the companies is the highest (89.2%) is 2016. According to the DEA BCC-I model, 2015 is associated with the largest number of active firms (9) and the average productivity scores of these firms are the highest (99.1%) in that particular year.

Keywords: *Logistics, Firm Performance, Data Envelopment Analysis, Linear Programming.*

JEL Codes: *C44, C67, L25.*

Başvuru: *08.02.2021*

Kabul: *01.05.2021*

- 1 Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalında, Dr. Öğr. Üyesi Merve ERTOK ONURLU'nun danışmanlığında yürütülen Elgün ALİYEV'in 2020 yılında tamamlanan, "Türkiye'deki Lojistik Firmaların Finansal Performanslarının Veri Zarflama Analizi ve Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Endeksine Göre Değerlendirilmesi" başlıklı Yüksek Lisans tezinden faydalanılarak üretilmiştir. Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.
- 2 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Çanakkale, Türkiye, elgunaliyev50@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6556-9829>
- 3 Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Çanakkale, Türkiye, m.ertok.onurlu@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5187-1568>

TÜRKİYE’DEKİ LOJİSTİK FİRMALARIN FİNANSAL PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: VERİ ZARFLAMA ANALİZİ YAKLAŞIMI⁴

Öz

Bu çalışmada, Veri Zarflama Analizi (VZA) yönteminden yararlanılarak, Türkiye’de Depolama, Taşımacılık ve Lojistik hizmetler sektöründe faaliyet gösteren 10 lojistik firmanın 2011-2017 yılları için finansal performans değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak, girdi değişkenleri toplam aktif, öz kaynaklar, çalışan sayısı; çıktı değişkenleri ise net satışlar, faiz ve vergi öncesi kâr (FVÖK), ihracat miktarı değişkenlerinden oluşturulmuştur. Oluşturulmuş girdi-çıktı değişkenlerine yönelik verilerin ölçülmesinde, girdi yönlü VZA modeli kullanılarak, hem ölçeğe göre sabit getiri varsayımına dayanan Charnes, Cooper; Rhodes (CCR) modeli, hem de ölçeğe göre değişken getiri varsayımına dayanan Banker, Charnes, Cooper (BCC) modelleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda 2011-2017 yıllarında etkin ve etkin olmayan lojistik firmalar tespit edilmiş, etkin olmayan firmalar için referans kümeleri belirlenerek, etkin olmayan firmaların referans aldıkları firmalara göre yoğunluk değerlerinden yararlanılarak hangi oranda iyileştirme yapmaları gerektiği tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde, VZA CCR-I modelinin sonuçlarına göre, 2015 yılı en fazla aktif firmaya sahiptir (7). Firmaların ortalama verimlilik puanlarının en yüksek olduğu yıl (%89.2) 2016’dır. VZA BCC-I modeline göre ise en fazla sayıda aktif firmanın (9) bulunduğu ve bu firmaların ortalama verimlilik puanlarının en yüksek olduğu yıl 2015’tir (%99.1).

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Firma Performansı, Veri Zarflama Analizi, Doğrusal Programlama.

JEL Kodları: C44, C67, L25.

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. INTRODUCTION

In today’s global world where high competition conditions prevail, companies have to use their social, human and financial resources efficiently without wasting them. In the developing world economy, companies need to improve themselves in line with the developing technology and achieve financial success in order to increase their competitiveness levels towards increasing demands.

Financial performance measurement for firms is crucial in the sense that firms would like to know more about their activities in which they participate. They would like to determine the

⁴ Genişletilmiş Türkçe Özet, İngilizce makalenin aşağısında yer almaktadır.

level of financial success and learn whether the firm's goals are realized and achieved. As a result, the firm's plans can be accurately determined.

It is possible to suggest that many companies set similar goals, such as more efficiency, more customer focus, more flexibility, and improvements in processes by reducing costs. If companies cannot measure to what extent the targets are achieved, the realization of these targets becomes difficult. Performance measurement is important for companies which aim to achieve competitive advantage and differentiation. However, during this process they may need a tool that should be simple, continuous and efficient for successful performance measurement (Alfaro et al., 2007: 641). In general, we can see that companies around the world are at similar levels in terms of both production costs and quality. For this reason, improvements are required in logistics activities in order for companies to gain competitive advantage over other companies. Turkey has an important place in the world with its strategic position. The young population in the country and recent investments in the logistics sector can be assumed as a surplus. The importance of the logistics sector, which is one of the main service sectors in the economy is very important for the commercial and manufacturing activities within a country (Gökalp, 2014: 214). For this reason, it is crucial to evaluate the financial performance of companies in the logistics sector in Turkey.

In today's intense competitive environment, companies should make the best use of their existing resources and periodically carry out performance evaluation to see whether they have achieved the specified goals. In order to measure strategic performance among companies, companies operating in the same sector should be compared with each other according to objective performance indicators.

Performance is generally defined as a goal to be achieved within the framework of plans created for a predetermined purpose (Gencer, 2006: 6). Performance measurement reveals what goals an institution has, what the manpower potential is, the physical and financial resources in its possession, which methods and techniques are applied to those intended goals (Yeşilyurt, 2003: 15). Performance measurement is generally divided into 3 groups: a) ratio analysis, b) parametric methods and c) non-parametric methods (Baysal et al., 2004: 438).

Data Envelopment Analysis (DEA) is the most preferred technique among non-parametric performance measurement methods in recent years and was developed by Charnes et al. (1978) (Wheelock and Wilson, 1995: 42). DEA is a technique based on linear programming that measures the relative performance of decision units when there are more than one input-output along with different measurement units. The basic assumption in DEA is that all enterprises, whose effectiveness is measured, have similar strategic goals and the same type of output produced by using the same type of inputs (Oruç, 2008: 11). One of the most important features of DEA is to make the number of ineffective units in each decision-making unit measurable. With this feature, the method can show the data for the need to reduce input and/or increase the amount of output in cases where the units are not active (Yalçiner et al., 2004: 5).

The main objective of our study is to investigate the financial performance of logistics companies operating in Turkey for years from 2011 to 2017 and to make comparisons between these companies according to their activity levels. The efficiency levels of the logistics companies are determined by the Data Envelopment Analysis Approach. If one company is found to be ineffective, we further explain how such companies can improve by creating a reference set. Ineffective DMUs are made effective using active units in the reference set.

To the best of our knowledge, this is the first study which intends to make a contribution to the existing literature by investigating the financial performances of logistics companies operating in Turkey using a quantitative approach.

1.1. Literature Review

In terms of performance measurement, there exists a variety of studies, which employ the DEA method in the literature. We can list some of these studies as below.

Chandra, Cooper, Li and Rahman (1998) carried out a financial performance analysis of 29 textile companies operating in Canada in 1994 by DEA method. They used CCR as DEA model in their studies. They concluded that a total of 8 companies are effective. It was suggested that ineffective companies need to make serious improvements in their firm structure, strategies and capacity plans in order to operate effectively. Minwir Al-Shammari (1999) measured the efficiency of 55 companies in the manufacturing industry operating in the Amman Finance Exchange in Jordan in 1995. In the study, output direction BCC model was used. As a result, the number of effective firms was found to be 12, and the average efficiency score of these firms was 54.7%.

A study by Bakırcı (2006) examined 13 companies in the automotive industry in Turkey's financial activity and employed the DEA method. Both CCR and BCC models are employed in the study. He concluded that the small-scale companies are more effective than other companies. Similar to Bakırcı (2006), Ertuğrul and Işık (2008) carried out efficiency measurements based on the financial statements of 13 companies in the main metal industry between 2003-2007 using DEA method. They used CCR as DEA model in their studies. As a result, they found that 4 companies are effective in 2003 whereas only 1 company was effective in 2004. Moreover, they further suggested that 5 companies are effective in 2005, and a total of 2 companies are effective in 2006 and 2007.

Kaya, Öztürk and Özer (2010) made a performance comparison using the DEA method, using the financial statements of 25 companies in the Metalware, Machinery and Equipment Making sector for the 4 periods of 2008. The analysis was carried out using the output direction CCR DEA model. As a result, they suggested that a total of 5 companies are active in 4 periods. Another study by Cenger (2011) measures the efficiency of 12 companies in the

cement sector using the financial statements for the period 1999-2003. He found that 9 of the companies are effective and the average efficiency value was 75%.

2. METHOD

2.1. Data Envelopment Analysis (DEA)

In 1978, with the study of Charnes, Cooper and Rhodes (CCR) named “Measuring the Efficiency of Decision Making Units”, the name of the DEA method became known and thereafter the activities of the state organizations that did not have the goal of making profit were measured by creating the first Data Envelopment Analysis model (Wheelock and Wilson, 1995: 42). In this article, Charnes et al. (1987) coined the term “Decision Making Unit” (DMU) to describe companies and departments whose production processes are homogeneous with each other into a common input and output whose efficiency will be measured (Köksal, 2001: 75).

By examining the input and output values for all DMUs using the DEA method, the ones with the best performance rating are selected and these DMUs create the effective limit. The values of the DMUs that are not in the effective limit are calculated according to their distance to the active units. The limit created by the highest production amounts that can be obtained with the least amount of input is the effective production limit. The name of this method is named DEA because the active DMUs that form the effective production limit surround the ineffective DMUs. All active or ineffective input-output conversions form the Production Possibility Set (PPS) (Oruç, 2008: 13).

As a result of the calculations obtained by DEA method, there exists an efficiency value between 0 and 1 or between 0 and 100 in % for each DMU. Units with an efficiency value equal to 1 (100%) are active units and the group formed by these active units is called the reference set. DMUs with efficiency values less than 1 are relatively inefficient. The rate of deviation of the ineffective DMUs from 1 shows the relative ineffectiveness (Aydemir, 2002: 89-90). The biggest benefit in applying the DEA method is the determination of strategies for inactive DMUs to perform effectively. The target in these strategies is usually the weighted average of the active units in the reference set of the inactive units. The calculations show that efficient units use an available technology. Therefore, the technology of active units is accepted as accessible for inefficient units (Depren, 2008: 28).

2.2. Data Envelopment Analysis Models

DEA models take the form of maximization or minimization of the objective function under the influence of certain constraints. The assumptions that are valid for linear programming

to reach the efficiency level with the most accurate use of limited resources are also valid for DEA (Barutçu, 2013: 24). DEA models consist of 2 main models due to criterion differences. The first of these is the CCR-Input and CCR-Output models, which are obtained by the studies of Charnes, Cooper and Rhodes (CCR), operating under constant returns to scale, and have aspects for input and output. The other is the BCC-I and BCC-O model, developed under variable returns to scale, created by Banker, Charnes and Cooper (BCC) making differences in the first model (Paradi and Schaafnit, 2004: 721). In the focal point of input-oriented models, it is measured at what level the inputs should be minimized by the DMUs that are not effective at any output level. The main purpose of these models is to minimize the amount of input. In the models whose focus is on output, the aim is to measure at what level the outputs should be increased in order to ensure the efficiency of the ineffective DMUs at any input level. The main purpose of these models is to minimize the outputs (Bakırcı, 2006: 141).

The CCR-I model is a model that reveals how much reduction should be made in the input composition in order to achieve this output level effectively without changing the output level (Oruç, 2008: 23). This model is explained as follows (Chen and Ali, 2002: 477);

$$E_0 = \max \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{ro}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{io}} \tag{1}$$

s.t.

$$\frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij}} \leq 1, \quad j=1,2,\dots,n$$

$$v_i \geq 0, u_r \geq 0 \quad r = 1,2, \dots, s \quad i = 1,2, \dots, m$$

Here,

n : DMUs number j= 1,2,.....n

s : Number of Outputs r= 1,2,.....s

m : Number of Inputs i= 1,2,.....m

u_r : o. DMUs by r. weight value given to the output

v_i : o. DMUs by i. weight value given to the input

x_{io} : o. DMUs uses i. input amount

y_{ro} : o. DMUs uses r. output amount

x_{ij} : j. DMUs uses i. input amount

y_{rj} : j. DMUs uses r. output amount

As the model described in Equation 1, it is obvious that the value of the objective function will not take a value above 1 as the fractional programming model. Once Equation 1 is solved, the weights () of the DMUs are obtained (Oruç, 2008: 24). It is possible to write the described fractional programming model according to the linear programming model as in Equation 2 (Sathye, 2003: 666);

$$\begin{aligned}
 E_0 = \max \quad & \sum_{r=1}^s u_r y_{r0} & (2) \\
 \text{s.t.} & \\
 & \sum_{i=1}^m v_i x_{i0} = 1 \\
 & \sum_{r=1}^s u_r y_{rj} \leq \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} & j = 1, 2, \dots, n \\
 & v_i, u_r \geq \varepsilon & r = 1, 2, \dots, s \quad i = 1, 2, \dots, m
 \end{aligned}$$

ε : A small enough number ($\varepsilon \leq 10^{-6}$)

The BCC model, which is an extension of the CCR model, was developed in 1984 by Banker Charnes and Cooper. BCC model is based on the assumption of variable return to scale as a characteristic feature (Paradi and Schaafnit, 2004: 721). The main difference that distinguishes the BCC model from the CCR model is that for each DMUs examined in the variable return assumption in terms of scale, the sum of the values 1 (the value that provides the information needed to create the possible effective input and output composition) is equal to 1 for the decision point that does not reach the effective limit obtained as a result of linear programming (Dinçer, 2008: 834).

As in the input-oriented CCR model, this model is also a model that sets out how much reduction should be made in the input composition in order to achieve this output level effectively without making a change in the output level.

This model is explained as below (input oriented) (Kaynar, 2004: 69):

$$\begin{aligned}
 E_0 = \max \quad & \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{r0} - u_0}{\sum_{i=1}^m v_i x_{i0}} & (3) \\
 \text{s.t.} & \\
 & \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj} - u_0}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij}} \leq 1, & j=1, 2, \dots, n \\
 & v_i \geq \varepsilon, u_r \geq \varepsilon & r = 1, 2, \dots, s \quad i = 1, 2, \dots, m
 \end{aligned}$$

This model, which is in the fractional programming model, can be written according to the linear programming model as in the Equation 4.

$$\begin{aligned}
 E_0 &= \max \sum_{r=1}^s u_r y_{r0} - u_o && (4) \\
 \text{s.t.} & \\
 \sum_{i=1}^m v_i x_{i0} &= 1 \\
 \sum_{r=1}^s u_r y_{rj} - u_o &\leq \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} && j = 1, 2, \dots, n \\
 v_i, u_r &\geq \epsilon && r = 1, 2, \dots, s \quad i = 1, 2, \dots, m
 \end{aligned}$$

DEA first aimed to measure efficiency by comparing non-profit organizations. In later times, it has become widely used in research and development projects, in measuring the relative performance of multi-branch companies and in comparative measurement of relative effectiveness of companies involved in the production and service sector for profit (Yalçiner et al., 2004: 5).

3. RESULTS

The study is included in the company to obtain the data of the input-output variables, Turkey has benefited from Fortune 500 magazine’s official website. In the study, it is aimed to interpret the performance of the companies in a better way by using data from more than one year. For this reason, by not including only one year’s data in the study, the relevant input-output data can be accessed between 2011 and 2017, by including 10 companies that produce similar outputs in the Storage, Transport and Logistics services sector and have a homogeneous structure, and logistics companies whose financial data cannot be reached for these years excluded from the scope of the study.

3.1. Determination of Decision Making Units

In this section, 10 Logistics companies, whose financial data are obtained for 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, operating in the Storage, Transportation and Logistics services sector, are discussed. These companies, which are shown as decision-making units, are listed in Table 1.

Table 1: Decision Making Units Used In the Study ⁵

No	Logistics Companies
1	Ekol Logistics Inc.
2	Turistik Air Transport Inc.
3	Mersin International Port Management Inc.
4	Horoz Logistics Inc.
5	Alışan International Transport and Trade Inc.
6	Reysaş Transportation and Logistics Trade Inc.
7	Netlog Logistics Services Inc.
8	Borusan Logistics Inc.
9	Mars International Transport and Trade Inc.
10	Omsan Logistics Inc.

3.2. Determination of Input-Output Variables

The selection of appropriate input-output variables is important for companies to make the right decisions as a result of the analysis. Although there are different opinions in the selection of input and output variables in the literature regarding the measurement of firm efficiency, it should be taken into consideration which size of firms will be measured in the selection of variables. In determining the mentioned input-output variables, the financial efficiency measurement studies in the literature are taken into consideration in accordance with the availability of the data. The input and output variables used in the study are shown in Table 2.

Table 2: Input and Output Variables Used in the Study

Input Variables	Output Variables
Total Assets	Net Sales
Equity	Profit Before Interest And Tax
Number Of Employees	Amount Of Exports

3.3. Efficiency Scores of Companies

Within the scope of the research, the financial activities of logistics companies are obtained by DEA method between 2011-2017. In the analysis, the efficiency values of the companies

⁵ The data was obtained from Fortune Magazine’s official website and arranged in accordance with the purpose of the study. (www.fortuneturkey.com/fortune500).

are determined according to the established CCR-I and BCC-I model, the summary of DEA CCR-I efficiency scores is shown in Table 3, and the summary of DEA BCC-I efficiency scores are shown in Table 11.

The data envelopment analysis model is used to measure firm performances using the DEAP 2.1 package program developed by Coelli (1996).

Table 3: Efficiency Scores of Companies According to CCR-I Model in 2011-2017

Firm No	Efficiency Score						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	24,6%	41,1%	23,7%	28,7%	40,9%	33,7%	29,2%
2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
3	100,0%	96,8%	77,3%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
4	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	84,4%	77,9%
5	37,1%	62,6%	46,5%	45,4%	100,0%	100,0%	91,6%
6	96,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
7	75,9%	100,0%	39,9%	38,2%	62,4%	86,2%	100,0%
8	53,7%	100,0%	69,7%	55,4%	100,0%	100,0%	56,2%
9	100,0%	100,0%	94,9%	100,0%	100,0%	100,0%	95,3%
10	69,7%	72,6%	49,6%	69,3%	88,1%	88,1%	61,8%
Mean.	75,8%	87,3%	70,2%	73,7%	89,1%	89,2%	81,2%

Analysis results are reported in Table 3. According to the CCR-I DEA model, 4 out of 10 companies examined in 2011 are effective. Effective companies are Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Horoz Logistics and Mars Logistics. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 24.6%. The average efficiency score of companies in 2011 is calculated as 75.8%.

Table 4: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2011 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	4; 2	0,129; 1,192
5	9; 4; 2; 3	0,001; 0,228; 0,256; 0,018
6	2; 9; 3	4,541; 0,738; 0,046
7	2; 4	1,795; 0,10
8	2; 4	1,795; 0,10
10	3; 2; 4; 9	0,006; 0,261; 0,277; 1,054

In Table 4, reference sets have been created for 6 ineffective companies and their improvement degrees are shown. Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Horoz Logistics and Turistik Air Transport companies shown in Table 4 with 4, 2. In order for Ekol Logistics to make its efficiency score 100%, it is required to make 12.9% improvement according to Horoz Logistics and 119% according to Turistik Air Transport company.

In Table 3, the effective number of firms according to CCR-I model in 2012 is 6 and these are Turistik Air Transport, Horoz Logistics, Reysaş Logistics, Netlog Logistics, Borusan Logistics and Mars Logistics. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 41.1%. The average efficiency score of companies in 2012 is calculated as 87.3%.

Table 5: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2012 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	4; 8; 2	0,068; 0,094; 1,679
3	6; 8	1,006; 1,422
5	4; 2; 8	0,254; 0,137; 0,137
10	4; 2; 8; 6	0,436; 0,227; 0,404; 0,047

The companies that should refer to Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating in Table 5, are Horoz Logistics, Borusan Logistics and Turistik Air Transport companies shown with 4, 8, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 6.8% according to Horoz Logistics, 9.4% according to Borusan Logistics, and 167% according to the Turistik Air Transport company.

In Table 3, the number of active companies is 3 in 2013 according to the CCR-I model. These are Turistik Air Transport, Horoz Logistics, Reysaş Logistics companies. The company with

the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 23.7%. In 2013, the average efficiency score of companies is found to be 70.2%.

Table 6: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2013 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	2; 4	1,450; 0,494
3	6; 4	0,275; 0,877
5	4; 2	0,143; 0,507
7	2; 4	1,065; 0,850
8	2; 4; 6	2,092; 0,062; 0,321
9	6; 4; 2	0,181; 0,549; 0,383
10	2; 4; 6	1,305; 0,012; 0,246

Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to the Turistik Air Transport and Horoz Logistics Company shown in Table 6 with 2, 4. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 145% according to the Turistik Air Transport company and 49.4% according to the Horoz Logistics company.

According to Table 3, the number of active companies is 5 according to CCR-I model in 2014, and these are Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Horoz Logistics, Reysaş Logistics and Mars Logistics companies. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 28.7%. In 2014, the average efficiency score of companies is found to be 73.7%.

Table 7: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2014 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	4; 9; 2	0,976; 0,078; 0,973
5	4; 2	0,114; 0,448
7	2; 9; 4	1,079; 0,26; 1,802
8	6; 2	0,219; 1,816
10	9; 2; 3	0,220; 0,615; 0,153

According to Table 7, Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Horoz Logistics, Mars International Transport and Turistik Air Transport companies shown with 4, 9, 2. In order for the company to reach a 100% efficiency score, it should make an improvement of 97.6% according to Horoz Logistics, 7.8% according to Mars International Transport company, and 97.3% according to Turistik Air Transport.

According to Table 3, there is an increase in the number of active companies in 2015 and the number of active companies increased to 7, and these companies are Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Horoz Logistics, Alışan International Transport, Reysaş Logistics, Borusan Logistics and Mars Logistics. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 40.9%. In 2015, the average efficiency score of companies is found to be 89.1%.

Table 8: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2015 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	9; 2; 4	0,120; 0,793; 1,602
7	4; 2; 9; 5	0,281; 1,155; 0,041; 1,667
10	9	1,190

Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Mars International Transport, Turistik Air Transport and Horoz Logistics, shown in Table 8 with 9, 2, 4. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 160% according to Horoz Logistics, 12% according to Mars International Transport company, and 79% according to the Turistik Air Transport company.

According to Table 3, the number of companies that are active in 2016 is 6 and these companies are Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Alışan International Transport, Reysaş Logistics, Borusan Logistics and Mars International Transport. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 33.7%. In 2016, companies have the highest average efficiency score of 89.2% compared to other years.

Table 9: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2016 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	2; 5	3,152; 0,091
4	9; 6; 2	0,069; 0,036; 1,182
7	5; 2	1,194; 4,098
10	2; 9	0,119; 0,867

Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to the Turistik Air Transport and Alışan International Transport companies shown in Table 9 with 2, 5. In order for the company to reach a 100% efficiency score, it should make an improvement of 315% according to the Turistik Air Transport company and 9.1% according to the Alışan International Transport company.

According to Table 3, the number of companies active in 2017 is 4, and these companies are Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Reysaş Logistics and Netlog Logistics. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 29.2%. In 2017, the average efficiency score of companies is found to be 81.2%.

Table 10: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2017 CCR-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	7; 2	0,032; 2,884
4	3; 2	0,053; 0,715
5	3; 7; 2	0,020; 0,066; 0,345
8	3; 2	0,257; 2,222
9	3; 2	0,221; 1,013
10	3; 2	0,102; 1,085

Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to the Turistik Air Transport and Netlog Logistics companies shown in Table 10 with 7, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 288% according to the Turistik Air Transport company and 3.2% according to the Netlog Logistics company.

It is seen that the Turistik Air Transport company is at a stable level of activity in the period 2011-2017.

Table 11: Efficiency Scores of Companies According to BCC-I Model in 2011-2017

Firm No	Efficiency Score						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	49,3%	64,1%	66,7%	90,0%	90,6%	100,0%	100,0%
2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
4	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	88,4%	85,6%
5	51,5%	77,8%	71,6%	80,7%	100,0%	100,0%	100,0%
6	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
7	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
8	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
10	100,0%	82,8%	68,0%	69,5%	100,0%	88,1%	65,9%
Mean.	90,1%	92,5%	90,6%	94,0%	99,1%	97,7%	95,2%

As a result of the analysis, in Table 11, companies active in 2011 according to the BCC-I model; It is understood that Reysaş Logistics, Netlog Logistics, Borusan Logistics and Om-san Logistics companies are included in the companies active in 2011 according to the CCR-I model. The company with the lowest performance grade is Ekol Logistics with an efficiency score of 49.3%. In 2011, the BCC-I average efficiency score of companies is found to be 90.1%.

Table 12: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2011 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	7; 2; 8; 4	0,119; 0,195; 0,079; 0,607
5	4; 2	0,250; 0,750

According to Table 12, Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to the companies shown in 7, 2, 8, 4 as Turistik Air Transport, Netlog Logistics, Borusan Logistics and Horoz Logistics. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 11.9% according to the Turistik Air Transport company, 19.5% according to the Netlog Logistics company, 7.9% according to Borusan Logistics and 60.7% according to the Horoz Logistics company.

In Table 11, companies active according to 2012 BCC-I model; It is understood that Mersin International Port Management company is included in the companies active in 2012 according to the CCR-I model. The company with the lowest performance grade is Ekol Logistics with an efficiency score of 64.1%. In 2012, the BCC-I average efficiency score of companies is found to be 92.5%.

Table 13: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2012 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	7; 8; 4; 2	0,219; 0,147; 0,567; 0,066
5	2; 9; 8; 6	0,673; 0,165; 0,137; 0,026
10	4;7; 8; 2	0,272; 0,092; 0,523; 0,114

According to Table 13, Ekol Logistics, which has the lowest performance rating, should refer to the companies that should be taken as reference by Turistik Air Transport, Netlog Logistics, Borusan Logistics and Horoz Logistics, which are shown with 7, 8, 4, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 6.6% according to the Turistik Air Transport company, 21.9% according to the Netlog Logistics company, 14.7% according to Borusan Logistics and 56.7% according to the Horoz Logistics company.

The companies active according to the BCC-I model of 2013 in Table 11; It is understood that Mersin International Port Management, Netlog Logistics, Borusan Logistics and Mars

International Transport companies are included in the companies that are active according to the CCR-I model in 2013. The company with the lowest performance rating is Ekol Logistics with an efficiency score of 66.7%. In 2013, the BCC-I average efficiency score of companies is found to be 90.6%.

Table 14: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2013 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	7; 8; 4	0,691; 0,120; 0,189
5	2; 4	0,780; 0,220
10	4; 8; 2	0,211; 0,288; 0,501

According to Table 14, Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Netlog Logistics, Borusan Logistics and Horoz Logistics, shown with 7, 8, 4. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 69.1% according to Netlog Logistics, 12% according to Borusan Logistics, and 18.9% according to Horoz Logistics.

In Table 11, companies active according to the BCC-I model of 2014; It is understood that Netlog Logistics and Borusan Logistics companies are included in the companies active in 2014 according to the CCR-I model. The company with the lowest performance rating is Omsan Logistics with an efficiency score of 69.5%. In 2014, companies BCC-I average efficiency score is found to be 94%.

Table 15: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2014 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	8; 7; 2	0,099; 0,685; 0,217
5	4; 2	0,203; 0,797
10	2; 9; 3	0,634; 0,211; 0,154

According to Table 15, the companies that should refer to Omsan Logistics, which has the lowest performance rating, are Borusan Logistics, Netlog Logistics and Turistik Air Transport companies shown with 8, 7, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 9.9% according to Borusan Logistics, 68.5% according to Netlog Logistics, and 21.7% according to the Turistik Air Transport company.

In Table 11, active companies according to 2015 BCC-I; It is understood that Netlog Logistics and Omsan Logistics companies are included in the companies that are active in 2015

according to the CCR-I model. Of the companies included in the analysis in 2015, only Ekol logistics firm performed lower than other companies with an efficiency score of 96.6%. In 2015, it is the year in which companies have the highest BCC-I average efficiency score with a value of 99.1% compared to other years.

Table 16: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2015 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
1	7; 8; 2	0,821; 0,138; 0,041

According to Table 16, Ekol Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Borusan Logistics, Netlog Logistics and Turistik Air Transport companies shown with 7, 8, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 13.8% according to Borusan Logistics, 82.1% according to Netlog Logistics, and 4.1% according to the Turistik Air Transport company.

In Table 11, the companies active according to the BCC-I model of 2016; It is understood that Ekol Logistics and Netlog Logistics companies are included in the companies that are active according to the CCR-I model in 2016. The company with the lowest performance grade is seen to be Omsan Logistics with an efficiency score of 88.1%. In 2016, the BCC-I average efficiency score of companies is found to be 97.7%.

Table 17: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2016 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
4	2; 9; 7; 3; 5	0,718;0,098; 0,019;0,005;0,159
10	9; 2	0,863; 0,137

According to Table 17, Omsan Logistics, which has the lowest performance rating, should refer to Mars International Transport and Turistik Air Transport companies shown in 9, 2. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 86.3% according to Mars International Transport company and 13.7% according to the Turistik Air Transport company.

Companies active according to the BCC-I model of 2017 in Table 11; It is understood that Ekol Logistics, Alişan International Transport, Borusan Logistics and Mars International Transport companies are included in the companies active in 2017 according to the CCR-I model. The company with the lowest performance rating is Omsan Logistics with an efficiency score of 65.9%. In 2017, the BCC-I average efficiency score of companies is found to be 95.2%.

Table 18: Reference Sets and Density Values of Ineffective DMUs According to 2017 BCC-I Model

Ineffective DMUs	Reference Sets	Density Values
4	3; 2	0,050; 0,950
10	9; 2; 7	0,406; 0,543; 0,051

According to Table 18, Omsan Logistics, the company with the lowest performance rating, should refer to Mars International Transport and Turistik Air Transport and Netlog Logistics companies, shown with 9, 2, 7. In order for the company to reach 100% efficiency score, it should make an improvement of 40.6% according to Mars International Transportation company, 54.3% according to the Turistik Air Transport company and 5.1% according to the Netlog Logistics company.

Turistik Air Transport, Mersin International Port Management, Reysaş Logistics and Netlog Logistics companies are seen to be at a decisive level of activity in the 2011-2017 period.

4. DISCUSSION

In today's highly competitive environment, companies should evaluate their existing resources in the best way and perform performance evaluation studies at periodic intervals in order to see whether they have reached the determined targets. Financial performance measurement should be carried out in a realistic and accurate manner in order for company managers to set goals for financial performance, to make comparisons with financial performance levels compared to competitors, to identify areas that may cause problems within the company, and to set the right goals for the company to solve possible problems in the future.

Firm performance has an important share in the business world. In this case, companies will continue their activities in their sector according to their performance level or they will terminate their activities by not meeting the required competitive conditions.

In this study, the effectiveness analysis of logistics companies in Turkey is evaluated by using the 2011-2017 period financial data. The study included 10 logistics companies featured in the Turkish Fortune 500 magazine. In the study, efficiency measurement is performed with the DEA, which is a non-parametric performance measurement method, which allows more than one input-output variables, and can display DMUs efficiency values numerically.

According to the results of DEA CCR-I model, in 2011, the average effectiveness score of logistic companies is 75.8%, the number of effective companies is 4 (40%); in 2012 the average efficiency score is 87.3%, the number of effective companies 6 (60%). For 2013, the average efficiency score is 70.2%, there exist 3 (30%) effective companies, For 2014, the average efficiency score is 73.7%, there exist 5 (50%) effective companies, For 2015, the average efficiency score is 89.1%, there exist 7 (70%) effective companies, For 2016, the

average efficiency score is 89.2%, there exist 6 (60%) effective companies, For 2017, the average efficiency score is 81.2%, and there exist 4 (40%) effective companies. The year 2015 has the highest number of active companies (7). The year in which the average efficiency scores of the companies is the highest (89.2%) is 2016.

When the DEA BCC-I model is examined, one can see that the efficiency values of logistics companies from 2011 to 2017 are high in terms of both the number of effective companies and the average efficiency score according to the CCR-I model. According to DEA BCC-I model, the average efficiency score of logistics companies in 2011 is 90.1%, the number of effective companies is 8 (80%). For 2012 the average efficiency score is 92.5%, the number of effective companies is 7 (70%), For 2013 the average efficiency score is 90.6%, the number of effective companies 7 (70%), For 2014, the average efficiency score 94% , the number of effective companies 7 (70%), For 2015, the average efficiency score 99.1%, the number of effective companies 9 (90%), For 2016, the average efficiency score is 97.7%, the number of effective companies is 8 (80%), For 2017, the average efficiency score is 95.2% and the number of effective companies is 8 (80%). The year 2015 is the year in which the highest number of active companies (9). The year in which the average efficiency scores of the companies is highest (99.1%) is 2015.

CONCLUSION

We can suggest that the companies with the highest performance in the DEA activity scores of the 10 companies included in the scope of the study for the period from 2011 to 2017 are Turistik Air Transport and Reysaş Logistics companies, while the companies with the lowest performance are Ekol Logistics and Omsan Logistics.

Concerning the variables of input (total assets, equity, number of employees) and output (net sales, profit before interest and tax, amount of exports) employed in the study, the companies should decrease or increase the number of employees in order to increase net sales, profit before interest and tax amount and export amount, examine their total assets and increase in equity. In case of a decrease, improvements are required. It is anticipated that ineffective companies can become effective when they reduce the number of employees, equity and total assets by taking advantage of the density of active companies.

The point that should be taken into consideration while evaluating the results is that the study is valid only for the data set of 2011-2017 and does not reflect the whole of Logistics companies. Another issue that should be taken into account regarding the results of the models included in the analysis is the relative efficiency measurement of the firms. The fact that any firm is considered effective as a result of the analysis indicates that it is more effective than other firms, as only the input and output values included in the analysis are taken as basis.

Depending on the purpose of the study, input-output variables can be changed or new variables can be included in the study. When these situations are in question, the effectiveness values of the companies included in the study may come up with different results. In future studies, different performance evaluation studies can be conducted for logistics companies by using different variables and data sets from different years.

TÜRKİYE'DEKİ LOJİSTİK FİRMALARIN FİNANSAL PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: VERİ ZARFLAMA ANALİZİ YAKLAŞIMI

1. GİRİŞ

Yüksek rekabet koşullarının hakim olduğu günümüz küresel dünyasında firmaların sosyal, beşeri ve finansal kaynaklarını israf etmeden, verimli bir şekilde kullanma zorunlulukları bulunmaktadır. Firmaların gelişen dünya ekonomisinde, artan taleplere yönelik rekabet edebilirlik düzeylerini arttırmaları için hem gelişen teknolojiye göre kendilerini geliştirmeleri, hem de finansal yönden başarıya ulaşmaları gerekmektedir.

Firmalarda finansal performans ölçümü, firmaların yer aldıkları sektörde faaliyetlerini devam ettirebilmeleri, finansal başarı düzeyinin belirlenmesi, firma hedeflerinin gerçekleşip gerçekleşmediğinin öğrenilmesi, firmanın gelecek planlarının doğru bir şekilde belirlenebilmesi nedenlerinden dolayı önemli olmaktadır.

Türkiye hem dünyadaki stratejik konumu, hem genç nüfusun fazla olması, hem de son dönemlerde lojistik sektörüne yönelik yapılan yatırımlar ile dünyada kendine önemli bir yer edinmiş durumdadır. Ekonomideki temel hizmet sektörlerinin başında gelen Lojistik sektörünün, bir ülkenin ticari ve imalat faaliyetleri için önemi oldukça ehemmiyetlidir (Gökalp, 2014: 214). Bu sebeple, Türkiye'deki Lojistik sektöründe yer alan firmaların finansal performans değerlendirilmesinin yapılması önemli olmaktadır. Birçok firmanın daha fazla etkinlik, daha fazla müşteri odaklılık, daha fazla esneklik, maliyetlerin azaltılarak süreçlerde iyileştirme yapılması gibi benzer hedefler oluşturduğunu söylemek mümkündür. Ancak firmalar belirlenen hedeflerin ne ölçüde karşılandığını ölçemiyorlarsa bu hedeflerin gerçekleşmesi zorlaşmaktadır. Performans ölçümü, rekabet avantajı ve farklılaşma elde etmek isteyen firmalar için önemli olmakta, ancak bu süreçte başarılı bir performans ölçümü için basit, sürekli ve verimli olması gereken bir araçtır (Alfaro vd., 2007: 641).

Yoğun rekabet ortamının yaşandığı günümüzde, firmalar mevcut kaynaklarını en iyi şekilde değerlendirmeli ve belirlenen hedeflere ulaşmış olduklarını görebilmeleri için periyodik aralıklarla performans değerlendirme çalışmaları gerçekleştirmelidirler. Firmalar arası stratejik performans ölçümü yapmak için aynı sektörde faaliyette bulunan firmaların bir birleri ile karşılaştırılması ve kıyaslanması gerekliliği vardır.

Performans genel olarak önceden belirlenen bir amaca yönelik oluşturulmuş planlar çerçevesinde varılan hedef olarak tanımlanmaktadır (Gencer, 2006: 6). Performans ölçümü, kurumun amaçlarının neler olduğu, insan gücü potansiyelinin neler olduğunu, elindeki fiziki ve mali kaynakları hangi yöntemin ve tekniklerin geliştirilmesiyle amaçladığı hedeflere yönelik uyguladığı, yapılan çalışmalar sayesinde elde edilen mal ve hizmetlerin, hedeflenen amaçların direkt olarak elde edilmesindeki tesirleri ile diğer yan amaçlara ulaşmasındaki geniş ve dolaylı etkilerin değerlendirilmesi olarak tanımlanır (Yeşilyurt, 2003: 15).

1.1. Literatür

Chandra, Cooper, Li ve Rahman (1998), 1994 yılında Kanada da faaliyette bulunan 29 tekstil firmasının finansal performans analizini VZA yöntemi vasıtasıyla gerçekleştirmişlerdir. Sonuç olarak, 8 firma etkin olarak nitelendirilmiştir. Diğer etkin olmayan firmaların etkin olarak faaliyette bulunmaları için firma yapısında, stratejilerinde ve kapasite planlarında ciddi iyileştirmeler yapmaları gerektiği sonucuna varılmıştır. Minwir Al-Shammari (1999), 1995 yılında Ürdün'deki Amman Finans Borsasında faaliyette bulunan imalat sanayi sektöründeki 55 firmanın etkinlik ölçümünü gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışmada çıktı yönlü BCC modeli kullanılmıştır. Sonuç olarak, etkin olan firma sayısı 12, bu firmaların ortalama etkinlik skoru ise %54,7 olarak bulunmuştur.

Bakırcı (2006), Türkiye'deki otomotiv sanayisindeki 13 firmanın finansal etkinliğini VZA yöntemi ile ölçmüştür. Yapılan çalışmada CCR ve BCC modeli kullanılmıştır. Yapılan çalışmada CCR ve BCC modeli kullanılmıştır. Bu çalışmaya benzer olan, Ertuğrul ve Işık (2008), kendi çalışmalarında küçük ölçekli firmaların diğer firmalara göre daha etkin oldukları sonucuna ulaşmıştır. VZA yöntemini kullanarak metal ana sanayiindeki 13 firmanın 2003-2007 dönemleri arasındaki mali tablolarına dayalı etkinlik ölçümünü gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada CCR modeli kullanılmıştır. Sonuç olarak 2003 yılında 4 firmanın etkin olduğu, 2004 yılında sadece 1 firmanın etkin olduğu, 2005 yılında 5 firmanın etkin olduğu, 2006 ve 2007 yılında ise toplam 2 firmanın etkin olduğu gözlemlenmiştir.

Kaya, Öztürk ve Özer (2010), Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım sektöründeki 25 firmanın 2008 yılının 4 dönemine ait finansal tablolarından yararlanarak VZA yöntemi vasıtasıyla performans karşılaştırmasını yapmışlardır. Analiz çıktı yönlü CCR VZA modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda 4 dönemde toplam 5 firmanın etkin olduğu gözlemlenmiştir. Bir diğer çalışmada Cenger (2011), Çimento sektöründe 1999-2003 dönemine ait finansal tablolarından yararlanarak 12 firmanın etkinlik ölçümünü VZA yöntemiyle gerçekleştirmiştir. Analiz sonucunda firmalardan 9 tanesinin etkin olduğu ve ortalama etkinlik değerinin ise %75 oranında olduğu belirtilmiştir.

2. YÖNTEM

Non-parametrik yöntemler içinde yer alan VZA, birden fazla girdi-çıkıtının var olması ve bunların ölçü birimlerinin farklı olduğu durumlarda, karar birimlerinin görelî performansını ölçen doğrusal programlama kökenli bir tekniktir. VZA'da temel varsayım, etkinliği ölçülecek olan tüm işletmelerin benzer stratejik hedeflerinin var olması ve aynı türden girdilerin kullanılıp aynı türden çıktılarının üretilmesidir (Oruç, 2008: 11). Birden fazla girdinin kullanılarak birden fazla çıktının olduğu durumlarda, önceden belirlenen her hangi bir analitik üretim fonksiyonu varlığının öngörülmesine ihtiyaç duymadan ölçüm yapabilmesi, yöntemin getirdiği en önemli yeniliktir. Ayrıca girdi ve çıktılarının ölçüm birimlerinden bağımsız olması firmaların değişik boyutlarının ölçülebilmesini mümkün kılmaktadır (Yalçın vd., 2004: 5).

Bu çalışmada 2011-2017 yılları arasında ilgili girdi-çıkıtı verilerine ulaşılabilen, Türkiyede Depolama, Taşımacılık ve Lojistik hizmetler sektöründe yer alan benzer çıktılar üreten ve homojen yapıdaki 10 firma dâhil edilerek analiz yapılmıştır. Çalışmada değerlendirmeye alınan lojistik firmalarına VZA uygulaması yapılarak firmaların etkinlik düzeyleri belirlenmiş ve etkin olmayan firmalar için referans kümesi oluşturularak etkin olabilmeleri için izlenecek yollar açıklanmıştır.

3. BULGULAR

Elde edilen bulgular incelendiğinde, VZA CCR-I modeli sonuçlarına göre lojistik firmaların; 2011 yılında ortalama etkinlik skoru %75,8, etkin firma sayısı 4 (%40) adet, 2012 yılında ortalama etkinlik skoru %87,3, etkin firma sayısı 6 (%60) adet, 2013 yılında ortalama etkinlik skoru %70,2, etkin firma sayısı 3 (%30) adet, 2014 yılında ortalama etkinlik skoru %73,7, etkin firma sayısı 5 (%50) adet, 2015 yılında ortalama etkinlik skoru %89,1, etkin firma sayısı 7 (%70) adet, 2016 yılında ortalama etkinlik skoru %89,2, etkin firma sayısı 6 (%60) adet, 2017 yılında ise ortalama etkinlik skoru %81,2, etkin firma sayısı 4 (%40) adet bulunmuştur. 2015 yılı en fazla etkin firma sayısının (7) olduğu yıldır. Firmaların ortalama etkinlik skorlarının en yüksek bulunduğu (%89,2) yıl ise 2016 yılıdır.

VZA BCC-I modeli incelendiğinde 2011-2017 yıllarında lojistik firmaların etkinlik değerleri CCR-I modeline göre hem etkin olan firma sayısı, hem de ortalama etkinlik skoru açısından yüksek sonuçlar elde edildiği görülmektedir. VZA BCC-I modeline göre 2011 yılında lojistik firmaların ortalama etkinlik skoru %90,1, etkin firma sayısı 8(%80) adet, 2012 yılında ortalama etkinlik skoru %92,5, etkin firma sayısı 7(%70) adet, 2013 yılında ortalama etkinlik skoru %90,6, etkin firma sayısı 7(%70) adet, 2014 yılında ortalama etkinlik skoru %94, etkin firma sayısı 7(%70) adet, 2015 yılında ortalama etkinlik skoru %99,1, etkin firma sayısı 9(%90) adet, 2016 yılında ortalama etkinlik skoru %97,7, etkin firma sayısı 8 (%80) adet, 2017 yılında ise ortalama etkinlik skoru %95,2 ve etkin firma sayısı 8 (%80) adet bulunmuş-

tur. 2015 yılı en fazla etkin firma sayısının (9 adet) olduğu yıldır. Firmaların ortalama etkinlik skorlarının en yüksek bulunduğu (%99,1) yıl ise 2015 yılı olmaktadır.

4. TARTIŞMA

Son zamanlarda değişen ekonomik koşullar göz önünde bulundurulduğunda, firmaların finansal istikrarı yeterince sağlayamadıkları görülmekte ve bu durumdan dolayı finansal başarısızlık yaşadıklarını söylemek mümkündür. Bu nedenle, firmaların finansal yapısı bozulmadan, kriz durumuna girmeden önce, faaliyette buldukları çevreyi iyi tanımalı, bazı kavramlara önem vermeleri ve firmanın finansal yapısı ile ilgili sonuçları gösteren analizleri yapmaları gerekmektedir. Firma performansı işletme dünyasında önemli bir paya sahip olmaktadır. Bu durumda, firmalar gösterdiği performans düzeyine göre var olduğu sektörde faaliyetlerini devam ettireceklerdir veya gereken rekabet koşullarını sağlayamayıp faaliyetlerini sonlandıracaklardır.

Çalışmada belirlenen girdi (toplam aktif, özkaynaklar, çalışan sayısı) ve çıktı (net satışlar, fvök, ihracat miktarı) değişkenlerinde firmaların belirli düzeyde net satışlarını, fvök tutarını ve ihracat miktarını artırması için çalışan sayısının azaltılması veya artırılması, toplam aktiflerinin incelenmesi ve özkaynaktaki artış veya azalış durumunda iyileştirmeler yapılması gerekmektedir. Etkin olmayan firmalar etkin firmaların yoğunluk derecesinden yararlanarak çalışan sayısı, özkaynak ve toplam aktiflerini azalttıklarında etkin duruma gelebilecekleri öngörülmektedir.

SONUÇ

2011-2017 yıllarında çalışma kapsamına alınan 10 firmadan VZA etkinlik skorlarında genel olarak en yüksek performans gösteren firmaların Turistik Hava Taşımacılık ve Reysaş Taşımacılık firmalarının olduğu görülmekte, en az performans gösteren firmalar ise Ekol Lojistik ve Omsan Lojistik firmaları olmuştur.

Sonuçlar değerlendirilirken göz önünde bulundurulması gereken husus, çalışmanın sadece 2011-2017 yıllarına ait veri seti için geçerli olduğu ve Lojistik firmaların bütününe yansıtmadığıdır. Analize dâhil edilen modellerin sonuçlarıyla ilgili dikkate alınması gereken bir diğer husus, çalışmadaki firmaların göreceli etkinlik ölçümünün yapılmasıdır. Analiz sonucunda herhangi bir firmanın etkin olarak nitelendirilmesi, sadece analize dâhil edilen girdi çıktı değerleri esas alındığından diğer firmalara göre etkin durumda olduğunu gösterir. Yapılan çalışmanın amacına göre girdi-çıktı değişkenleri değiştirilebilir veya yeni değişkenler çalışmaya dâhil edilebilir. Bu durumlar söz konusu olduğunda, çalışma kapsamına alınan firmaların etkinlik değerleri farklı sonuçlarla karşılaştırmaya çıkabilmektedir.

REFERENCES

- Alfaro, J; Ortiz, A; Poler, R. (2007). Performance Measurement System for Business Processes, *Production Planning Control*, 18(8), 641-654.
- Aydemir, Canan Z. (2002). Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kapsamında İllerin Kaynak Kullanım Görece Verimlilikleri: Veri Zarflama Analizi Uygulaması, DPT-Uzmanlık Tezleri, Ankara.
- Bakırcı, Fehim (2006). Sektörel Bazda Bir Etkinlik Ölçümü: VZA İle Bir Analiz. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 199-217.
- Bakırcı, Fehim (2006). *Üretimde Etkinlik ve Verimlilik Ölçümü, Veri Zarflama Analizi, Teori ve Uygulama*. Ankara: Atlas Yayınları.
- Barutçu, Yasemin (2013). Etkinlik ve Verimlilik Ölçüm Yöntemleri Üzerine Bir Yazılım Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Baysal, Mehmet E; Uygur, Mehmet; Toklu, Bilal (2004). Veri Zarflama Analizi ile TCDD Limanlarında Bir Etkinlik Ölçümü Çalışması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19(4), 437-442.
- Cenger, Hatice (2011). İMKB’de İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(4), 31-44.
- Chen, Yao; Ali, Iqbal, A. (2002). Continuous Optimization Output–Input Ratio Analysis. *European Journal of Operational Research*, 142, 476-479.
- Coelli, Tim; Prasada D.S. Rao; George E. Battase. (2001). *An Introduction To Efficiency and Productivity Analysis*. USA: Kluwer Academic Publishers, Fifth Printing 2001.
- Depren, Özer (2008). Veri Zarflama Analizi ve Bir Uygulama. Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tez, İstanbul.
- Dinçer, Erdal (2008). Veri Zarflama Analizinde Malmquist Endeksiyle Toplam Faktör Verimliliği Değişiminin İncelenmesi Ve İMKB Üzerine Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 25(2), 825-845.
- Ertuğrul, İrfan; IŞIK Tuş. A. (2008). İşletmelerin VZA ile mali tablolarına dayalı etkinlik ölçümü: Metal Ana Sanayiinde Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 201-207.
- Fortune 500 Türkiye*. <http://www.fotuneturkey.com/fortune500> (Erişim Tarihi: 20.05.2020)
- Gencer, Hatice (2006). Genel İşletme Performansı ve Finansal Performans İlişkisi – Çimento Sektöründe Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Gökalp, Füsün (2014). Lojistik Hizmeti Sağlayan İşletmelerde Mali Performansı Etkileyen Performans Ölçütlerinin Belirlenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 211-231.

- Kaya, Abdulkadir; Öztürk, Meryem; Özer, Ali. (2010). Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektördeki İşletmelerin Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Ölçümü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(1), 129-147.
- Kaynar, Oğuz (2004). Veri Zarflama Analizi (Data Envelopment Analysis- DEA) ve Göreceli Etkinlik Analizi Üzerine Bir Uygulama, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sivas.
- Köksal, Can D. (2001). Veri Zarflama Analizi İle Bankacılıkta Göreceli Verimlilik Ölçümü, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.
- Milind, Sathye (2003). Efficiency of Banks in a Developing Economy: The Case of India. *European Journal of Operational Research*, 148, 662-671.
- Minwir, Al-Shammari (1999). Optimization Modeling for Estimating and Enhancing Relative Efficiency with Application to Industrial Companies. *European Journal of Operational Research*, 115(3), 488-496.
- Oruç, Kenan O. (2008). Veri Zarflama Analizi İle Bulanık Ortamda Etkinlik Ölçümleri Ve Üniversitelerde Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.
- Pankaj, Chandra; William, W. Cooper , & Shanling Li; Atiqur, Rahman. (1998). Using DEA to Evaluate 29 Canadian Textile Companies - Considering Returns to Scale. *International Journal of Production Economics*, 115(3), 129-141.
- Paradi, Joseph C; Schaffnit, Claire. (2004). Commercial Branch Performance Evaluation and Results Communication in a Canadian Bank- a DEA Application. *European Journal of Operational Research*, 156, 719-735.
- Wheelock, C.David; Wilson, W.Paul. (1995). Evaluating the Efficiency of Commercial Banks: Does Our View of What Banks to Matter ? *Business Source-Magazine, Federal Research Bank of St. Louis Review*, 39-52.
- Yalçın, Kürşat; Atan, Murat; Kayacan, Murat; Boztosun, Derviş. (2004). İMKB 30 Endeksinde Etkinlik Analizi (Veri Zarflama Analizi- VZA) ile Hisse Senedi Seçimi. *1. Uluslararası Manas Üniversitesi Ekonomi Konferansı*. Bışkek-Kazakistan, 23-24 Eylül, s.530.
- Yeşilyurt, Cavit (2003). Matematik Programlama Tabanlı Etkinlik Ölçüm Yöntemlerinden Veri Zarflama Analizi İle Orta Öğretimde Etkinlik Ölçümü. *Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas*.

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

YAZARLAR HAKKINDA

Halil İbrahim ŞENGÜN (Dr.)

2008 yılında İnönü Üniversitesi, İşletme Bölümü'nden lisans, 2011 yılında İnönü Üniversitesi İşletme programından yüksek lisans, 2016 yılında İnönü Üniversitesi İşletme programından doktora derecesini almıştır. Dr. Halil İbrahim ŞENGÜN, 2011-2013 yılları arasında Harran Üniversitesinde Öğretim Görevlisi olarak çalışmıştır. 2013 yılından bu yana Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümünde akademik çalışmalarını sürdürmektedir. Çalışmalarını pazarlama alanında sürdürmektedir.

Nurettin MENTEŞ (Dr.)

2003 yılında Fırat Üniversitesi Matematik bölümünden lisans, 2013 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Matematik programından yüksek lisans, 2018 yılında İnönü Üniversitesi Ekonometri programından doktora derecesini almıştır. Dr. Nurettin MENTEŞ, 2010-2015 yılları arasında Muş Alparslan Üniversitesinde Öğretim Görevlisi olarak çalışmıştır. 2016 yılından bu yana Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümünde akademik çalışmalarını sürdürmektedir. Çalışmalarını İstatistik Uygulamaları alanında sürdürmektedir.

Nur AYDIN (Dr.)

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü'nden 2011 yılında mezun olmuştur. Yazar aynı üniversitede iktisat bölümünde 2013 yılında yüksek lisans derecesini, 2019 yılında ise doktora derecesini almıştır. Makroekonomi ile güncel ve ileri ekonometri teknikleri üzerine çalışan yazarın; dış ticaret, doğrudan yabancı yatırımlar, enflasyon ve diğer güncel ekonomik sorunlar üzerine bilimsel makaleleri ve kongre bildirileri bulunmaktadır. Şuan bağımsız araştırmacı olarak yayınlarına devam etmektedir.

Ahmet ŞARMAN

Yazar, 2008 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biyoloji bölümünü bitirdi. 2018 yılında aynı üniversitede Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanında yüksek lisansını tamamladı. 2012 yılında beri İş ve Meslek Danışmanı olarak çalışmaktadır.

Ebru KANYILMAZ POLAT (Dr. Öğr. Üyesi)

2003 yılında Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünü bitirdi. 2006 yılında Yüksek Lisansını, 2011 Yılında doktorasını tamamlayan yazar, İstihdam ve işsizlik, dezavantajlı gruplar gibi konularda çalışmaktadır. 2018 yılından beri de, Çanakkale Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır.

Bünyamin BACAK (Prof. Dr.)

1994 yılında Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri'nden lisans, 1996 yılında İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Endüstri İlişkileri'nden yüksek lisans, 2002 yılında İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri doktora derecesini almıştır. 2016 yılından beri Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde Profesör olarak görev yapan yazarın, Araştırma alanları; İş Sağlığı ve Güvenliği, Çalışma Ekonomisidir.

Sevilay GÜLER (Dr.)

1990 yılında Düzce'de doğdu. Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü'nde lisans eğitimini aldıktan sonra, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimini tamamlayarak 2017 yılında mezun oldu. Aynı yıl Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon bilim dalında doktora eğitimine başladı ve 2020 yılında mezun oldu. Yazar örgütsel davranış ve yönetim bilimi alanında akademik çalışmalarına devam etmekte ve bilimsel yayınları bulunmaktadır.

Hasan TUTAR (Prof. Dr.)

Gazi Üniversitesi İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun oldu (1989). Yüksek lisans derecesini Atatürk Üniversitesi'nden İşletme Dalı'ndan (1997), doktora derecesini de Atatürk Üniversitesi'nden Strateji ve yönetim alanında yaptı (2000). Atatürk Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1997-2007). Daha sonra Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde çalıştı (2007-2018). 2009 yılında strateji ve yönetim alanında doçent, 2013 yılında profesör oldu. Anadolu Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü'nde görev yaptı (2018-2020). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde görev yapmaktadır (2020-). Temel çalışma alanları bilim felsefesi, araştırma yöntemleri, yönetim felsefesi, örgütsel davranış, stratejik yönetimdir.

Mahmut AKBOLAT (Prof. Dr.)

Doktorasını Sakarya Üniversitesi'nde Yönetim ve Organizasyon alanında yaptı (2009). Sakarya Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. 2015 yılında yönetim ve strateji alanında doçent, 2019 yılında profesör oldu. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Müdürü olarak görevini yürütmektedir (2021-). Temel çalışma alanları sağlık kurumları yönetimi, örgütsel davranış, stratejik yönetimdir.

Şerife GÜZEL (Dr. Öğr.Üyesi)

Lisans eğitimini 2007-2012 tarihleri arasında Süleyman Demirel Üniversitesi İşletme Bölümünde tamamlamıştır. 2013 yılında Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık

Yönetimi Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başlamıştır. Yüksek lisans tez konusu: Kolektif Liderlik ve Takım Performansı İlişkisinde Kültür ve Benlik Değişkenlerinin Etkisi'dir. Doktora eğitimine 2016 yılında Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim dalında başlamış olup doktora tez konusu: Sağlık Çalışanlarının İş Becekliliği ile Çalışmaya Tutkunluk İlişkisinde Örgütsel Erdemliliğin, Öz Yeterliğin ve Duygusal Zekanın Aracılık Rolü'dür. 2020 yılından itibaren Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında Dr. Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Dr. Öğr. Üyesi Şerife GÜZEL'in alanında 14 uluslararası makalesi, 28 uluslararası bildirisi, 3 ulusal makalesi, 3 ulusal bildirisi ve 9 kitap bölümü bulunmaktadır. İlgi alanları; "örgütsel davranış, liderlik, stratejik yönetim, insan kaynakları yönetimi, sağlık yönetimi ve araştırma yöntemleri" konularıdır.

Şebnem ASLAN (Prof. Dr.)

Prof. Dr. Şebnem ASLAN, 1995 yılında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden mezun oldu. 1999 yılında, aynı üniversitede İktisat Teorisi anabilim dalında yüksek lisans programını ve 2003 yılında işletme anabilim dalında doktora programını tamamladı. Tez konuları, Türkiye kamu iç borcu ve sağlık kurumlarında örgütsel çatışma konularıdır. 2004 yılında, yönetim ve organizasyon alanında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksek Okulunda Yrd. Doç. Dr. olarak çalıştı. 2004-2010 yılları arasında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksek Okulunda Yrd. Doç. Dr. olarak görev yaptı. 2010 yılında, yönetim ve organizasyon alanında doçent unvanını aldı. 2010 yılında, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağlık Yönetimi ve Organizasyonu Anabilim Dalında doçent olarak çalıştı. 2016 yılında, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi ve Organizasyonu anabilim dalında profesör kadrosunu aldı. Profesör Aslan'ın, sağlık yönetimi alanında 21 uluslararası makalesi, 59 uluslararası bildirisi, 38 ulusal makalesi, 30 ulusal bildirisi liderlik ve duygusal zekâ alanlarında 2 kitabı bulunmaktadır. Bunun yanı sıra 1 uluslararası, 15 ulusal kitap bölümü, liderlik, duygusal zekâ ve liderlik, İslami liderlik, İslami kadın liderlik, örgütsel iletişim, örgütsel stres yönetimi, duygusal emek, karar alma konularındadır. Prof. Aslan, lisanslı masatenişçidir. Bir şiir kitabı "101 Papatya 101 Şiir" bulunan Aslan'ın, hobi olarak yaptığı yağlı boya tabloları bulunmaktadır. 2017 yılında Selçuk Sanat Merkezi Resim Sergisinde yağlı boya tablolarıyla amatör olarak yer almıştır.

Murat SUCU (Dr.)

1977 İstanbul doğumlu olan yazar, ilk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamlamış olup, Üniversite eğitimini 2002 yılında tamamlamıştır. İstanbul Arel Üniversitesinde Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında 2014 yılında yüksek lisans ve 2018 yılındadoktora eğitimlerini tamamlamıştır. Şu anda özel sektörde çalışan yazar ayrıca akademik çalışmalar da yürütmektedir.

Aşlı Elif AYDIN (Dr. Öğr. Üyesi)

Pazarlama alanındaki doktora derecesini 2013 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nden aldı. Halen İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Doktor Öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Başlıca araştırma alanları sosyal pazarlama, tüketici davranışları ve karar verme süreçleridir.

Özge KİREZLİ (Dr. Öğr. Üyesi)

Özge Kirezli, doktora derecesini Marmara Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama bölümünden aldı. Halen Yeditepe Üniversitesi'nde Dr. Öğretim Üyesi olarak çalışıyor ve Pazarlama Yönetimi, Pazarlama Araştırması ve Tüketici Davranışı derslerini vermektedir. Başlıca araştırma alanları tüketici davranışı ve tüketici etiğidir.

Elif YURDAKUL (Dr. Öğr. Üyesi)

Elif Yurdakul, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Havacılık Yönetimi bölüm başkanıdır. Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde, lisansüstü eğitimini Marmara Üniversitesi'nde tamamlamış, 2013 yılında Pazarlama ve Üretim Yönetimi alanında kurumsal yenilikçi itibar konulu tezi ile doktora derecesini almıştır. 2018 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Örgütsel Psikoloji dalında ikinci yüksek lisans derecesini almıştır. Uzmanlık alanları stratejik planlama ve yönetim, stratejik pazarlama yönetimi ve iş geliştirme, örgütsel psikoloji, mindfulness temelli stres yönetimi (MBSR) ve bedenle stress yönetimidir.

Fatih YİĞİT (Dr. Öğr. Üyesi)

1981 yılında Malatya'da doğan Fatih Yiğit, ilk ve ortaöğrenimini Malatya'da tamamlamıştır. 2001 yılında Marmara Üniversitesi İşletme (İngilizce) Programı'na başlayarak 2006 yılında lisans eğitimini tamamlamıştır. Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Programından yüksek lisans (2010) ve İstanbul Üniversitesi, Finans Programından doktora (2015) derecelerini almıştır. 2010 yılında YÖK Yüksek Lisans Araştırma Burs Programı ile Simon Fraser Üniversitesi'nde (Kanada) ve 2014 yılında TÜBİTAK Doktora Sırası Araştırma Burs Programı ile Hull Üniversitesi'nde (İngiltere) araştırmacı olarak bulunmuştur. 2008-2011 yılları arasında Gebze Teknik Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışan Yiğit, 2011'den bu yana İstanbul Medeniyet Üniversitesi akademik görevini sürdürmektedir. İşletme finansı, davranışsal finans, finansal ekonomi alanlarında çalışmaları bulunmaktadır.

İsmail CANÖZ (Arş. Gör.)

1990 yılında Manisa'da doğan İsmail Canöz, ilk ve ortaöğrenimini Manisa'da tamamlamıştır. 2009 yılında Anadolu Üniversitesi İktisat (İngilizce) Programı'na başlayarak 2014 yılında lisans eğitimini tamamlamıştır. 2019 yılında Anadolu Üniversitesi, Finans programında yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. Hâlihazırda İstanbul Üniversitesi, Finans programında doktora eğitimine devam etmektedir. Eylül 2016-Şubat 2020 yılları arasında İstanbul Arel

Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışan Canöz, Şubat 2020'den bu yana İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak akademik kariyerine devam etmektedir. Finansal iktisat, İslami finans, davranışsal finans, finansal krizler, kripto paralar gibi alanlarda çalışmaları bulunmaktadır.

Kenan ARPACIOĞLU

Kenan Arpacioğlu, 1985 yılında Ünye'de doğdu. 2008 Yılında Hacettepe Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümünden mezun oldu. Yüksek Lisansını, Polis Akademisi, Güvenlik Bilimleri Enstitüsünde, Uluslararası Güvenlik alanında tamamladı. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Anabilim Dalında doktora tez çalışmalarının sonuna gelen Arpacioğlu; kamu diplomasisi, terörle mücadele, iletişim, sinema, diploması, Avrupa Konseyi ve tarih konularına ilgi duymaktadır. Evli ve iki kız çocuk babası olan Arpacioğlu, halen Türkiye Büyük Millet Meclisi, Dış İlişkiler ve Protokol Başkanlığında Şef olarak görev yapmaktadır.

Elgün ALİYEV

1995 Azerbaycan doğumlu olan yazar, ilk, orta ve lise eğitimini Azerbaycan'da tamamlamıştır. Sonrasında, Lisans eğitimini Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü'nden 2018 yılı itibarıyla mezuniyete hak kazanmıştır. Aliyev, yine aynı bölümde Yüksek Lisans eğitimini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı'nda 2020 yılında tamamlamıştır. Araştırma alanları uluslararası lojistik, performans ölçümü, veri zarflama analizi teorileri, panel veri analizi olarak özetlenebilir. 2021 Mart ayından itibaren Azerbaycan Demiryollarının yan kuruluşu olan bir şirkette iş geliştirme uzmanı olarak görev yapmaktadır.

Merve ERTOK ONURLU (Dr. Öğr. Üyesi)

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde Doktor Öğretim Üyesi ve bölüm başkan yardımcısı olarak görev yapmaktadır. 2008 yılında Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü'nden bölüm birinciliği ile mezun oldu. Yine aynı yılda, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde çift anadalını tamamladı. Mezuniyetinden hemen sonra, yüksek lisans ve doktora eğitimlerini gerçekleştirmek amacıyla T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Yurt Dışı Lisansüstü Öğrenim Bursu'nu kazandı. 2011 yılında İngiltere'nin Bristol Üniversitesi'nde ekonometri alanında yüksek lisansını ve 2015 yılında ise yine Bristol Üniversitesi'nde aynı alanda doktora eğitimini tamamladı. 2015-2017 yılları arasında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde Araştırma Görevlisi Doktor, 2017-2018 yılları arasında aynı bölümde Yardımcı Doçent, 2018 yılından bu yana ise Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Özel çalışma alanları arasında, mikroekonometri, panel veri ekonometrisi, uygulamalı ekonometri, teorik ekonometri, sağlık ekonometrisi ve büyük veri ekonometrisi yer almaktadır.

YAZARLAR İÇİN BİLGİ NOTU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilimleri Dergisi yılda dört kez yayınlanan akademik bir dergidir. Dergi, sosyal bilimler alanında akademisyenlerin yayın yapabilecekleri bir platform oluşturarak bilim camiasına hizmet etmeyi amaçlamaktadır.

Yönetim Bilimleri Dergisi (YBD), hakemli ve bağımsız bir dergidir. Yayın politikası ve kuralları editörler ve yazı kurulu tarafından tespit edilmektedir.

YBD; temelde ekonomi, işletme, kamu yönetimi ve siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, çalışma ekonomisi, maliye, ekonometri ve benzeri alanlara odaklanmıştır. Dergide, söz konusu alanlarda hazırlanmış Türkçe ve İngilizce makaleler yayınlanmaktadır. Dergiye gönderilen çalışmaların orijinal ve mevcut literatüre katkıda bulunması beklenmektedir.

Dergiye gönderilen yazıların teslim anında hiçbir dergide yayınlanmamış olması ve/veya hiçbir yayın organı tarafından basılmak üzere inceleme aşamasında olmaması gerekir. Bu konudaki tüm sorumluluk yazarlara aittir ve yazarlar çalışmalarını gönderdikleri andan itibaren eserleri ile ilgili tüm yayın haklarını YBD'ye devretmiş, YBD'nin kurallarını kabul etmiş sayılırlar.

Buna rağmen YBD, daha önce başka bir dilde yayınlanmış yazıları Türkçe'de ve İngilizce'de ilk kez olmak üzere yayımlayabilir. Böyle bir durum var ise yazarın teslim anında editörleri yazılı olarak bilgilendirmesi gerekir. Aynı zamanda gerekli tüm yasal izinlerin de yazar tarafından yazılı olarak alınmış olması gerekir.

Teslim Süreci ve Şekli

Çalışmaların yazarlar tarafından Dergipark sistemi üzerinden yüklenmesi gerekmektedir. Sisteme yüklenen makalelerin üzerinde isim bilgisi olmamalıdır. Zira sisteme kayıtlı kullanıcıların bilgileri sistemde mevcuttur. Makale ile birlikte 250-300 kelimedenden oluşan özet ve yazarlar hakkında 5-6 satırdan oluşan bilgi notu da (Türkçe ve İngilizce olarak) dergiye gönderilmelidir. Bu notta mezun olunan okullar, bağlı bulunulan kurum, unvan, çalışma alanları gibi bilgiler yer alabilir. YBD uluslararası bilimsel ve bağımsız indeks ve abstract kuruluşlarınca da taranmaktadır. Bu nedenle gönderilen özetler çok önemlidir. Ayrıca çalışmanın konusu ile ilgili en fazla 5 adet anahtar kelime de eklenmelidir.

Çalışmanın Uzunluğu

Makaleler kural olarak 4.000 kelimedenden az, 8000 kelimedenden fazla olmamalıdır (kaynakça ve dipnotlar hariç).

Stil ve Düzeltmeler

Yazarlar çalışmalarını YBD kurallarına göre hazırlamak zorundadırlar. Editörlerden ya da hakemlerden gerekli düzeltmeleri yapmalarını beklenmemelidir. Gerekli düzeltmeler belirlendikten sonra yazarların en geç iki hafta içinde makalelerin düzeltilmiş halini Dergipark üzerinden sisteme yüklemeleri gerekmektedir.

Makaleler A4 kâğıdı ölçülerinde, Times New Roman 12 punto karakteri ile önce ve sonrası 0 nk ve tek satır aralığında yazılmalıdır. Paragrafların ilk satırına girinti eklenmemeli, her paragraftan sonra bir boşluk bırakılmalıdır.

Başlıklar ve Alt-Başlıklar

Makaledeki ana başlıklar 12 punto, koyu (bold) ve tüm harfler büyük olacak şekilde olmalıdır. Takip eden alt başlıklar 12 punto, koyu, ancak bu kez sadece ilk harfleri büyük olacak şekilde olmalıdır. Üçüncü bir alt başlık halinde ise 12 punto, italik, normal (koyu değil), başlıktaki kelimelerin sadece ilk harfi büyük olmalıdır. Mümkün olduğunca az başlık kullanılmalı ve karışık numaralandırmalardan kaçınılmalıdır. Başlıklar ve alt başlıklar arasında bir paragraf boşluk bırakılmalıdır. Çalışmanın belirtilen kurallara uygun olması yayın sürecini hızlandıracaktır. Bu nedenle çalışma gönderilmeden önce mutlaka YBD kurallarına uygun hale getirilmelidir.

Metin içi Atıf:

YBD APA sistemini benimsemektedir. Bu nedenle atıfları yazı içinde parantezler ile yapınız.

Metin içi atıflar, parantez içinde (Soyadı, Yıl: Sayfa Numarası) şeklinde yapılmalıdır.

Metin içinde verilen kaynaklar makalenin sonunda kaynakçada açıkça yazılmalıdır. Kaynakçada referans gösterimi için:

Kitap:

Soyadı, Adı, (çalışmanın yayın yılı), Başlık, (Yayıncı) Basım Yeribaşlık, (basım yeri: yayıncı, yıl).

Makale:

Soyad, ad (çalışmanın yılı), Başlık, Dergi, cilt, sayı, ISSN numarası, sayfa aralıkları.

İletişim Bilgileri

Yönetim Bilimleri Dergisi (YBD), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilimleri Dergisi Yazı İşleri Editörlüğü, 17200, Ağaköy, Biga, Çanakkale.

Tel: 0 286 335 87 38

E-posta: ybd@comu.edu.tr

Değerlendirme Süreci

Dergi ve yayın süreci ile ilgili tüm yazışmalar Dergipark sistemi üzerinden yürütülmektedir. Yayınlanmak üzere gönderilen tüm çalışmalar ön incelemeye tabi tutulur ve yayıncı kuruluşlar da dâhil olmak üzere, inceleme editörler ve bağımsız hakemler tarafından gerçekleştirilir. Gönderilen çalışmalar ilk olarak editörlerin incelemesinden geçer. Bu aşamada ilk olarak çalışmanın dergi kurallarına uygunluğu incelenir. Ardından makale alanında uzman en az iki hakeme gönderilir. Çalışmanın yayınlanabilmesi için en az iki hakemden ‘yayınlanabilir’ raporu alması gerekmektedir. Editörler ve hakemler incelemelerinde temelde şu üç kritere göre hareket ederler:

- 1) Anlatım Kalitesi: Yazım stili, anlatımda akıcılık, dilin doğru kullanımı, yazının planlanması ve yapısı,
- 2) Kaynakların Doğru Kullanımı: Dipnotlar ile yazı arasındaki uyum, dipnotlardaki bilgilerin doğru ve eksiksiz olması, kaynakların yeterliliği, niteliği,
- 3) Bilimsel Kalite: Çalışmanın bilim dünyasına katkısı, orijinalliği, yazarın iddialarını savunmadaki yeterliliği, yazının derinliği ve kalitesi.

Hakemlerin raporları doğrultusunda gönderilen makale ya yayınlanır, ya düzeltilmek ve daha sonra yayınlanmak üzere yazara geri gönderilir ya da reddedilir. Her durumda yazar Dergipark üzerinden bilgilendirilir; çalışmanın hangi aşamada olduğu yine Dergipark üzerinden izlenebilmektedir. Ayrıca hakem raporları gizlidir ve dergi arşivlerinde 5 yıl süre ile saklanır.

YBD’de yayınlanmak üzere gönderilen yazıların yazarları kendilerine telif ödenmeyeceğini baştan kabul ederler. Makalenin dergide çıkacak son hali A4 kağıdı ebatlarında tüm kenarlardan standart girinti aralığında olacak şekilde stil ve yazım şekli bölümünde belirtildiği şekilde, yazarların isimi ve ünvanları belirtilerek dergiye iletilmelidir.

ABOUT THE AUTHORS

Halil İbrahim ŞENGÜN (Dr.)

He received his bachelor's degree from İnönü University, Department of Business Administration in 2008, his master's degree from İnönü University Business Administration program in 2011, and his doctorate from İnönü University Business Administration program in 2016. Dr. Halil İbrahim ŞENGÜN worked as an Instructor at Harran University between 2011-2013. He has been continuing his academic studies at Dicle University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration since 2013. He carries out his studies in the field of marketing.

Nurettin MENTEŞ (Dr.)

He received his bachelor's degree from Firat University, Department of Mathematics in 2003, his master's degree from Tokat Gaziosmanpaşa University Mathematics program in 2013, and his doctorate from İnönü University Econometrics program in 2018. Dr. Nurettin MENTEŞ worked as an Instructor at Muş Alparslan University between 2010-2015. He has been continuing his academic studies at Dicle University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics since 2016. He carries out his studies in the field of statistics applications.

Nur AYDIN (PhD.)

She graduated from Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics in 2011. The author received her master's degree in economics at the same university in 2013 and her doctorate in 2019. The author working on macroeconomics and current and advanced econometrics techniques; she has scientific articles and congress papers on foreign trade, foreign direct investments, inflation and other current economic problems. She continues her publications as an independent researcher.

Ahmet ŞARMAN

He graduated from Çanakkale Onsekiz Mart University, Biology department in 2008. He completed his master's degree at Çanakkale Onsekiz Mart University Department of Labour Economics and Industrial Relations between in 2018. He has working as a Job and Vocation Counsellor since 2012.

Ebru KANYILMAZ POLAT (Asst. Prof. Dr.)

The author received his Labour Economics and Industrial Relations bachelor degree in 2003 from Anadolu University Faculty of Economics and Administrative Sciences, department of Labour Economics and Industrial Relations. She completed her Master's and Doctorate

degrees in Çanakkale Onsekiz Mart University, Institute of Social Sciences, Department of Labour Economics and Industrial Relations (2008) and Business Administration in 2015, respectively. Her Research fields are; employment and unemployment, discouraged groups etc. From 2018 on, she has been working as an assistant professor in Canakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Applied Sciences, Department of International Trade and Logistic in Biga/Çanakkale, Turkey.

Bünyamin BACAĞ (Prof. Dr.)

He completed his license in the Department of Labour Economics and Industrial Relations at Marmara University in 1994, his master's degree at İstanbul University, Department of Labour Economics and Industrial Relations between at 1996, PhD at 2002. He has been working as a professor in Çanakkale Onsekiz Mart University since 2016. His research fields are Occupational Health and Safety and Labour Economics.

Sevilay GÜLER (Dr.)

She was born in Düzce in 1990. After receiving her undergraduate education at Sakarya University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, she completed her graduate education in Bolu Abant İzzet Baysal University, Social Sciences Institute, Department of Business Administration in 2017. In the same year, she started her doctorate education in Sakarya University, Institute of Social Sciences, Management and Organization and graduated in 2020. The author continues her academic studies in the field of organizational behavior and management science and has scientific publications.

Hasan TUTAR (Prof. Dr.)

He graduated from Gazi University FEAS, Department of Political Science and Public Administration (1989). He completed his master's degree in Business Administration from Atatürk University (1997) and his doctorate in Strategy and management from Atatürk University (2000). He started working at Atatürk University (1997-2007). Later, he worked at Sakarya University, Faculty of Business Administration (2007-2018). He became an associate professor of strategy and management in 2009 and a professor in 2013. He worked at Anadolu University, Department of Business Administration (2018-2020). He works at Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication (2020-). His main fields of study are philosophy of science, research methods, management philosophy, organizational behavior, strategic management.

Mahmut AKBOLAT (Prof. Dr.)

He completed his PhD in Management and Organization at Sakarya University (2009). He started working at Sakarya University. He became an associate professor in management and strategy in 2015 and a professor in 2019. He works as the Director of Sakarya University

Business Management Institute (2021-). His main fields of study are management of health institutions, organizational behavior and strategic management.

Şerife GÜZEL (Asst. Prof. Dr.)

She completed her undergraduate education at Süleyman Demirel University, Department of Business Administration between 2007-2012. In 2013, she started her master's degree in Selçuk University, Institute of Health Sciences, Department of Health Management. Master's thesis subject: The Effect of Culture and Self Variables in the Relationship between Collective Leadership and Team Performance. She started her doctorate education in Selçuk University Institute of Health Sciences Department of Health Management in 2016, and her doctoral dissertation subject is: The Mediating Role of Organizational Virtuousness, Self-Efficacy and Emotional Intelligence in the Relationship between Healthcare Professionals' Job Skills and Passion to Work. In 2020, Selçuk University, Faculty of Health Sciences received the Asst. Prof. Dr. position. Asst. Prof. Dr. Şerife GÜZEL has 14 international articles, 28 international papers, 3 national articles, 3 national notices and 9 book chapters in her field. Areas of interest; topics are "organizational behavior, leadership, strategic management, human resources management, health management and research methods".

Şebnem ASLAN (Prof. Dr.)

Prof. Dr. Şebnem ASLAN graduated from Selçuk University Faculty of Economics and Administrative Sciences in 1995. She completed her master's degree in the Department of Economic Theory at the same university in 1999 and her doctorate program in the department of business administration in 2003. Theses issues, Turkey organizational conflicts are issues of public debt and health care institutions. In 2004, in the field of management and organization, Selçuk University School of Social Sciences Asst. Assoc. Dr. worked as. Between 2004-2010, he worked as an Assistant Professor at Selçuk University School of Social Sciences. Assoc. Dr. she served as. In 2010, she received the title of associate professor in the field of management and organization. In 2010, she worked as an associate professor at Selçuk University, Faculty of Health Sciences, Department of Health Management, Department of Health Management and Organization. In 2016, Selçuk University, Faculty of Health Sciences, received the professor position in the Department of Health Management and Organization. Professor Aslan has 21 international articles in the field of health management, 59 international papers, 38 national articles, 30 national papers and 2 books in the fields of leadership and emotional intelligence. In addition, 1 international and 15 national book chapters are on leadership, emotional intelligence and leadership, Islamic leadership, Islamic female leadership, organizational communication, organizational stress management, emotional labor, and decision-making. Prof. Aslan is a licensed desk worker. Aslan, who has a poetry book "101 Daisy, 101 Poems", has oil paintings he made as a hobby. In 2017, she took part in the Selçuk Art Center Painting Exhibition as an amateur with her oil paintings.

Murat SUCU (Dr.)

He was born in 1977 in İstanbul. The author completed his primary and secondary education in İstanbul and completed his University education in 2002. He completed his master's degree in 2014 and doctorate in 2018 at İstanbul Arel University, Institute of Social Sciences and Business Administration. Currently working in the private sector, the author also carries out academic studies.

Aslı Elif AYDIN (Asst. Prof. Dr.)

Aslı Elif Aydın earned her Ph.D. in Marketing at Bogazici University, Istanbul, Turkey in 2013. Currently she is an Assistant Professor at Istanbul Bilgi University. Her primary research interests are in social marketing, consumer behavior and decision making processes.

Özge KİREZLİ (Asst. Prof. Dr.)

Özge Kirezli, received her Ph.D. degree in Production Management and Marketing from Marmara University. She is now currently working as an Assistant Prof. at Yeditepe University, lecturing Marketing Management, Marketing Research and Consumer Behavior courses. Her primary research interests are in consumer behavior and consumer ethics.

Elif YURDAKUL (Asst. Prof. Dr.)

Elif Yurdakul is the Head of Aviation Management at Istanbul Bilgi University. She completed his undergraduate education at Anadolu University, Faculty of Business Administration, and she received her Ph. D in 2013 in the field of Marketing and Production Management with his thesis on corporate innovative reputation. She received her second master's degree in Organizational Psychology at Istanbul Bilgi University in 2018. Her areas of expertise are strategic planning and management, strategic marketing management and business development, organizational psychology, mindfulness-based stress management (MBSR), and stress management with the body.

Fatih YİĞİT (Asst. Prof. Dr.)

Fatih Yiğit, born in Malatya in 1981, completed his primary and secondary education in Malatya. He started Marmara University Management Program in 2001 and completed his undergraduate education in 2006. After his undergraduate education, he initially received his master's degree in Management Program (2010) from Gebze Technical University. He then received his doctorate in Finance Program (2015) from Istanbul University. He worked as a researcher at Simon Fraser University (Canada) with the YOK Graduate Research Scholarship Program in 2010. He sustained the same position at Hull University (England) with the TUBITAK Doctoral Research Fellowship Program in 2014. Yiğit, who worked as a research assistant at Gebze Technical University between 2008 and 2011, has been an academic at

Istanbul Medeniyet University since 2011. He has different works in business finance, behavioral finance, and financial economics.

İsmail CANÖZ (Res. Asst.)

İsmail Canöz, born in Manisa in 1990, completed his primary and secondary education in Manisa. He started Anadolu University Economics Program in 2009 and completed his undergraduate education in 2014. After his undergraduate education, he completed his master's degree in Finance at Anadolu University in 2019. He is currently continuing his doctorate education in Finance program at Istanbul University. Canöz, who worked as a research assistant at Istanbul Arel University from September 2016 to February 2020, has maintained his academic career as a research assistant at Istanbul Medeniyet University since February 2020. He has different studies in financial economics, Islamic finance, behavioral finance, financial crises, and cryptocurrencies.

Kenan ARPACIOĞLU

Kenan Arpacioğlu was born in 1985 in Ünye. He graduated from Hacettepe University, the Department of International Relations in 2008. He received his master's degree from the Institute of Security Sciences of Turkish Police Academy. Continuing his ultimate studies on doctoral thesis at Ankara University, the Institute of Social Sciences, the Department of History of the Republic of Turkey, Arpacioğlu is interested in public diplomacy, counter-terrorism, communication, cinema, diplomacy, the Council of Europe and history. Arpacioğlu who is married and has two daughters currently works as the Chief at the Foreign Relations and Protocol Department of the Turkish Grand National Assembly.

Elgun ALİYEV

The author, who was born in Azerbaijan in 1995. He completed his primary, secondary, and high school education in Azerbaijan. Afterwards, he graduated from Balıkesir University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade and Logistics in 2018. In 2020, Aliyev completed his master degree at Çanakkale Onsekiz Mart University School of Graduate Studies, in the Department of International Trade and Logistics. His research areas include performance measurement, data envelopment analysis theories, panel data analysis. Since March 2021, he has been working as a business development specialist in a company that is a subsidiary of Azerbaijan Railways.

Merve ERTOK ONURLU (Asst. Prof. Dr.)

She works as an Assistant Professor and department vice-president at Çanakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Econometrics. In 2008, she graduated from Gazi University, Faculty of Economics and Ad-

ministrative Sciences, Department of Econometrics, with the highest GPA. In the same year, she completed her double major in Business Administration at Gazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences. Right after her graduation, she was awarded with the Turkish Ministry of National Education's Overseas Postgraduate Education Scholarship to carry out her master and PhD studies. In 2011, she completed her master degree in the area of econometrics at the University of Bristol, UK. She then finished her PhD in the same field at the University of Bristol in 2015. She worked as a Research Assistant Doctor at Çanakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Econometrics between 2015-2017. She has been working as an Assistant Professor in the same department since 2017. Her research interests include microeconometrics, panel data econometrics, applied econometrics, theoretical econometrics, health econometrics, and econometrics of big data.

NOTES FOR THE CONTRIBUTORS

Journal of Administrative Sciences Journal of Administrative Sciences (JAS or Yönetim Bilimleri Dergisi in Turkish) is a refereed journal and published quarterly a year. JAS publishes scholarly articles in English and Turkish languages. The journal is an independent publication in terms of scientific research and the editors decide its publication policy.

JAS focuses on scholarly articles on economics, politics, history, international relations, business, accounting and public administration in general from all over the world. The journal encourages interdisciplinary studies. Manuscripts submitted to JAS should be original and challenging, and should not be under consideration by another publication at the time of submission.

Previously published articles in other languages may be considered by the journal for the first publication English (Turkish) translation. In that case the author should so state at the time of submission, provide relevant written copyright approval by the publication to the JAS.

Articles submitted for consideration of publication are subject to peer review. The editorial board and editors takes consideration whether submitted manuscript follows the rules of scientific writing. The appropriate articles are then sent to three international referees known for their academic reputation in their respective areas. For the articles to be published, at least two ‘accepted’ reports from the referees are required.

The Editors and referees use three-step guidelines in assessing submissions: i) Literary quality: Writing style, usage of the language, organisation (paragraphing, syntax, flow etc.) ii) Use of references. Referencing, sources, relationships of the footnotes to the text. iii) Scholarship quality: Depth of research, quality; contribution, originality of the contribution (new and creative thought) and plausibility of the author’s argument. Upon the referees’ decision, the articles will be published in the journal, or rejected for publication. The review process lasts from five to 15 weeks. Questions regarding the status of submissions should be directed to the co-editors by e-mail at ybd@comu.edu.tr. The referee reports are kept confidential and stored in the archives for five years. The author could be asked for technical corrections by editors after the final draft of the article. The corrections should be made in 30 days by the author.

All manuscripts and editorial correspondence and inquiries should be addressed to the JAS Editorial Office.

Submission

We prefer electronic submission to ybd@comu.edu.tr as a Microsoft word attachment file. Please be sure that you received a confirmation from the Office. Manuscripts should be one-

and-half spaced throughout (including all quotations and footnotes) on single sides of A4 paper. Standard margins on both sides of the page should be allowed. Pages should be numbered consecutively. The author should retain a copy, as submitted manuscripts cannot be returned. Full names of the author(s) should be given, an address for correspondence, and where possible a contact telephone number, fax number and e-mail address. Authors should pay particular attention to the accuracy and correct presentation of references.

Besides the manuscript a brief cv of the author should also be attached to the e-mail so that a registry is formed.

JAS uses Oxford Referencing System which consists of the following elements: i) Citations in the body of the paper, using a superscript (raised) number, generally at the end of a sentence. ii) A list of footnotes at the bottom (foot) of each page, for all citations on that page. These are known as endnotes if they appear at the end of a chapter, section or other division (for longer texts, for multi-author texts and for texts intended to be read as separate parts) iii) The bibliography should be provided at the end of the paper giving the details of each source referred to and possibly other materials consulted in preparing the paper.

Length

Articles as a rule should not exceed 8.000 words and should not be less than 4.000 words, not including footnotes and references.

Style and Proofs

Authors are responsible for ensuring that their manuscripts conform to the JAS style. Editors will not undertake retyping of manuscripts before publication. Please note that authors are expected to correct and return proofs of accepted articles within two weeks of receipt. The manuscript should be written by using Times New Roman 12 punt. Titles and Sub-Titles Titles in the article should be 12 punt, bold and in uppercase form. The sub-titles should be 12 punt and in the title case form. Single line width is preferred and A4 format is suitable.

Footnotes

Books

One author

Fernand Braudel, *A History of Civilizations*, (London: Penguin Books, 1993), p. 287.

Two authors

Yücel Acer ve İbrahim Kaya, *Uluslararası Hukuk, Temel Ders Kitabı*, (Ankara: USAK Publications, 2009), s. 10.

Three authors

Yücel Acer, İbrahim Kaya ve Mahir Gümüş, Küresel ve Bölgesel Perspektiften Türkiye'nin İltica Stratejisi, (Ankara: USAK Publications, 2009), s. 11.

More than three authors

Jaroslav Pelikan et al., Religion and the University, (Toronto: University of Toronto Press, 1964), p. 109. Editor(s) H.H. Rowley, (ed.), The Old Testament and Modern Society, (Oxford: Clarendon Press, 1951), p. 50. Urban T. Holmes and Kenneth R. Scholberg, (eds.), French and Provincial Lexicography, (Columbus: Ohio State University Press, 1960), p. 223-37.

Part of a Book

Dorothy Van Ghent, 'The Dickens World,' in George H. Ford and Lauriat Lane (ed.), The Dickens Critics, (Ithaca: Cornell University Press, 1961), p. 213-32.

Book Chapter or Article Cited From Another Source

John Roberts, 'Pipeline Politics', in Shirin Akiner (ed.), The Caspian: Politics, Energy and Security, (London: Routledge Curzon, 2004), cited in İhsan Bal and Süleyman Özeren, Dünyadan Örneklerle Terörle Mücadele, (Ankara: USAK Yayınları, 2010), p. 9.

Articles

Brian M. Pollins and Kevin P. Murrin, 'Where Hobbes Meets Hobson: Core Conflict and Capitalism', International Studies Quarterly, Vol. 43, No. 4, September 1999, p. 427-45.

Newspaper

Deborah Sontag, 'The Erdoğan Experiment', The New York Times, 11 May 2003.

Official Documents and Reports

Brussels European Council, Presidency Conclusions, 4-5 November 2005-14292/1/04 REV 2 International Atomic Energy Association, 'Implementation of the NPT Safeguards Agreement in the Islamic Republic of Iran', Report by Director General, GOV/2006/53, 31 August 2006.

Unpublished Thesis

Hasan Selim Özertem, 'Russia's Soft Power in the Post-Soviet Space', (Unpublished M.A. Thesis, Middle East Technical University, 2009), p. 9.

Paper Presented at a Conference or Meeting:

Mehmet Yegin, 'A New Schematic Model to Understand Formation of Public Opposition on Foreign Policy Issues', (paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association 67th Annual National Conference, Chicago, USA, May 2009), p. 9.

Web Sources

Ross Anderson, Economic and Security Resource Page, <http://www.cl.cam.ac.uk/~rja4/econsec.html>, (accessed: May 12, 2009) Blaine Harden, 'North Korea Fires Sixth Missile in a Week', The Washington Post, 30 May 2009, http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2009/05/29/AR_2009052900235.html (accessed: June 9, 2009)

Important Note: Please do not use Op.cit, Supra note or similar referencing style. If you want to mention the same source for second or more times: If you use a footnote and want to use it immediately after please use 'Ibid' (italic) If you use a footnote and want to use it in other pages please use this style: • For first use: Fernand Braudel, A History of Civilizations, (London: Penguin Books, 1993), p. 287. • For second use: Braudel, A History of..., p.35

Biography

Current and recent academic and professional affiliations and recent major publications for the Notes on Contributors should be supplied with the articles. It should not exceed 100-word.

Abstract

The authors should send a 250-300 between word abstract of the manuscripts.

Contact Information

For more information about the journal feel free to contact with the editors. JAS / YBD, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale, TÜRKİYE.

Phone: +90 (286) 335 8738 **Fax:** +90(286) 3358736

Web: <http://ybd.comu.edu.tr> / **E-mail:** ybd@comu.edu.tr