



ISSN: 2587 – 0785

Journal of Management, Economics and Marketing Research

YÖNETİM, EKONOMİ VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt : 2
Sayı : 3
Yıl : 2018

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2587-0785

2018, Cilt.2, Sayı.3

DERGİ HAKKINDA

Odak ve Kapsam

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yayın odağında;

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, Sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Yönetim, Ekonomi ve

Pazarlama alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yayın kapsamında;

İşletme bilim dalını temel alan çalışmalar,
Kamu yönetimi bilim dalını temel alan çalışmalar,
İktisat bilim dalını temel alan çalışmalar,
Ekonometri bilim dalını temel alan çalışmalar,
Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bilim dalını temel alan çalışmalar,
Maliye bilim dalını temel alan çalışmalar,
Uluslararası ticaret bilim dalını temel alan çalışmalar,
Hastane işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,
Turizm işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,
Yönetim bilişim sistemleri bilim dalını temel alan çalışmalar yer almaktadır.

Yayın Sıklığı

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. İki aylık yayın yapan dergide yılda 6 sayı yayınlanmaktadır.

Yayın Dili

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

Açık Erişim Politikası

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi açık erişimli (Open Access) bir dergidir. Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan tüm makaleler "Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı" ile lisanslanmıştır.

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2587-0785

2018, Cilt.2, Sayı.3

Yayın Kurulu

Editör

Prof. Dr. R. Pars Şahbaz, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Yayın Kurulu

Prof. Dr. M. Mithat Üner, Atılım Üniversitesi

Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Erciyes Üniversitesi

Doç. Dr. Sedat Yüksel, College of Applied Science, Oman

Doç. Dr. Evren Güçer, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Hakem Kurulu

Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, tayfun@gazi.edu.tr

Ali Turan Bayram, Sinop Üniversitesi, alibayram@sinop.edu.tr

Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, asokmen@gazi.edu.tr

Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, karzu@gazi.edu.tr

Cemalettin Aktepe, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, caktepe@gazi.edu.tr

Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, evrengucer@gazi.edu.tr

Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, gulerkol@sinop.edu.tr

Güler SAĞLAM ARI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, gsaglam@gazi.edu.tr

Kadri Gökhan Yılmaz, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, kgyilmaz@gazi.edu.tr

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr

Lütfi BUYRUK, Nevşehir Üniversitesi, buyruk@nevsehir.edu.tr

Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, mithatuner@gazi.edu.tr

Mehmet BAŞ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mbas@gazi.edu.tr

Metehan Tolon, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metehan@gazi.edu.tr

Nuray Tosunoğlu, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nguneri@gazi.edu.tr

Rahman Temizkan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, rtemizkan@ogu.edu.tr

Saadet Pınar Temizkan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, sptemizkan@ogu.edu.tr

Selma Kalyoncuoğlu, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, selmakalyoncu@gazi.edu.tr

Seyhan Çil, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, seyhanc@gazi.edu.tr

Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, z.aslan@adu.edu.tr

Index

ASOS INDEX | Academia Social Science Index

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

SIS | Scientific Indexing Services

iCi | Indian Citation Index

İSSUU |

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2587-0785

2018, Cilt.2, Sayı.3

İÇİNDEKİLER

Uzaktan Eğitime Devam Etme Niyetinin Anlaşılması: Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli

(Understanding Distance Education Continuance Intention: Extended Technology Acceptance Model)

Kamil Çelik, Alptekin Sökmen

ss.1-23

e-Devlet Hizmetlerinin Kurumsal Eşbiçimlilik Durumu ve Kalitesi. e-Belediye Hizmetleri Üzerine Bir Araştırma.

(Institutional Isomorphism and Service Quality of e-Government Services. An Investigation on e-Municipal Services)

Zekeriya Sönmez

ss.24-38

Sosyal Kimlik Teorisi Açısından Örgütsel Özdeşleşmenin Teorik Temelleri*

(Theoretical Foundations of Organizational Identification in Terms of Social Identity Theory)

Mert Gürlek, Muharrem Tuna

ss. 39-48

Tokat İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesi

(Investigation and Development of Gastronomy Tourism Potential of Tokat Province)

Handan Özçelik Bozkurt

ss.49-55



Uzaktan Eğitime Devam Etme Niyetinin Anlaşılması: Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli

*Understanding Distance Education Continuance Intention: Extended Technology
Acceptance Model*

Kamil ÇELİK

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü

kcelik@bartin.edu.tr

Alptekin SÖKMEN

Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü asokmen@gazi.edu.tr

Öz

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte birçok sektörde yeni uygulamalar geliştirilmiştir. Bu gelişmeler eğitim alanında uzaktan eğitim sistemi uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok araştırmacı bu alanda akademik çalışmalar yaparak, uzaktan eğitim sisteminin daha etkin ve verimli kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada ise uzaktan eğitim sistemine devam etme niyetini etkileyen faktörleri araştırmak amacıyla Ankara'da faaliyet gösteren Ahmet Yesevi Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Atılım Üniversitesi ve Gazi Üniversitesinde eğitim gören 1029 uzaktan eğitim öğrencisine anket uygulanmıştır. Önerilen modelde bilgi kalitesi, hizmet kalitesi, sistem kalitesi, algılanan fayda, bilişsel kapılım, algılanan kullanım kolaylığı, kişilerarası etki ve dış etkinin kullanıcı tatmini üzerindeki etkisi, kullanıcının tatminin de uzaktan eğitim sistemini kullanma niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Özellikle kullanıcı tatmininin uzaktan eğitimi kullanmaya devam etme niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kişilerarası etki, algılanan fayda, bilişsel kapılım, hizmet kalitesi ve sistem kalitesinin kullanıcıların tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte dış etki, algılanan kullanım kolaylığı ve bilgi kalitesinin kullanıcıların memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan Eğitim, Teknoloji Kabul Modeli, Yönetim Bilişim Sistemleri

Abstract

With the advancement in technology, new applications have been developed in many fields. In the field of education, we observe the distance education system as the new application. Many researchers have contributed to the distance education system by carrying out academic studies. In this study, a questionnaire was applied to 1029 distance education students studying at Ahmet Yesevi University, Ankara University, Atılım University and Gazi University in Ankara in order to investigate the factors affecting the intention to continue distance education system. The proposed model investigated the effect of the information quality, service quality, system quality, perceived usefulness, perceived cognitive absorption, perceived ease of use, interpersonal influence and external influence on user satisfaction, and the user satisfaction on the continuance intention to the distance education system. It has been found that user satisfaction has a significant positive effect on the continuance intention to the distance education. It has been determined that interpersonal influence, perceived usefulness, perceived cognitive absorption, service quality, and system quality have a significant and positive effect on users' satisfaction, but external influence, perceived ease of use and information quality have no significant effect on users' satisfaction.

Keywords: Distance Education, Technology Acceptance Model, Management Information Systems

1. Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler yaşamın her alanına etki etmektedir. Bu alanlardan birisi de şüphesiz eğitim alanıdır (İşman, 2011:1,15). Eğitim alanında, uzaktan eğitimin yaygınlaşmasıyla birlikte bilgiye erişimde yer, zaman, yaş gibi engeller ortadan kalkmakta ve bireyler yaşam boyu öğrenim fırsatı yakalamaktadır (Fidan, 2016).

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi bilgiye erişimi hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. Günümüzde kullanılan bilgi otobanları, uzaktan eğitimin her aşamasında kullanılan öğretme ve öğrenme tekniklerini hızlı bir şekilde değiştirmekte ve bu alanda sektörlere yeni bir çıkış açmaktadır (Thomas, Larson, Clift ve Levin, 1996). Bu sayede akademisyenler, öğretmenler, eğitim uzmanları ve öğrenciler, arzuladıkları bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte ve bilimsel araştırma yapma kabiliyetlerini ilerletebilmektedirler. Bu bağlamda ele alındığında, uzaktan eğitimin bireylere birçok fırsat sunduğu görülmektedir. Uzaktan eğitim ve öğretimle ilgilenen uzmanlar ve öğretmenler bilgi teknolojileri alanında bilinçlenmelidirler. Bilgi teknolojilerinin uzaktan eğitim alanında kullanılması öğrenme ve öğretme ortamlarının kalitesini artırmak için birçok fırsat ortaya çıkarmaktadır. Ortaya çıkan öğretme ve öğrenme ortamları ile öğrenciler zihinsel olarak gelişmekte, toplumsallaşmakta ve iletişim yapabilme kabiliyetlerini artırmaktadırlar (İşman, 2011: 210-213).

Bilişim sistemleri literatüründe, bilgi sistemleri kullanıcılarının teknoloji kabulü ve kullanıma devam etme belirleyicilerini inceleyen birçok akademik çalışma bulunmaktadır (Hsu and Chiu, 2004a; Jiang et al., 2002; Shih, 2004; Heo and Han, 2003; Venkatesh, 2000). Literatürde kullanıcı tutumları çerçevesinde ele alınan tatmin ve davranış niyeti arasındaki ve tatmin ile sistem kullanımı ilişkilerini inceleyen farklı teorik modeller bulunmaktadır. Bu teorik modeller arasında en çok kullanılanı ise “Teknoloji Kabul Modelidir (TKM) (Technology Acceptance Model-TAM)”. TKM, Davis ve arkadaşları tarafından 1989 yılında Sebepli Faaliyetler Teorisinden (SFT) türetilmiştir. TKM, teknoloji kabulünü algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının etkisine dayanarak tahmin etmektedir (Roca ve diğ., 2006).

Bilişim sistemleri literatüründe incelenen diğer bir önemli konu ise kullanıcı memnuniyetidir. Çünkü kullanıcı memnuniyeti bilişim sistemleri başarısının ve kullanımının ölçülmesinde önemli bir belirleyici olarak görülmektedir (Delone ve McLean, 1992; Bailey ve Pearson, 1983; Doll ve Torkzadeh, 1988; Ives ve diğ., 1983). Kullanıcı memnuniyetini ölçmek için geliştirilen araçlar arasında Bailey ve Pearson (1983) tarafından geliştirilen 39 maddelik bir araç, Ives ve diğ. (1983) ile Doll ve Torkzadeh (1988) tarafından geliştirilen 12 maddelik son kullanıcı memnuniyetini ölçen bir araç bulunmaktadır.

Son zamanlarda “Beklentilerin Onaylanmaması Teorisi” (BOT) bireylerin bilişim sistemlerini kullanmaya devam etmeye motive eden değişkenleri açıklamak amacıyla akademik araştırmalarda sıklıkla kullanılan yeni bir teori olarak görülmektedir (Bhattacharjee, 2001a,b; Chiu ve diğ., 2005; Khalifa ve Liu, 2002a,b; Hayashi ve diğ., 2004; Lin ve diğ., 2005; McKinney ve diğ., 2002). BOT tüketicilerin algılanan performans, algılanan onaylamama, memnuniyet ve yeniden satın alma niyeti arasındaki nedensel ilişkiyi incelemektedir (Roca ve diğ., 2006).

BOT’a göre memnuniyet yeniden satın alma üzerinde önemli bir öncüdür. TKM’ye göre ise algılanan fayda, bilişsel kapılım, algılanan kullanım kolaylığı ve kişisel norm faktörleri, kullanım niyetlerini belirlemektedir. Bu nedenle yapılan çalışma aynı modelde BOT ve TKM değişkenleri arasındaki ilişkileri inceleyerek, giderek büyüyen teknoloji kabul alan yazınına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çalışmada uzaktan eğitim öğrencilerinin uzaktan eğitim sistemini kullanmaya devam etme kararının oluşmasına katkıda bulunan faktörleri daha iyi tanımlamak için TKM ve BOT birleştirilmiş ve yeni bir model oluşturulmuştur. Algılanan performans; algılanan kalite ve algılanan fayda olarak iki boyutlu bir yapıda incelenmiştir.



Algılanan kalite ise bilgi kalitesi, hizmet kalitesi ve sistem kalitesi ile üç boyutlu olarak temsil edilmiştir. Algılanan kullanılabilirlik ise algılanan fayda, bilişsel kapılım ve algılanan kullanım kolaylığı olmak üzere üç boyutlu yapıda incelenmiştir. Ayrıca, bu değişkenlere ek olarak oluşturulan bu yeni ve daha kapsamlı modele bilişsel kapılım ve öznel norm yapıları da eklenmiştir.

Mevcut çalışmada öncelikle uzaktan eğitim ile teknoloji kabulüne değinilmiş ve bu alanda yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Son bölümde ise araştırma bulgularına yer verilerek elde edilen sonuçlar tartışılmıştır.

2. Uzaktan Eğitim

Günümüzde bilişim teknolojileri hızla gelişmektedir. Bu teknolojiler arasındaki en büyük pay şüphesiz internete aittir. İnternet kullanımının her geçen gün artması birtakım değişiklikleri ve yenilikleri beraberinde getirmektedir. Bunlardan en önemli ve kapsamlı olanlarından birisi de eğitim alanında gerçekleşmektedir. Bu yeniliklere paralel olarak bilginin paylaşılması sürecinde geleneksel eğitim şekilleri yerine web tabanlı eğitim şekillerinin de kullanılması kaçınılmazdır (İrmak, 2007). Sunulan içeriğin kalitesi, uzaktan eğitimin başarısını doğrudan etkilemektedir. Bu içerikler nitelik olarak kaliteli ve konu bakımından zengin olmasının yanında görsel olarak da tatminkâr olmalıdır. Bu bağlamda ders içeriklerinin e-sınav, e-ders şeklinde olması maliyetleri artırmakta ve uğraş gerektirmektedir. Bununla birlikte pratik içerik geliştirme teknolojilerinden-araçlarından faydalanılmasıyla bu işlemler hızlı ve pratik bir biçimde sağlanmaya başlanmıştır (Morgan ve O'reily, 1999, Çakır, Calp, Doğan, 2015).

Uzaktan eğitim alan yazınında birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlar karşılaştırıldığında birçoğunun benzerlik gösterdiği söylenebilmektedir (İrmak, 2007). Tanımlar incelendiğinde sıklıkla Mektupla Öğretim, Televizyon Üniversitesi, Açık Fakülte ve Uzaktan Öğretim gibi terimlerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Alan yazınında kavram bütünlüğünü kaybetmemek adına uzaktan eğitim tabirinin kullanılması uygun görülmüştür (İşman, 2011:19). Uzaktan eğitim, kullanıcılara sunduğu imkânlarla eğitime yeni bir açı kazandırmıştır. Bu sayede günümüzde yaygın şekilde kullanılan bir sistem halini de almıştır (Fidan, 2016).

Uzaktan eğitim, özel uygulamaların ve organizasyonların yapılmasına ek olarak, özel öğretme tekniklerine sahip, elektronik olan veya olmayan sistemlerin kullanıldığı, özel iletişim yöntemlerinden faydalanan, kendine has bir ders planı yapma tekniği olan, normal olarak öğretme işlemini değişik mekanlarda meydana getiren planlı bir öğrenmedir (İşman, 2011: 19; Moore ve Kearsley, 1996: 2).

En genel tanımıyla Uzaktan Eğitim, fiziki olarak farklı mekânlarda bulunan öğretmenin ve öğrencinin teknoloji yoluyla etkileşimde bulunduğu bir eğitim sistemi modelidir. (Yadigâr, 2010, Yalın, 2005, İşman, 2011).

3. Teknoloji Kabulü

Teknoloji, etimolojik olarak yunanca techne (hünerli, sanatla alakalı, pratik) ve logia (sistematik yaklaşım veya bilgi) kelimelerinden türetilmiştir. En genel tanımıyla ise insani hedefler için doğayı yönlendirmenin bilgisidir (Betz, 2003:4). Teknoloji daha geniş tanımıyla şöyle ifade edilmektedir: "Bilimin hizmet, üretim, ulaşım gibi alanlardaki problemlere çözüm bulması sürecine katkı sağlayan ve bilim ile uygulama arasında bağlantı vazifesi gören yöntemler, işlemler, sistemler, makineler, süreçler, kontrol ve yönetim işlemlerinin tamamıdır" (Akbiyık, 2012).

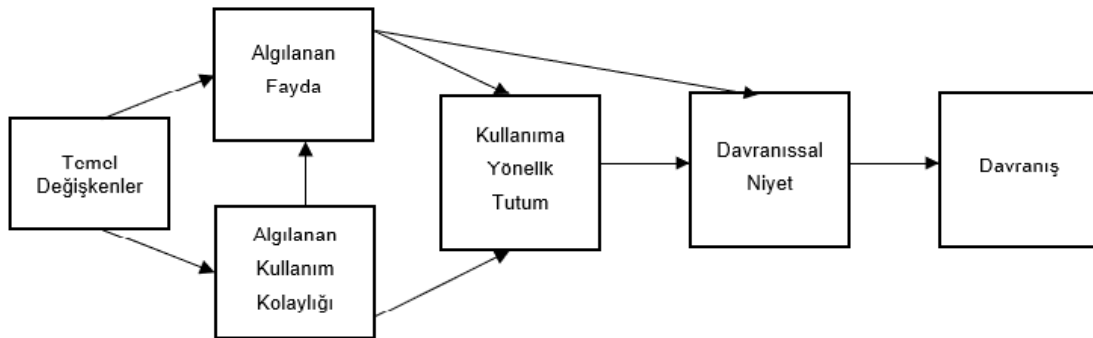
Her geçen gün yeni teknolojilerin çıkması, insanların bu teknolojiler hususunda sürekli eğitilmesini temel bir ihtiyaç haline getirmektedir. Elektronik öğrenme ortamlarına harcanan

devasa bütçeler teknoloji kabulü ve uygulaması gibi konuları giderek daha popüler ve önemli hale getirmektedir (Martinez -Torres ve diğerleri, 2006). İnsanlar genellikle kullanamadıkları veya kullanamayacaklarına inandıkları yeniliklere karşı bir tepki göstermekte ve değişime direnmektedirler (Çelik ve Bindak, 2003:29). Ortaya çıkan bu tepkinin ve direncin tahmin edilebilmesi ve açıklanabilmesi, araştırmacıların üzerinde çalıştıkları diğer önemli bir durumdur (Turan, 2011).

Teknoloji kabulü ile alakalı birçok araştırmada Teknoloji Kabul Modeli (TKM), kullanıcının kabulünü ölçmek amacıyla yaygın olarak yer almaktadır. Etkin bir teorik altyapıya sahip olan TKM, bilhassa yeni yaygınlaşan internet gibi teknolojilerin eğitim-öğretimde kullanılması, kullanıcıların bu teknolojileri kabulü ve yeterince kullanıp kullanmadıklarının belirlenmesi gibi konularda daha yoğun olarak kullanılmaktadır (Martinez -Torres ve diğerleri, 2006).

TKM bireylerin teknolojiyi kullanma niyet ve isteklerini üç temel unsura dayandırarak ölçen bir teoridir. TKM bazı kısıtlara sahip olduğu için de eleştirilmektedir. Bu nedenle araştırmacılar tarafından modele farklı unsurlar eklenerek açıklayıcı gücünün artırılması hedeflenmiştir (Legris ve diğerleri, 2003). Buna rağmen, TKM Yönetim Bilişim Sistemleri alan yazınında bireysel düzeyde teknoloji kabulünü araştıran ve yaygın olarak kullanılan davranışsal teoriler temelli bir teori olarak hala yer almaktadır. TKM bireylerin teknoloji kabulünün, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı etkilerine bağlı olarak şekillendiğini ileri sürmektedir (Turan ve Çolakoğlu, 2008). TKM'ye göre gerçekleşen bir davranış kişilerin davranışsal niyetleri belirlemekte ve bu niyetler de bireylerin tutumları tarafından şekillenmektedir (Chen, Gillenson ve Sherrell, 2002: 705). TKM, iş sektöründe teknoloji kullanımına yol açan faktörleri tanımlayan ve bilgi teknolojilerinin oluşturulmasını kolaylaştırmak için kullanılan en yaygın modeldir (Aktaş, 2007).

Şekil 1'de Teknoloji Kabul Modeli görülmektedir. Buna göre davranışsal niyet, davranışın hemen öncesinde yer almaktadır. TKM'da tutum-niyet ilişkisi, bireyin tüm şartların eşit olduğu durumlarda olumlu duygulara sahip olduğu davranışa niyet etmesi olarak ifade edilmektedir. TKM'nin asıl gayelerinden birisi de, içsel tutum, niyet ve inanç gibi değişkenlere dışsal faktörlerin etkisini incelemektir (Davis vd., 1989:988).



Şekil 1. Teknoloji Kabul Modeli (Kaynak: Davis vd., 1989:985, Turan, 2011:30)

Birçok araştırmacı, teknoloji uyarlaması konusunda araştırma yaparken TKM'den yola çıkarak modeller geliştirmiştir (Davis, 1989). Araştırmacılar TKM'nin teknoloji kullanımını başarılı bir şekilde açıkladığını düşündüğü için birçok araştırmada kullanmışlardır. Schepers ve Wetzels (2007), incelemelerinde TKM'nin doğrulandığını ifade etmişlerdir. Gerek Yapısal Eşitlik Modeli gerekse korelasyon analizleri algılanan kullanım kolaylığının ve algılanan kullanışlılığın davranış ve tutum üzerinde etkisinin olduğunu göstermiştir.



4.Literatür Taraması

Lee ve diğ., (2005) yaptıkları çalışmada TKM'yi kullanarak öğrencilerin internet tabanlı öğrenmeyi kabullerini araştırmışlardır. Sonuçlar hem algılanan faydanın hem de algılanan eğlencenin önemli ölçüde ve doğrudan kullanma niyetini etkilediğini ortaya koymuştur. Fakat şaşırtıcı bir biçimde algılanan kullanım kolaylığının öğrenci tutumu veya kullanma niyeti üzerinde önemli bir etki oluşturmadığı görülmüştür.

Farahat (2012) yaptığı çalışmada öğrencilerin çevrimiçi öğrenmeyi kabul etmedeki belirleyicilerini tespit etmeyi ve bu belirleyicilerin öğrencilerin çevrimiçi öğrenmeyi kullanma niyetlerini nasıl şekillendirebileceğini araştırmıştır. TKM'ye dayalı kavramsal bir çerçeve geliştirmiştir. Elde edilen sonuçlar, öğrencilerin kullanım kolaylığı, yararlılık, çevrimiçi öğrenmeye yönelik tutumlar ve öğrencilerin yönlendirdiği grubun sosyal etkisi hakkındaki algılarının, öğrencilerin çevrimiçi öğrenme niyetlerini belirleyen faktörler olduğunu göstermiştir.

Miss (2014) Nijerya'da bulunan Ibadan Üniversitesinde lisansüstü okul portalı kullanıcıları üzerinde yaptığı çalışmada; sistem kalitesi, bilgi kalitesi, hizmet kalitesi, teknolojik/altyapısal konuları, kullanıcının bilgisayar kullanımı öz yeterliliği gibi faktörlerinin kullanıcıların tatmini üzerindeki etkisini araştırmıştır. Sonuçlar sistem, bilgi ve hizmet kalitesinin ile altyapının kullanıcı tatmini için önemli faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşın, bilgisayar kullanımı öz yeterliliğinin anlamlı olmadığını tespit edilmiştir.

Eren ve Kaya (2017) çalışmalarında TKM'den faydalanmışlardır. Makalede uzaktan eğitim ile öğrenmenin algılanan kullanışlılık, algılanan kolaylık, tutum ve niyetler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Sonuçlar algılanan kullanışlılık ile algılanan kolaylığın, sistem kullanımı ile meydana gelen davranışsal tutum arasında anlamlı etkilerinin olduğunu göstermiştir. Fakat algılanan eğlencenin algılanan kullanışlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Akçay ve Gökçearslan (2015) yaptıkları araştırmada uzaktan eğitim öğrencilerinin grafik tasarım derslerine yönelik algılarını TKM'de bulunan teknolojinin motivasyona olan etkisi, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanışlılıktan meydana gelen üç değişkene göre araştırmışlardır. Bulgular öğrencilerin grafik tasarım derslerinde Adobe Connect platformunun kullanılması yönünde olumlu bir algıya sahip olduklarını göstermiştir. Adobe Connect platformunun öğrencilerin motivasyonlarını pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Bunlara ek olarak öğrencilerin bu platformu kolay kullanılabilir ve faydalı buldukları da tespit edilmiştir.

Ramayah, Ahmad ve Lo (2010) yaptıkları çalışmada Malezya'da e-öğrenme sistemine devam etme niyeti üzerinde kalite faktörlerinin rolünü araştırmışlardır. Araştırma sonuçları bilgi kalitesi, hizmet kalitesi ve sistem kalitesinin kullanıma devam etme niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bulgulara göre bu üç faktör devam etme niyetinin toplam varyansının % 59,1'ni açıklamaktadır. Sonuçlar tatmin üzerinde en yüksek etkinin sırasıyla servis, bilgi ve sistem kalitesine ait olduğunu göstermiştir.

Al-Gahtani (2016) yaptığı çalışmada TKM 3'ü kullanarak öğrencilerin e-öğrenmeyi kullanma niyetini etkileyen faktörleri belirlemek için elde ettiği verileri yapısal eşitlik modeli yardımıyla analiz etmiştir. Sonuçlar e-öğrenme teknolojisinin kabulünü öngören (teşvik edici / engelleyici) faktörleri göstermiştir. Ayrıca TKM 3'ün Arap kültüründe anlamlı olduğunu ifade etmiştir. Çıkan sonuçlar yönetim müdahaleleri ve daha iyi organizasyonel e-öğrenme yönetimi ile daha fazla kabul ve etkin kullanımın elde edilebileceğini göstermiştir.

Akbıyık ve Coşkun (2012) yaptıkları çalışmada uzaktan eğitimin kabulünde sosyal yazılımlar ile ilgili enstrümanların az olması sebebiyle yerleşik kuram yaklaşımını benimsemişlerdir.

Çalışmada uzaktan eğitim öğrencilerine eğitsel sosyal yazılım kullanımı ile alakalı iki adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise uzaktan eğitimi kullanan öğrencilerin eğitsel sosyal yazılımları kullanma niyetlerini ortaya koymak adına endişeleri ve beklentileri günümüzde kullanılan teknoloji kabul modelleri ile ilişkilendirilerek karma bir model önermişlerdir.

Akbıyık ve Coşkun (2013) yaptıkları çalışmada, 2012 yılında yaptıkları “Uzaktan Eğitim Ortamlarında Sosyal Yazılım Kullanımının Kabulünü Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma” konulu araştırmalarında önerdikleri modele yapısal eşitlik modellemesi tekniği kullanarak, modelin yapısal geçerliliğini test etmişlerdir. Yapısal eşitlik modellemesi testleri sonucunda önerilen modelin niyetin % 48’ini açıkladığını görmüşlerdir. Bu durum sosyal yazılımlar hakkındaki beklentilerin (teknoloji katkısı ve etkileşim) ve endişelerin (yoğun teknoloji, algılanan öğretmen ve öğrenci bariyeri) algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda vasıtasıyla uzaktan eğitimi kullanan öğrencilerin kullanma niyetleri üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Selim (2003) yaptığı çalışmada TKM ile web tabanlı öğrenmeyi araştırmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli ile ders web sitesi kabul modelini ileri sürerek üniversite öğrencilerinin algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve niyet arasındaki ilişkilerini test etmiştir. Modelin toplanan verilerle uyum gösterdiğini ve algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının bir ders web sitesinin etkin ve verimli bir öğrenme teknolojisi olarak kabul edilip kullanılmasının iyi bir belirleyicisi olduğunu belirtmiştir. Ders web sitesi kabul modeli tarafından değerlendirilen yapılar arasındaki nedensel ilişkiler iyi desteklenmiş ve ders web sitesinin kabulü ve kullanımının toplam varyansın % 83’ünü oluşturduğunu ifade etmiştir.

Bolat ve diğ. (2017) yaptıkları çalışmada TKM’yi kullanarak uzaktan eğitim öğrencilerinin mobil ortamda öğretimsel etkinliklere katılmalarına yönelik tutumlarını araştırmışlardır. Bu nedenle tarama yöntemiyle öğrencilerin kabul düzeyleri, bu düzeylerin demografik değişkenler ve mobil deneyimlerle ilişkisini incelemişlerdir. Sonuçlar uzaktan eğitim öğrencilerinin mobil internet kabul ve kullanım düzeylerinin olumlu olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak çalışma sonuçlarında kısa süreli mobil deneyime sahip öğrenciler ile hiç mobil deneyime sahip olmayan öğrenciler arasında farklılık olduğu ifade edilmiştir.

Roca, Chiu ve Martinez, (2006) e-öğrenme kullanımına devam etme niyetini Beklentinin Onaylanmaması Teorisini temel alarak Genişletilmiş Kabul Modeli ve Bilgi Sistemleri Başarı Modelini birleştirdiği bir model ile incelemiştir. Önerilen modelde algılanan performans bileşeni algılanan kalite ve algılanan kullanılabilirlik bileşenlerine ayrılarak incelenmiştir. Bunun sonucunda kullanıcının devam etme niyetinin, kullanıcı tatmini ile ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kullanıcı tatmininin ise algılanan kullanılabilirlik, bilgi kalitesi, onaylama, sistem kalitesi, hizmet kalitesi, algılanan kullanım kolaylığı ve bilişsel kapılım ile ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Uzun ve diğ. (2013) tarafından yapılan çalışmada uzaktan eğitim öğrencilerinin derslerde kullanılan öğrenme platformuna yönelik algıları incelenmiştir. Araştırmada TKM’nin genişletilmiş bir versiyonu kullanılmıştır. Bu model öğrenme ortamına yönelik algılanan motivasyon, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda olmak üzere üç faktörden meydana gelmiştir. Sonuçlar TKM’nin her bir faktöründe öğrencilerin ortalama avantajlar sağladığı algısına sahip olduklarını göstermiştir. Bunun nedeninin öğrencilerin düşük e-öğrenme tecrübeleri ve bilgisayar becerileri olduğu ifade edilmiştir.

Lin (2007) yaptığı çalışmada çevrimiçi öğrenme sisteminin başarısını etkileyen faktörleri belirlemek için DeLone ve McLean’in (1992) güncellenen bilgi sistemleri modelini kullanmıştır. Elde ettiği sonuçlar çevrimiçi öğrenme sisteminin başarısını etkileyen faktörlerin anlaşılmasını



sağlamıştır. Ayrıca sonuçlar hizmet kalitesi, sistem kalitesi ve bilgi kalitesinin çevrimiçi öğrenme sisteminin kullanıcılarının tatmini ve niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermiştir.

Sun ve diğ. (2008) yaptıkları çalışmada öğrencilerden, öğretmenlerden, derslerden, teknolojiden, tasarımdan ve çevreden meydana gelen altı boyutlu entegre bir model geliştirmişlerdir. Elde edilen sonuçlar öğrencinin bilgisayar kaygısının, öğretmenin uzaktan eğitime karşı tutumunun, dersin esnekliğinin, kalitesinin, algılanan kullanım kolaylığının ve algılanan kullanışlılığın öğrencilerin tatmin algılarını etkileyen önemli faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma, kurumlara öğrencilerinin memnuniyetlerini nasıl artırabilecekleri ve e-öğrenme uygulamalarını nasıl daha güçlü bir hale getirebilecekleri konularında önerilerde bulunmuştur.

Park (2009) yaptığı çalışmada Teknoloji Kabul Modelini temel alarak e-öğrenme öz yeterliliği, sistem erişilebilirliği, sübjektif norm, algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, tutum ve e-öğrenmeyi kullanma niyeti faktörlerinden meydana gelen bir model geliştirmiştir. Sonuç, TKM'nin kullanıcıların e-öğrenmeyi kabul ettiklerini anlamak için iyi bir teorik araç olduğunu kanıtlamıştır. Çalışmada e-öğrenme öz yeterliliğinin e-öğrenme kabulünü etkileyen en önemli yapı olduğu ve bunu sübjektif normun izlediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Freeze ve diğ., (2010) yaptıkları çalışma ile sistem kalitesinin ve bilgi kalitesinin kullanıcıların tatmini ve sistem kullanımı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca sistem başarısı üzerinde kullanıcı tatmininin sistem kullanımına nispeten daha güçlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

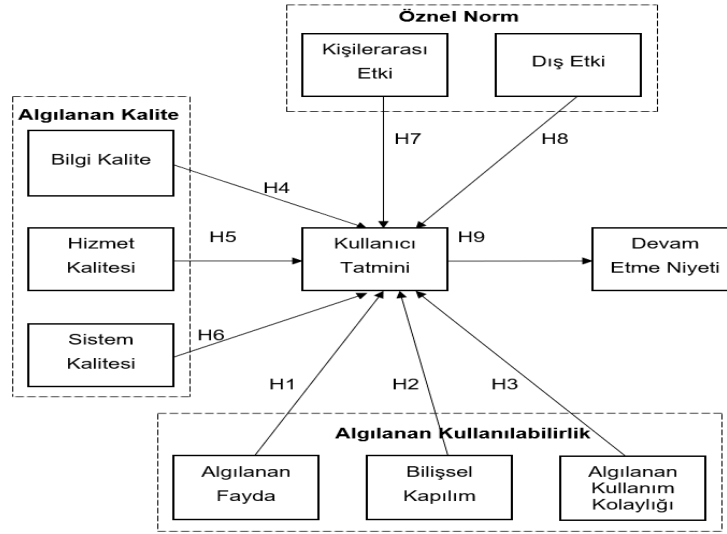
Bhuasiri ve diğ., (2012) yaptıkları çalışmada gelişmekte olan ülkelerdeki e-öğrenme sistemlerinin kabulünü etkileyen kritik başarı faktörlerini Bilgi Sistemleri Başarı Modeli, Sosyal Bilişsel Teori ve Motivasyon Teorisi gibi değişik model ve teorileri birleştirerek tanımlamaktadırlar. Çalışmada e-öğrenme sistemlerinin başarısını etkileyen çok sayıda faktör literatürden faydalanılarak tanımlanmıştır ve gelişmekte olan ülkelerdeki bilgi ve iletişim uzmanları ile öğretim üyelerinden meydana gelen iki paydaş grubun görece önemi karşılaştırılmıştır. Delphi metodu ve Analitik Hiyerarşi süreci kullanılarak yanıtlar elde edilmiştir. Sonuçta gelişmekte olan ülkelerde e-öğrenme için 6 boyutta 20 kritik başarı faktörü elde edilmiştir. Bulgular, öğrenme performansı için müfredat tasarımının önemini göstermektedir. Başarılı e-öğrenme uygulamaları için teknoloji farkındalığı, motivasyon ve öğrencilerin değişen davranışlarının ön koşul olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca bilgi ve iletişim uzmanları öğrencinin özelliklerinin en önemli boyut olduğunu söylerken, fakültelerin sistem ve altyapı kalitelerinin en önemli faktörler olduğu da tespit edilmiştir.

5. Araştırma

5.1. Önerilen Model ve Araştırma Hipotezleri

Bu çalışmada uzaktan eğitim öğrencilerinin, uzaktan eğitim sistemini kullanmaya devam etme niyetlerini ortaya koymak amacıyla, devam etme niyetinin olası belirleyicileri ve özellikleri ele alınarak bir araştırma modeli önerilmektedir. Beklentilerin Onaylanmaması Teorisinde (BOT) yer alan algılanan performans yapısı; algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kalite olarak ele alınmaktadır. TKM'de yer alan algılanan kullanılabilirlik yapısı algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı değişkenlerinden meydana gelmektedir. Mevcut çalışmada ise model geliştirilerek bu değişkenlere bilişsel kapılma boyutu da eklenmiş, TKM daha da kapsamlı hale getirilmiştir. Bu yapıya ek olarak öznel norm yapısı da modele dahil edilmiş, TKM daha da genişletilmiş ve çok daha yeni ve kapsamlı bir model önerilmiştir. Modelin temel varsayımı, devam etme niyetinin; algılanan kalite, algılanan kullanılabilirlik ve öznel normun bir

fonksiyonu olan kullanıcı tatmini tarafından belirlendiğidir. Şekil 2’de önerilen araştırma modeli görülmektedir.



Şekil 2. Önerilen araştırma modeli

5.1.1. Algılanan Kullanılabilirlik ve Tatmin

Bu çalışmada algılanan kullanılabilirlik bileşenleri; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve bilişsel kapılım boyutlarından meydana gelmektedir. Algılanan fayda, bireyin belirli bir sistemi kullanması durumunda iş performansının artacağına inanma derecesidir. Algılanan kullanım kolaylığı ise, bireyin belirli bir sistemi kolaylıkla kullanabilme derecesi olarak tanımlanmaktadır (Davis, 1989:320). Bilişsel kapılım teknoloji ile ilgili deneyimlerde yaşanan derin bağlılık durumu olarak ifade edilmektedir (Roca ve diğ., 2006).

Bhattacharjee (2001a,b) tarafından yapılan iki çalışmada algılanan faydanın kullanıcı tatminin önemli bir belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir. Hayashi ve diğ. (2004) tarafından yapılan araştırmada algılanan faydanın memnuniyetle farklı sosyal ortamlarda ve farklı eğitim düzeylerinde (düşük, orta, yüksek) pozitif korelasyon sağladığı görülmüştür. Rai ve diğ. (2002) Seddon'un (Seddon, 1997) bilişim sistemleri başarı modelini ampirik olarak değerlendirerek algılanan faydanın ve algılanan kullanım kolaylığının kullanıcı tatminini etkilediğini gözlemlemişlerdir. Devaraj ve diğ. (2002) tarafından e-ticaret alanında yapılan çalışmada algılanan fayda ve algılanan kullanılabilirliğin müşteri tatmininin önemli öncülleri olduğu görülmüştür. Bunlara ek olarak önerilen modelde bilişsel kapılımın yer almasının, uzaktan eğitimi kullanmaya devam etme niyetinin anlaşılmasına katkı sağlayacağı da düşünülmüştür. Bu paralelde önerilen hipotezler aşağıdadır:

H1: Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasında algılanan faydanın, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H2: Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasında bilişsel kapılımın, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H3: Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasında algılanan kullanım kolaylığının, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.



5.1.2. Algılanan Kalite ve Tatmin

Bilişim Sistemleri literatüründe, sistemin nitelikleri ve sonuçları genellikle bilgi kalitesi, hizmet kalitesi ve sistem kalitesi faktörleriyle araştırılmaktadır. Bilgi kalitesi, bir bilgi sistemi tarafından üretilen bilgilerin güncelliği, kapsamı, ilişki düzeyi ve doğruluğu gibi çıktıların kalitesini ifade etmektedir (Bailey ve Pearson, 1983; DeLone ve McLean, 1992; McKinney ve diğ., 2002). Sistem kalitesi; sistem hataları (sistem güvenilirliği), kullanıcı ara yüzü tutarlılığı, kullanım kolaylığı, belge kalitesi, program kodunun kalitesi ve sürekliliği ile ilgili konuları ele almaktadır (Seddon, 1997). Hizmet kalitesi ise bir hizmetin üstünlüğüne ilişkin küresel bir karar veya tutum olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman ve diğ., 1988). Bu yapılar pazarlama literatüründeki algılanan kalite ile benzer yapıdadır (Roca ve diğ., 2006).

DeLone and McLean (1992), yaptığı çalışmada, sistem kalitesinin ve bilgi kalitesinin kullanıcı tatmini ve bilgi teknolojileri kullanımı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu bulmuştur. McGill ve diğ. (2003), kullanıcı tarafından geliştirilen uygulamalar üzerinde yaptıkları çalışmada, bilgi kalitesi-tatmin ve sistem kalitesi-tatmin arasında güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bharatia ve Chaudhury (2004) web tabanlı karar destek sistemleri üzerine ampirik bir çalışma yürütmüştür. Sonuçlar bilgi kalitesinin ve sistem kalitesinin karar verme memnuniyetinin güçlü öncülleri olduğunu göstermiştir. Negash ve ark. (2003) web tabanlı müşteri destek sistemleri ile ilgili yaptıkları çalışmada bilgi ve sistem kalitesinin tatminin belirleyicileri olmalarına rağmen, hizmet kalitesinin anlamlı bir etkisinin olmadığını belirlemişlerdir. Öte yandan Lai (2004), hizmet kalitesinin kısa mesaj servisi tatminini üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Seddon ve Kiew (1994), bilgi kalitesi ve sistem kalitesinin kullanıcı memnuniyetini olumlu etkilediğini ifade etmiştir. Rai ve ark. (2002) ise Seddon'un Bilgi Sistemleri Başarı Modelini (Seddon, 1997) ampirik olarak değerlendirmiş ve kullanıcı tatmininin bilgi kalitesinden etkilendiğini tespit etmişlerdir. Bundan hareket edilerek oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H₄: Bilgi Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

H₅: Hizmet Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

H₆: Sistem Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

5.1.3. Öznel Norm ve Tatmin

Bilişim sistemleri teknoloji kabulü literatüründe öznel norm ve tatmin arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıda çalışma bulunmaktadır. Pazarlama literatüründe satın alma sonrası iletişimin tatmini etkilediği gözlemlenmiştir (Swan ve Oliver, 1989). Bu nedenle mevcut çalışmada satın alma sonrası iletişim öznel norm ile temsil edilmiştir. Swan ve Oliver (1989), müşteriler arasında satın alma sonrası iletişimi üç tür olarak tanımlamışlardır. Bunlar olumlu/olumsuz ağızdan ağıza söylentiler, diğer insanlara tavsiyeler/uyarılar ve şikâyet/önerilerdir. Çalışma sonucunda satın alma sonrası iletişimin memnuniyeti artırdığı gözlemlenmiştir. Hsu ve Chiu (2004b), elektronik hizmetin sürekliliğini tahmin etmek için satın alma sonrası iletişimi kişilerarası etki ve dış etki olarak modellemiştir. Sonuçlar tatmin üzerinde kişilerarası etkinin, dış etkiden daha güçlü bir yapı oluşturduğunu göstermiştir. Bhattacharjee (2000) kişilerarası etkiyi bireyin arkadaşlarının, aile fertlerinin, iş arkadaşlarının ve tecrübeli kişilerin bilgileri olarak, dış etkiyi ise kitle iletişim araçlarının ve uzman görüşlerinin düşünceleri olarak tanımlamıştır. Bu çalışmada uzaktan eğitime devam etme niyetini

anlaşılmasının güçlenmesi için, bu yapıların kullanıcı tatmini üzerindeki etkileri araştırılmış ve hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

H₇: Kişilerarası etkinin uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.

H₈: Dış etkinin uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.

5.1.4. Tatmin ve Devam Etme Niyeti

Geçmiş çalışmalar tatminin gelecekte satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Oliver, 1981; Bitner, 1990; LaBarbara ve Mazursky, 1983). Bilişim sistemlerinin tatmini üzerine yapılan önceki çalışmalar ise, bu yapılar arasında nedensel bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır (Bhattacharjee, 2001a,b; Hayashi ve ark., 2004; Chiu ve ark., 2005; Lin ve ark., 2005). Bu bağlamda çalışmada yer alan son hipotez ise şu şekilde belirlenmiştir:

H₉: Kullanıcı tatmininin uzaktan eğitime devam etme niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.

5.2. Ampirik Metodoloji

Bu çalışmada önceki bölümde ele alınan hipotezleri test etmek amacıyla literatür ve özgün araştırmalar çerçevesinde oluşturulan anket uygulanmış, kullanılan veri toplama yöntemi ve her bir yapı için seçilen ölçekler aşağıda sunulmuştur.

5.2.1. Veri toplama

Araştırma modelini test etmek için kullanılan veriler Ankara'da faaliyet gösteren ve uzaktan eğitim sistemine sahip olan Ahmet Yesevi Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Atılım Üniversitesi ve Gazi Üniversitesinden elde edilmiştir. Araştırma için çalışmanın amacı ve kimler tarafından yapıldığını belirten ve içinde demografik bilgiler, algılanan kullanılabilirlik, algılanan kalite, öznel norm, tatmin ve devam etme niyeti ölçeklerinden meydana gelen kapsamlı bir anket oluşturulmuştur. Daha sonra Gazi Üniversitesi Etik Komisyonuna anket uygulaması için gerekli evraklar teslim edilerek başvuru yapılmıştır. Çalışmanın etik kurallar dahilinde yapıldığını gösterir belgenin elde edilmesiyle anketler uygulanmaya başlanmıştır. Google Forms üzerinde anket oluşturulmuş ve bir anket linki elde edilmiştir. Bu anket linki Ahmet Yesevi Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi uzaktan eğitim öğrencilerine elektronik posta yoluyla gönderilmiştir. Gazi Üniversitesinden gelen cevaplar yeterli görülmediği için Gazi Üniversitesi öğrencilerine final sınavında anket uygulaması yapılmış ve veri sayısı artırılmıştır. Atılım Üniversitesi verileri ise final sınavında öğrencilere anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir. Anket uygulaması 2016 yılının Mart- Ağustos ayları arasında yapılmıştır. Bunun neticesinde 1029 anket verisi toplanmıştır (N=1029).



Tablo 1. Katılımcıların Demografik Dağılımları

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	323	31,4
	Erkek	706	68,6
Yaş	18-30	604	58,7
	31-38	302	29,3
	39 ve üzeri	123	12
Üniversite	Ahmet Yesevi Üniversitesi	430	41,8
	Ankara Üniversitesi	223	21,7
	Atılım Üniversitesi	68	6,6
	Gazi Üniversitesi	308	29,9
Eğitim Düzeyi	Önlisans	214	20,8
	Lisans	254	24,7
	Lisansüstü	561	54,5
Eğitim Alma Süresi	0-1 yıl	519	50,6
	1-2 yıl	268	26
	2-3 yıl	92	8,9
	3 yıl ve üzeri	150	14,5
Toplam		1029	100

Tablo 1’de araştırmaya katılan bireylerin kişisel bilgilerine ilişkin frekans-yüzde dağılımları yer almaktadır. Cinsiyet durumuna göre katılımcıların % 31,4’ü kadın (n=323), %68,6’sının ise erkeklerden (n=706) oluştuğu tespit edilmiştir. Yaş durumuna göre incelendiğinde ise katılımcıların % 58,7’si (n=604) 18-30 yaş aralığında, % 29,3’ü (n=302) 31-38 yaş aralığında, % 12’si (n=123) ise 39 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların % 41,8’i (n=430) Ahmet Yesevi Üniversitesi öğrencisi, % 21,7’si (n=223) Ankara Üniversitesi öğrencisi, % 6,6’sı (n=68) Atılım Üniversitesi öğrencisi, % 29,9’u (n=308) ise Gazi Üniversitesi öğrencisidir. Katılımcıların %20,8’i (n=214) ön lisans öğrencisi, % 24,7 (n=254) lisans öğrencisi, % 54,5’i (n=561) ise lisansüstü öğrencisidir. Katılımcıların % 50,6’sı (n=519) 0-1 yıldır, % 26’sı (n=268) 1-2 yıldır, % 8,9’u (n=92) 2-3 yıldır, % 14,5’i ise (n=150) 3 yıl ve üzeri süredir uzaktan eğitim sistemini kullandıkları belirlenmiştir.

5.2.2. Kullanılan ölçekler

Bu çalışmada kullanılan ölçekler, konu ile ilgili önceki çalışmalardan uyarlanarak elde edilmiştir. Cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde). Algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı ölçeleri Davis (1989)’dan uyarlanmıştır. Bilişsel kapılım, Agarwal ve Karahanna (2000)’den uyarlanmıştır. Bilgi kalitesi ve sistem kalitesi ölçekleri Bailey ve Pearson (1983), Delone ve McLean (1992) ve Baroudi ve Orlikowski (1988)’den elde edilmiştir. Servis kalitesi ölçeği Kettinger ve Lee (1994, 1997), Parasuraman ve ark. (1985, 1988) ve Pitt ve ark. (1995)’den uyarlanmıştır. Kişilerarası etki ve dış etki Bhattacharjee (2000)’den uyarlanmıştır. Tatmin ile ilgili ölçeler Oliver (1980) ve Spreng ve ark. (1996)’dan uyarlanmıştır. Devam niyetini ölçen ölçeler Mathieson (1991) ve Bhattacharjee (2001b)’den uyarlanmıştır.

Ölçeklerin orijinal formları iki aşamada İngilizceden Türkçe’ye tercüme edilmiştir. İlk olarak iki çeviri uzmanı ve İngilizceye kendi alanında hâkim iki akademisyen birbirleriyle bağımsız olarak bütün ölçekleri Türkçe ’ye çevirmiştir. İkinci aşamada ise elde edilen çeviriler bir çeviri uzmanı ve araştırmacı tarafından karşılaştırılmış ve en iyi ifade ettiği düşünülen çeviriler kabul edilmiştir. Bu haliyle alanında uzman iki akademisyen tarafından tekrar kontrol edildikten sonra ölçek ifadelerine son hali verilmiştir.

5.3. Veri Analizi ve Araştırmanın Bulguları

Mevcut çalışmada doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli analizi için R programı, demografik bilgilerin oluşturulması, çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri ve korelasyon matrisinin oluşturulması için ise SPSS 18 programı kullanılmıştır.

İlk aşamada R programı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Buna göre; algılanan bilişsel kapılım ölçeğinin ikinci ifadesi, bilgi kalitesi ölçeğinin ikinci, üçüncü ve yedinci ifadeleri, hizmet kalitesi ölçeğinin beşinci ve yedinci ifadeleri ve sistem kalitesi ölçeğinin birinci ifadesinin faktör yükünün 0,5'in altında olduğu görülerek modelden çıkarılmıştır (Bagozzi ve Yi,1988:82). Oluşan yeni modelle tekrar doğrulayıcı faktör analizi yapılarak uyum iyiliği değerleri elde edilmiştir.

Çalışmada incelen uyum iyiliği indisleri şunlardır: Ki kare uyum testi / Serbestlik derecesi (X^2/sd), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI-Comperative Fit Index), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA-Root Mean Square Error of Approximation),Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (TLI/NNFI-Tucker-Lewis İndeksi/Non-Formed Fit Index), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (Normed Fit Index, NFI), Göreli Uyum İndeksi (Relative Fit Index, RFI), Göreli Merkezi Olmayan İndeks (Relative Noncentrality Index ; RNI), Fazlalık Uyum indeksi (Incremental Fit Index, IFI).

Tablo 2. Uyum iyiliği değerleri (Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)

Uyum indeksleri	Değer	İyi uyum değerleri	Kabul edilebilir uyum değerleri	Sonuç
X^2/sd	3,94	<2	<4	Kabul edilebilir uyum
CFI	0,941	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
RMSEA	0,053	<0,05	<0,08	Kabul edilebilir uyum
TLI	0,934	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
NNFI	0,934	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
NFI	0,923	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
RFI	0,914	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
RNI	0,941	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum
IFI	0,941	>0,95	>0,90	Kabul edilebilir uyum

Tablo 2'de çalışmaya ait uyum iyiliği değerleri görülmektedir. Bulgular incelendiğinde tüm uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir olduğu görülmektedir. Bu durum önerilen model ile toplanan verinin uyumlu olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Cronbach Alpha, AVE, CR değerleri ve korelasyon matrisi

	α	AVE	CR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1-AF	0,83	0,70	0,87	1									
2-BİK	0,84	0,51	0,83	,69**	1								
3-AKK	0,89	0,65	0,84	,53**	,54**	1							
4-KAE	0,90	0,77	0,90	,44**	,52**	,39**	1						
5-DE	0,81	0,73	0,89	,53**	,58**	,41**	,56**	1					
6-BK	0,90	0,62	0,90	,64**	,67**	,54**	,52	,64**	1				
7-HK	0,91	0,65	0,90	,56**	,62**	,54**	,49**	,59**	,76**	1			
8-SK	0,86	0,57	0,87	,49**	,55**	,52**	,44**	,51**	,68**	,76**	1		
9-TAT	0,87	0,70	0,87	,62**	,62**	,57**	,48**	,52**	,68**	,73**	,71**	1	
10-DEN	0,92	0,72	0,88	,63**	,64**	,46**	,55**	,60**	,66**	,64**	,58**	,75**	1

α : Cronbach Alpha Katsayısı; AF: Algılanan Fayda; BİK: Bilişsel Kapılım; AKK: Algılanan Kullanım Kolaylığı; KAE: Kişiler Arası Etki; DE: Dış Etki; BK: Bilgi Kalitesi; HK: Hizmet Kalitesi; SK: Sistem Kalitesi; TAT: Tatmin; DEN: Devam Etme Niyeti; **p<0,05



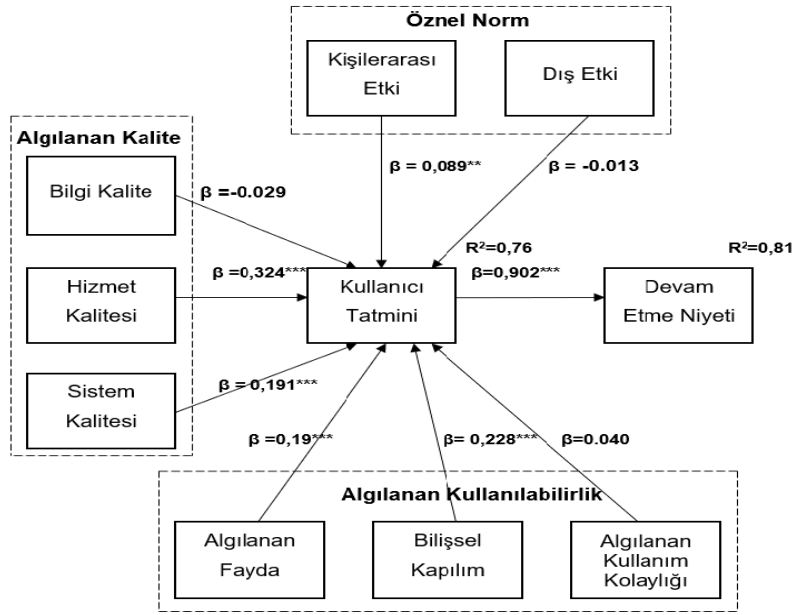
Tablo 3’de tüm ölçeklerin Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayısı, ortalama varyans değerleri (AVE), bileşik güvenilirlik değerleri (CR) ve korelasyon matrisi görülmektedir. Buna göre tüm ölçeklerin Cronbach Alpha katsayısının 0,81 ile 0,92 arasında değerler aldığı görülmektedir. Yapılan incelemeler neticesinde Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının 0,7’den yüksek olması gerektiği tespit edilmiştir (Nunally, 1978; Iacobucci ve Duhackek, 2003). Böylece ölçeklerin güvenilirliklerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Yakınsama geçerliliği (convergent validity) için ortalama varyans değerinin (AVE) 0,5’ten büyük olması ve CR’nin AVE’den büyük olması gerekmektedir (Hair ve diğ., 2010; Fornell ve Larcker, 1981). Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen verilere dayanarak bileşik güvenilirlik (CR), ortalama varyans değeri (AVE) hesaplanmış ve korelasyon matrisi oluşturulmuştur. Tablo 3’de görüldüğü gibi AVE değerleri 0,51-0,77 arasında yer almaktadır ve tüm değerler 0,50’den yüksektir. Buna ek olarak tüm yapıların CR değerleri AVE’den büyüktür. Böylece modelin geçerli olduğu görülmektedir. Ayrıca tüm gizil değişkenler arasında anlamlı ($p < 0,01$) ve pozitif bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Hipotezlerin kabul/red durumu

Hipotez	Standardize β	p	Kabul/Red
H ₁ : Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasından algılanan faydanın, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	0.190	0.000	Kabul edildi
H ₂ : Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasında bilişsel kapılımin, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	0.228	0.000	Kabul edildi
H ₃ : Uzaktan eğitim sisteminin kullanılmasında algılanan kullanım kolaylığının, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	0.040	0.207	Reddedildi
H ₄ : Bilgi Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.	-0.029	0.638	Reddedildi
H ₅ : Hizmet Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir	0.324	0.000	Kabul edildi
H ₆ : Sistem Kalitesi, uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.	0.191	0.000	Kabul edildi
H ₇ : Kişilerarası etkinin uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.	0.089	0.001	Kabul edildi
H ₈ : Dış etkinin uzaktan eğitim sisteminin tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.	-0.013	0.743	Reddedildi
H ₉ : Kullanıcının tatminin uzaktan eğitime devam etme niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.	0.902	0.000	Kabul edildi

Tablo 4’de desteklenen ve reddedilen hipotezler görülmektedir. Buna göre H₁, H₂, H₅, H₆, H₇ ve H₉ desteklenmiş, H₃, H₄ ve H₈ ise reddedilmiştir.



Şekil 3. Yapılar arasındaki standardize β katsayıları (** $p < 0,001$; * $p < 0,05$)

Şekil 3’de değişkenler arasındaki β katsayıları ve R^2 değerleri görülmektedir. Buna göre algılanan kalite, algılanan kullanılabilirlik ve özel norm bileşenlerinin kullanıcı tatminini %76 oranında açıkladığı ($R^2=0,76$), kullanıcı tatmininin ise uzaktan eğitime devam etme niyetini %81 oranında ($R^2=0,81$) açıkladığı tespit edilmiştir.

5.4. Tartışma ve Sonuçlar

Uzaktan eğitim tüm dünyada her geçen gün hızla yaygınlaşmaktadır. Yaygınlaşan bu yeni eğitim sisteminin kullanıcı memnuniyeti ve devam etme niyeti üzerinde etkili olan faktörlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Eğer bu sisteme verilen tepkiler doğru anlaşılırsa bu alanda çalışan yöneticiler bu tepkilere yönelik sistemi tamamlayıcı ve iyileştirici çalışmalar yapabileceklerdir. Bu nedenle bu çalışmada TKM ampirik olarak genişletilerek, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, bilişsel kapılım, bilgi kalitesi, hizmet kalitesi, sistem kalitesi, kişilerarası etki ve dış etkinin tatmin üzerindeki etkisi, tatminin de devam etme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Çalışmada kullanıcı tatmininin % 76 oranında ($R^2=0,76$) algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, bilişsel kapılım, bilgi kalitesi, hizmet kalitesi, sistem kalitesi, iç etki ve dış etki değişkenleriyle açıklandığı, % 24 oranında ise diğer değişkenlerle açıklandığı görülmektedir. Ayrıca kullanıma devam etme niyetinin de % 81 oranında ($R^2=0,81$) kullanıcı tatminiyle açıklandığı %19 oranında ise diğer değişkenlerle açıklandığı tespit edilmiştir.

Ampirik analizin sonuçlarına göre algılanan kalite yapısı değişkenlerinden hizmet kalitesi ve sistem kalitesi değişkenlerinin, kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu, fakat bilgi kalitesi değişkeninin anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Hizmet kalitesinin tatmin üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olması literatür tarafından da desteklenmektedir (Miss, 2014; Ramayah, Ahmad ve Lo, 2010). Mevcut çalışmada hizmet kalitesi kullanıcı tatminini etkileyen en önemli faktör olarak bulunmuştur. Bu durum uzaktan eğitim sistemi yöneticilerinin hizmet kalitesine ağırlık vermeleri gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda yetkili olan kişilerin uzaktan eğitim sistemlerinin modern görünümlü ve kullanışlı iyi bir arayüzü olması, görsel olarak çekici araçlara sahip olması,



kullanıcılara doğru çözümler sağlaması, hızlı olması ve uygun saatlerde hizmet vermesi için çaba sarf etmeleri gerektiğini göstermektedir.

Sistem kalitesinin kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olması, literatürdeki diğer çalışmalarla paralellik göstermektedir (Gürkut ve Nat, 2017; Miss, 2014; Ramayah, Ahmad ve Lo, 2010; Tian and Xu, 2017). Uzaktan eğitim sistemi yöneticilerinin sistem kalitesini artırıcı önlemler alması gerekmektedir. Bu bağlamda uzaktan eğitim sistemlerinin görev başına düşen adım sayısı az olmalıdır ve kullanıcılar ulaşmak istedikleri hedeflere birkaç adımda ulaşmalıdır. Bir görevi tamamlamak için gerekli adımların mantıksal bir sıra takip etmesi gerekmektedir. Bir işlem gerçekleştirilirken tahmin edilen sonuçlara ulaşılmalıdır. Sistem ekranının bilgi düzenlemesinin açık olması gerekmektedir. Elde edilen sonuçlar doğal ve tahmin edilebilir ekran değişikliklerine sahip olmalıdır. Kullanıcılar sistemi kullanırken şaşırtıcı veya anlamsız bir ekran görüntüsü ile karşılaşmamalıdır. Günün en yoğun saatlerinde dahi sistemin hızlı tepki vermesi gerekmektedir. Bunlar sağlandığında sistem kalitesi ve kullanıcı tatmini artacaktır.

Mevcut çalışmada bilgi kalitesinin tatmin üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum literatürdeki çoğu çalışmayla çelişmektedir. Literatürdeki çoğu çalışma bilgi kalitesinin, kullanıcıların tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Miss, 2014). Örneğin Roca ve diğ., (2006) yaptığı çalışmada tatmin üzerinde en güçlü etkinin bilgi kalitesine ait olduğunu daha sonra hizmet kalitesi ve sistem kalitesine ait olduğunu bulmuştur. Mevcut çalışmada bu hipotezin reddedilmiş olması şaşırtıcı ve literatüre yenilik katan bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bilgi kalitesi kapsamında kullanıcı, kendisi için gerekli olan bilgiyi, zengin bir içerikle, amaçları için güncel olarak, anlaşılabilirliği yüksek, çıktı bilgileri açık ve yüksek güvenilirlikli bir biçimde uzaktan eğitim sisteminden zamanında elde ettiğini düşünmektedir. Bilgi kalitesinin kullanıcıların tatmini üzerinde anlamlı olduğu çalışmalar incelendiğinde, pazarlama alanında birçok çalışma olduğu görülmektedir. Bunun nedeni bireylerin alışveriş yaparken bilgi kalitesinin kendileri için önemli olduğunu düşünmeleridir. Mevcut çalışmada bilgi kalitesinin kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin olmamasının nedeninin uzaktan eğitim sistemini kullanarak Türkiye'nin en prestijli üniversitelerinde eğitim alan öğrencilerin bilgi kalitesini çok sorgulamadıklarından kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Çünkü uzaktan eğitim alan öğrenciler eğitim alma konusunda yüksek motivasyona sahiptirler. Aldığı eğitimin kendisi için gerekli olduğunu bildiği ve kaliteli akademisyenlerden eğitim aldıklarını düşündükleri için bilgi kalitesini sorgulamadıkları tespit edilmiştir.

Algılanan kullanılabilirlik değişkenlerinden algılanan fayda değişkeninin ve bilişsel kapılım değişkeninin tatmin üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi varken, algılanan kullanım kolaylığı değişkeninin anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Algılanan fayda kişinin sistemi kullanma konusundaki tutumunu etkileyen bir faktördür. Algılanan fayda ne kadar yüksekse, bireyin o sistemi kullanma niyeti o derece yüksek olmaktadır. Algılanan faydanın tatmin üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olması kullanıcıların uzaktan eğitim sisteminin kendilerine yararlı bilgiler sağladığını göstermektedir. Türkiye'nin en seçkin üniversitelerinde eğitim alan öğrenciler uzaktan eğitim sisteminin kendilerine faydalı bilgiler sunacağını, öğrenme etkinliklerini ve performanslarını artıracığını düşünmektedirler. Bu bağlamda kullanıcıların tatmin düzeyini artırmak ve sistemi kullanmaya devam etmelerini sağlamak için uzaktan eğitim sistemi yöneticilerinin öğrenciler için faydalı uzaktan eğitim sistemleri sunmaları gerekmektedir.

Bilişsel kapılımın uzaktan eğitim sistemi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır. Bu durum, kullanıcıların sistemi kullanmaktan zevk aldıklarını, zamanın nasıl geçtiğini

anlamadıklarını, sistemi kullanırken kendilerini sisteme kaptırdıklarını ve sistemle eğlenceli bir etkileşimleri olduğunu göstermektedir. Mevcut çalışmada bilişsel kapılımin tatmin üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmasının uzaktan eğitim öğrencilerinin sistemi kullanma hususunda yüksek motivasyona sahip bireyler olduklarını göstermektedir. Bilişsel kapılım ne kadar yüksekse, kullanıcıların tatmin düzeyi o düzeyde yüksek olmaktadır.

Algılanan kullanım kolaylığının kullanıcı tatmini üzerinde anlamlı bir etkisini olmadığı görülmüştür. Bu durumun günümüzde teknolojinin hızla ilerliyor olması, neredeyse tüm evlerde, okullarda, işyerlerinde bilgisayarların bulunması ile alakalı olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle uzaktan eğitim kullanıcıları sistemi kullanırken zorlanmamaktadırlar. Bilgisayarların kullanımının yaygınlaşması uzaktan eğitim sistemiyle kullanıcıların iletişiminin açık ve anlaşılır olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla algılanan kullanım kolaylığı faktörü, kullanıcı tatmini üzerinde bir etkiye sahip olmamaktadır. Bu durum literatürdeki birçok çalışmayla çelişiyor olsa da, Lee ve diğ. (2005), yaptıkları çalışmada algılanan kullanım kolaylığının öğrenci tutumu veya kullanma niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığını tespit etmişlerdir.

Bugünün iş gücü beş kuşakta incelenmektedir. İlk Sessiz Kuşak olarak adlandırılmaktadır. Bu kuşak 1925-1945 yılları arasında doğanlardan meydana gelmektedir. İkinci kuşak ise literatürde Bebek Patlaması kuşağı olarak yer almaktadır. Bu kuşağın fertleri ise 1946-1964 yılları arasında doğanlardan oluşmaktadır. Üçüncü kuşak X Kuşağı olarak isimlendirilmektedir ve 1965-1980 yılları arasında doğanlardan oluşmaktadır. Dördüncü kuşak Y kuşağıdır. Bu kuşağın bireyleri ise 1980-2000 yılları arasında doğmuşlardır. Beşinci kuşak ise Z Kuşağı olarak adlandırılmaktadır ve 2000 yılı sonrasında doğan insanları ifade etmektedir. Algılanan kullanım kolaylığının tatmin üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmamasında çalışmada yer alan kullanıcıların büyük çoğunluğunun (%88) Y kuşağında yer almasının da etkili olduğu düşünülmektedir. Y kuşağı aynı zamanda millennial, nexters, echo-boomers ve internet kuşağı olarak da tanımlanmaktadır (Akdemir ve diğ., 2013). Bu tanımlamalar Y kuşağının kendisinden önceki kuşaklardan farkını ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Y Kuşağında yetişen bireyler internet kuşağında yetiştiği için bilgisayar, internet, cep telefonu ve tablet gibi teknolojik aletleri rahatlıkla kullanabilmektedirler. Bu durum ise algılanan kullanım kolaylığının bu bireylerin tatminleri üzerinde etkili olmamasına neden olmaktadır.

Çalışmada öznel norm değişkenlerinden kişilerarası etki değişkeninin tatmin üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu, fakat dış etki değişkeninin anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Literatür incelendiğinde kişisel normun bilgisayar teknolojileri alanında yapılan çalışmalarda tutarlı sonuçlar vermediği görülmüştür. Bu değişkenlerin bazı çalışmalarda kullanma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahipken, bazı çalışmalarda etkisinin olmadığı görülmüştür (Ma ve diğ., 2005; Turan, 2011; Yılmaz ve Tümtürk, 2015). Mevcut çalışmada ortaya çıkan bu sonuç, uzaktan eğitim kullanıcılarının sistemden memnun olmasında ailelerinin, arkadaşlarının ve iş arkadaşlarının sistemi kullanmaya yönelik telkinlerinin etkili olduğunu göstermektedir. Bu durum farklı ülkelerde ve farklı tür çalışmalarda değişiklik gösterse de, mevcut çalışmada yer alan bireylerin, çevrelerindeki insanların düşüncelerine önem verdiklerini göstermektedir. Elde edilen bulgular sistemin kullanıcıları arasındaki sosyal etkinin doğrudan iletişim yoluyla geçebileceği şeklinde açıklanabilir. Teknolojinin faydaları hakkındaki bilgi kişiden kişiye aktarılırsa, sistemin faydalı olduğuna dair görüşlerin artması sağlanabilir. Öte yandan dış etkinin kullanıcı tatminini etkilemediği, kullanıcının uzaktan eğitim ile alakalı okuduğu veya izlediği haberlerden, uzman görüşlerinden ve kitle iletişim araçlarından elde ettiği bilgilerin sistemden memnun olması üzerinde bir etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum çalışmada yer alan öğrencilerin dışsal etkilerden etkilenmediğini göstermektedir. Uzaktan eğitim sistemi yöneticilerinin sahip olduğu sistemleri haberlere konu



ederek ya da kitle iletişim araçlarında reklam vererek duyurmak yerine, sistemi kullanan bireylerin memnun kullanıcılar olmasını sağlayıp bu kişilerin sistemi tavsiye etmelerinin, daha etkin ve yararlı bir çözüm olacağı düşünülmektedir.

Kullanıcı tatmininin, kullanıcıların sistemi kullanmaya devam etme niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür. Bu nedenle kullanıcıların sistemi kullanmaya devam etmeleri için tatmin edilmiş kullanıcılar haline gelmeleri gerekmektedir. Bu durum sağlandığında kullanıcıların sistemi kullanmaya devam etme oranları artacak ve uzaktan eğitim sistemi giderek daha yaygın olarak kullanılacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışmada algılanan fayda, bilişsel kapılım, hizmet kalitesi, sistem kalitesi ve kişiler arası etki değişkenlerinin bilişim teknolojilerinin kullanımında önemli konular olduğu düşünülmektedir. Bu faktörler iyileştirildiğinde bugüne kıyasla çok daha memnun kullanıcılar meydana gelecektir. Bu memnun kullanıcıların ise sistemi gelecekte yeniden kullanmak isteyecekleri ve tavsiye edecekleri tahmin edilebilir

5.5. Araştırmacılara ve Yöneticilere Öneriler

Çalışma sonucunda mevcut teknoloji kabul literatüründen farklı olarak bazı çarpıcı sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlar göz önünde bulundurularak aşağıda birtakım önerilerde bulunulmuştur. Bunlar:

- Araştırma sonuçları uzaktan eğitim alanında hizmet veren veya vermeyi planlayan kurumlar tarafından kullanılabilir.
- Gelecekte bu konuda çalışacak araştırmacılar araştırmayı ülke genelinde yapabilir ve daha kapsamlı olarak inceleme fırsatı yakalayabilirler.
- Araştırmada bilgi kalitesinin, algılanan kullanım kolaylığının ve dış etkinin kullanıcıların memnuniyetinde bir etkiye sahip olmadıkları görülmüştür. Bu konu daha detaylı bir biçimde incelenerek nedenleri somut verilerle tespit edilebilir.
- Teknoloji kabulünde cinsiyet ve yaş gibi değişkenlerin etkileri detaylı biçimde araştırabilir.
- Parasuman ve arkadaşları (1985:46) hizmet kalitesini beklenen ve algılanan hizmet arasındaki fark olarak tanımlamaktadır ve başarılı hizmet kalitesinin sağlanması için müşterilerin beklentilerinin karşılanması veya aşılması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu bağlamda öğrencilerin beklentileri göz önünde bulundurularak buna uygun tedbirler alınmalı ve hizmet kalitesi artırılarak kullanıcıların memnuniyetleri en üst seviyede tutulmalıdır.
- Çıkan sonuçlar yönetim müdahaleleri ve daha iyi organizasyonel yönetim ile kullanıcıların memnun kullanıcılar haline dönüştürülmesinin mümkün olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda gerekli iyileştirmeler yapılarak uzaktan eğitim kullanımı artırabilir ve daha çok bireyin eğitim alması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Agarwal, R., Karahanna, E. (2000). "Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs About Information Technology Usage". *MIS Quarterly*, Vol: 24 No:4, 665–694.
- Akbıyık, A., Coşkun, E. (2012). "Uzaktan Eğitim Orlarında Sosyal Yazılım Kullanımının Kabulünü Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma". *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, 45-52.
- Akbıyık, A., Coşkun, E. (2013). "Eğitsel Sosyal Yazılımların Kabul ve Kullanımına Yönelik Bir Model", *Online Academic Journal of Information Technology*, Cilt:4 Sayı:13, 1-12.
- Akçay, S., Gökçearslan, A. (2015). "Grafik Tasarım Dersinde Uzaktan Eğitim Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir Uygulama ve Öğrenci Algıları: Gazi Üniversitesi Örneği", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt:24, Sayı:4, 1983-2004.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ., Balcı, O. (2013). "Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması", *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, sayı:2, 13-17.
- Aktaş, S. (2007). "Teknoloji Kabul Modeli İle Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımına Yönelik Bir Uygulama", *Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 25-33.
- Al-Gahtani, S. S. (2016). "Empirical Investigation of e-learning Acceptance and Assimilation: A Structural Equation Model", *Applied Computing and Informatics*, Vol:12, No:1, 27-30.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y. (1988). "On the Evaluation of Structural Equation Models", *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol:16, No:1, 74-94.
- Bailey, J.E., Pearson, S.W. (1983). "Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction", *Management Science*, Vol:29, No:5, 530–545.
- Baroudi, J. J., Orlikowski, W. J. (1988). "A Short Form Measure of User Information Satisfaction: A Psychometric Evaluation and Notes on Use", *Journal of Management Information Systems*, Vol:4, No: 4, 44–59.
- Betz, F. (2003). *Teknolojik Yenilik Yönetimi*. (P. Güran, Çeviren) Ankara: Tübitak.
- Bharatia, P., Chaudhury, A. (2004). "An Empirical Investigation of Decision Making Satisfaction in Web-Based Decision Support Systems", *Decision Support Systems*, Vol:37, No:2, 187–197.
- Bhattacharjee, A. (2000). "Acceptance of Internet Applications Services: The Case of Electronic Brokerages", *IEEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics—Part A: Systems and Humans*, 30, 411–420.
- Bhattacharjee, A. (2001a). "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation–Confirmation Model". *MIS Quarterly*, Vol:25, No:3, 351–370.
- Bhattacharjee, A. (2001b). "An Empirical Analysis of the Antecedents of Electronic Commerce Service Continuance", *Decision Support Systems*, Vol:32, No:2, 201–214.
- Bhuasiri, W., Xaymoungkhoun, O., Zo, H., Rho, J. J., Ciganek, A. P. (2012). "Critical Success Factors for e-learning in Developing Countries: A Comparative Analysis Between ICT Experts and Faculty", *Computers and Education*, Vol:58, No:2, 843-855.



- Bitner, M. J. (1990). "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, 54, 69–82.
- Bolat, Y. İ., Aydemir, M., Karaman, S. (2017). "Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Öğretimsel Etkinliklerde Mobil İnternet Kullanımlarının Teknoloji Kabul Modeline Göre İncelenmesi", *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi(GEFAD)*, Cilt:37, Sayı:1, 63-90.
- Chen, L. D., Gillenson, M. L. ve Sherrel, D. L. (2002). "Enticing Online Consumers: An Extended Technology Acceptance Perspective", *Information and Management*, Vol:39, No:8, 705–719.
- Chiu, C., Hsu, M., Sun, S., Lin, T., Sun, P. (2005). "Usability, Quality, Value and E-Learning Continuance Decisions", *Computers & Education*, vol:45, No:4, 399–416.
- Çakır, Ö., Calp, M. H., Doğan, A. (2015). "Uzaktan Eğitimde İçerik Geliştirme Süreci: Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü Örneği", *Cumhuriyet International Journal of Education*, Cilt:4, Sayı:1. 2-10.
- Çelik H. C., Bindak, R. (2003). "İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Bilgisayara Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi", *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt:6, Sayı:10, 27-38.
- Davis, F. D. (1989). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information Systems: Theory and Results*, Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Technology", *MIS Quarterly*, Vol:13, No:3, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. ve Warshaw, P. R. (1989). "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", *Management Science*, Vol:35, No:8, 982-1003.
- DeLone, W. H., McLean, E. R. (1992). "Information Systems Success: The Quest for The Dependent Variable", *Information Systems Research*, 3, 60-95.
- Devaraj, S., Fan, M., Kohli, R. (2002). "Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference: Validating E-Commerce Metrics", *Information Systems Research*, Vol:13, No:3, 316–333.
- Doll, W. J., Torkzadeh, G. (1988). "The Measurement of End User Computing Satisfaction", *MIS Quarterly*, Vol:12, No:2, 259–274.
- Eren, A., Kaya, M. D. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Sistemine Bakış Açılarının Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-16.
- Farahat, T. (2012). "Applying the Technology Acceptance Model to Online Learning in The Egyptian Universities", *Social and Behavioral Sciences*, 64, 95 – 104.
- Fidan, M. (2016). "Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Tutumları ve Epistemolojik İnançları", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, Cilt:31, Sayı:3, 536-550.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol:18, No:1, 39-50.
- Freeze, R. D., Alshare, K. A., Lane, P. L. ve Joseph Wen, H. (2010). "IS Success Model in e-learning Context Based on Students' Perceptions", *Journal of Information Systems Education*, Vol:21, No:2, 173.

- Gürkut, C., Nat, M. (2017). "Important Factors Affecting Student Information System Quality and Satisfaction". *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, Cilt:14, Sayı:3, 923-930.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Hayashi, A., Chen, C., Ryan, T., Wu, J. (2004). "The Role of Social Presence and Moderating Role of Computer Self Efficacy in Predicting the Continuance Usage of E-Learning Systems", *Journal of Information Systems Education*, Vol:15, No:2, 139-154.
- Heo, J., Han, I. (2003). "Performance Measure of Information Systems (IS) in Evolving Computing Environments: An Empirical Investigation", *Information & Management*, Vol:40, No:4, 243-256.
- Hsu, M., Chiu, C. (2004a). "Internet Self-Efficacy and Electronic Service Acceptance", *Decision Support Systems*, 38, 369-381.
- Hsu, M., Chiu, C. (2004b). "Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behaviour", *Behaviour & Information Technology*, Vol:23, No:51, 359-373.
- Iacobucci, D., Duhachek, A. (2003). "Advancing Alpha: Measuring Reliability with Confidence", *Journal of Consumer Psychology*, Vol:13, no:4, 478-487.
- Irmak, E. (2007). *Uzaktan Eğitim Amaçlı İnternet Tabanlı Laboratuvar Uygulaması. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara*, 16-24.
- Ives, B., Olson, M. H., Baroudi, J. J. (1983). "The Measurement of User Information Satisfaction", *Communications of the ACM*, Vol:26, No:10, 785-793.
- İşman A. (2011). *Uzaktan Eğitim* (4. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık. Ankara. 1-15.
- Jiang, J. J., Klein, G., Carr, C. L. (2002). "Measuring Information System Service Quality: SERVQUAL from the Other Side", *MIS Quarterly*, Vol:26, No:2, 145-166.
- Kettinger, W. J., Lee, C. C. (1994). "Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function", *Decision Sciences*, 25 (5/6), 737-766.
- Kettinger, W. J., Lee, C.C. (1997). "Pragmatic Perspectives on the Measurement of Information Systems Service Quality". *MIS Quarterly*, Vol:21, No:2, 223-239.
- Khalifa, M., V. (2002a). "Satisfaction with Internet-Based Services: The Role of Expectations and Desires", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol:7, No:2, 31-49.
- Khalifa, M., Liu, V. (2002b). *Satisfaction with Internet-Based Services. Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- LaBarbera, P. A., Mazursky, D. (1983). "A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process", *Journal of Marketing Research*, 29, 393-404.
- Lai, T. L. (2004). "Service Quality and Perceived Value's Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS)", *Information Systems Frontiers*, Vol:6, No:4, 353-368.
- Lee, M. K., Cheung, C. M., Chen, Z. (2005). "Acceptance of Internet-Based Learning Medium: The Role of Extrinsic and Intrinsic Motivation", *Information & Management*, Vol:42, No:8, 1095-1104.



- Legris, P., Ingham, J., Colletette, P. (2003). "Why Do People Use Information Technology? A Critical Review of The Technology Acceptance Model", *Information and Management*, 40, 191-204.
- Lin, C. S., Wu, S., Tsai, R. J. (2005). "Integrating Perceived Playfulness into Expectation-Confirmation Model for Web Portal Context", *Information & Management*, Vol:42, No:5, 683-693.
- Lin, H. F. (2007). "Measuring Online Learning Systems Success: Applying the Updated DeLone and McLean Model", *Cyberpsychology & Behavior*, Vol:10, No:6, 817-820.
- Ma, W. W., Andersson, R. ve Streith, K. O. (2005). "Examining User Acceptance of Computer Technology: An Empirical Study of Student Teachers", *Journal of Computer Assisted Learning*, Vol:21, No:6, 387-395.
- Martinez-Torres, M. R., Toral Marín, S. L., García, F. B., Vazquez, S. G., Oliva, M. A. ve Torres, T. (2006). "A Technology Acceptance of E-Learning Tools Used in Practical Laboratory Teaching, According to the European Higher Education Area", *Behavior and Information Technology*, 1-11.
- Mathieson, K. (1991). "Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior", *Information Systems Research*, vol:2, No:3, 173-191.
- McGill, T., Hobbs, V., Kloba, J. (2003). "User-developed Applications and Information Systems Success: A Test of Delone and Mclean's Model", *Information Resources Management Journal*, Vol:16, No:1, 24-45.
- McKinney, V., Yoon, K., Zahedi, F. M. (2002). "The Measurement of Webcustomer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach", *Information Systems Research*, Vol:13, No:3, 296-315.
- Meydan, C. H., Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Miss, M. B. A. (2014). "Information Systems User Satisfaction: A Survey of The Postgraduate School Portal, University of Ibadan, Nigeria". *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1-5.
- Moore, M. ve Kearsley, G. (1996). *Distance Education: A Systems View*. New York. Belmont: Ca: Wadsworth. 2-125.
- Morgan, C. ve O'reily, M. (1999). *Assesing Open and Distance Learners*. First Published.London. Open and Distance Learners Series. Kogan Page Limited.
- Negash, S., Ryan, T., Igbaria, M. (2003). "Quality and Effectiveness in Webbased Customer Support Systems", *Information & Management*, Vol:40, No:8, 757-768.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2. baskı). New York: McGraw Hill, 701.
- Oliver, R. L. (1980). "A Cognitive Model for the Antecedents and Consequences of Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting", *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol:64, No:1, 12–40.
- Park, S. Y. (2009). "An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning", *Educational Technology & Society*, Vol:12, No:3, 150–162.
- Pitt, L. F., Watson, R. T., Kavan, C. B. (1995). "Service Quality: A Measure Of Information Effectiveness", *MIS Quarterly*, Vol:19, No:2, 173–187.
- Rai, A., Lang, S. S., Welker, R. B. (2002). "Assessing The Validity of IS Success Models: An Empirical Test and Theoretical Analysis", *Information Systems Research*, Vol:13, No:1, 50–69.
- Ramayah, T., Ahmad, N. H. ve Lo, M. C. (2010). "The role of Quality Factors in Intention to Continue Using an E-Learning System in Malaysia", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5422–5426.
- Roca, J. C., Chiu, C. M., Martínez, F. J. (2006). "Understanding e-learning Continuance Intention: An Extension of the Technology Acceptance Model", *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(8), 683-696.
- Schepers, J., Wetzels, M. (2007). "A Meta-Analysis of The Technology Acceptance Model: Investigating Subjective Norm and Moderation Effects", *Information & Management*, Vol:44, No:1, 90-103.
- Seddon, P. B. (1997). "A Respecification and Extension of The Delone and Mclean Model of IS Success", *Information Systems Research*, Vol:8, No:3, 240–253.
- Seddon, P. B., Kiew, M. Y. (1994). A Partial Test and Development of the Delone and Mclean Model of IS Success. *Proceedings of the International Conference on Information Systems*, Vancouver, Canada (ICIS 94), 99–110.
- Selim, H. M. (2003). "An Empirical Investigation of Student Acceptance of Course Web Sites", *Computers & Education*, 40, 343–360.
- Shih, H. (2004). "Extended Technology Acceptance Model of Internet Utilization Behavior", *Information & Management*, Vol:41, No:6, 719–729.
- Spreng, R. A., MacKenzie, S. B., Olshavsky, R. W. (1996). "A Re-Examination of the Determinants of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing*, 60, 15–32.
- Sun, P. C., Tsai, R. J., Finger, G., Chen, Y. Y. ve Yeh, D. (2008). "What Drives a Successful e-Learning? An Empirical Investigation of the Critical Factors Influencing Learner Satisfaction", *Computers & Education*, Vol:50, No:4, 1183-1202.
- Swan, J. E., Oliver, R. L. (1989). "Postpurchase Communications by Consumers", *Journal of Retailing*, Vol:65, No:4, 516–533.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş; Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Thomas, L., Larson, A., Clift, R., Levin, J. (1996). "Integrating Technology in Teacher Education Programs: Lessons from the Teaching Teleapprenticeship Project", *The Journal of Teaching Education*, 4-5.
- Tian, M., Xu, G. (2017, April). Exploring The Determinants of Users' Satisfaction of Wechat Official Accounts. In *Information Management (ICIM), 2017 3rd International Conference on* (362-366). IEEE.



- Turan, A. H. ve Çolakoğlu B. E. (2008). "Yüksek Öğrenimde Öğretim Elemanlarının Teknoloji Kabulü Ve Kullanımı: Adnan Menderes Üniversitesinde Ampirik Bir Değerlendirme", Doğuş Üniversitesi Dergisi, Cilt:9, Sayı:1, 106-121.
- Turan, B. (2011). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi ve Sınıf Öğretmenleri Üzerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. 25-35.
- Uzun, E., Yıldırım, A., Özden M. Y. (2013). "Students' Perceptions About Learning Environment of a Distance Course Based on Technology Acceptance Model: A Descriptive Study", Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:9, Sayı:1, 201-205.
- Venkatesh, V. (2000). "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Perceived Behavioral Control, Computer Anxiety and Enjoyment into the Technology Acceptance Model", Information Systems Research, 11, 342-365.
- Yadigâr, G. (2010). Uzaktan Eğitim Programlarının Etkinliliğinin Değerlendirilmesi, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 9-26.
- Yalın, H. İ. (2005). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme. Ankarav Nobel Yayın Dağıtım.
- Yılmaz, C., Tümtürk, A. (2015). "İnternet Üzerinden Alışveriş Niyetini Etkileyen Faktörlerin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli Kullanarak İncelenmesi ve Bir Model Önerisi", Yönetim ve Ekonomi, Cilt:22, Sayı:2. 356-365.



e-Devlet Hizmetlerinin Kurumsal Eşbiçimlilik Durumu ve Kalitesi. e-Belediye Hizmetleri Üzerine Bir Araştırma.

Institutional Isomorphism and Service Quality of e-Government Services. An Investigation on e-Municipal Services.

Zekeriya SÖNMEZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, zekryya@gmail.com

Öz

Yeni Kamu Yönetimi yaklaşımı ile beraber vatandaş memnuniyetini temin etmek amacıyla birçok kamu kurumu tarafından elektronik Devlet'e (e-Devlet) geçilmektedir. Bu doğrultuda işlemlerin elektronik ortamda yapılması için bir çok altyapı kurularak vatandaşların hizmet almak için kamu kurumlarına bizzat giderek başvuru yapma zorunluluğu ortadan kalkmaya başlamıştır. Belediyeler de birer kamu kurumu olarak e-Belediyecilik adı altında e-Devlet hizmetleri sunmaktadır. Bu araştırmada Türkiye'deki e-belediye çalışmalarının kalite durumu kurumsal eşbiçimlilik teorisi ışığında incelenerek politika yapıcılar ve uygulayıcılar için kullanılabilir nitelikte sonuçlar elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda derinlemesine mülakat, kullanıcı deneyimi ve e-belediye portallerinden hizmet tespiti ile veri üçlemesi ile veri toplanarak kurumsal baskılar, e-hizmet kalitesi ve kurumsal eşbiçimlilikler ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal eşbiçimlilik, e-Devlet, e-hizmet kalitesi, tek faktörlü-çift faktörlü doğrulama, kullanıcı kodu

Abstract

Adopting New Public Management Thought as main governing principle, Public Authorities introduced citizens e-Government for assuring satisfaction in public services. Accordingly, citizens started to abandon face to face interaction via electronic public services. Municipalities as important local government authorities in Turkey are also carrying out e-Government works called e-Municipality. In this research quality of e-Municipality services is investigated in the light of institutional isomorphism theory in order to get useful report intended for use in policy making and technical improvements. In this direction, in-depth interview were held with the heads of IT departments of 5 Municipalities, user experience were made by e-government experts and e-service similarities among e-Municipality Portals were detected. Hence, imposed institutional factors, qualities of e-services and the institutional isomorphs among the e-services of municipalities were determined respectively.

Key Words: Institutional Isomorphism, e-Government, e-Service Quality, one-two factor authentication, captcha



Giriş

Küreselleşen dünyada bireylerin ve örgütlerin iletişim, işbirliği ve rekabet etme stratejileri büyük değişime uğramıştır. Uluslararası bilgi paylaşımına imkan sağlayan bilgi ve iletişim teknolojileri çok farklı ve karmaşık ilişkileri beraberinde getirmiştir. Bu durum geniş katımlı ve birbirine bağlı piyasalar ve veritabanlarının oluşmasına neden olarak katılımcıları birbirine sanal ortamda bağlı ve bağımlı yapmıştır. İlişkisel anlamda artan bağımlılık ve bağlılık ise karmaşık ve hızla değişen çevre koşullarıyla beraber kamu sektörünün vatandaş odaklı değişimini zorunlu hale getirmiştir (Milakovich, 2012).

Bu doğrultuda, hizmet sunumunda etkinlik, hesap verebilirlik, şeffaflık ve etkililiğin; iş süreçlerinde ise performansın artırılarak taleplerin karşılanmasını amaçlayan kamu sektörü bilgi ve iletişim teknolojilerine (BİT) başvurmuştur. Özellikle internet teknolojileri sayesinde devletin iş dünyası ve vatandaşlar ile iletişim kurmasında yenilikçi yaklaşımlar sunması sağlanmıştır. Bu yaklaşımlardan birisi de kamu, vatandaş ve iş dünyası arasındaki etkileşimde BİT'in kullanımını yaygınlaştıran e-Devlet uygulamalarıdır (Bwalya ve Healy, 2014).

Devletin paydaşları ile olan ilişkisini elektronik ortamda yürütmesi (Means ve Schneider, 2000), kamu bilgi ve servislerinin internet ve diğer dijital araçlarla sunulması (Muir ve Oppenheim, 2002) olarak tanımlanan e-Devlet'in yolsuzlukla mücadele, artan şeffaflık, gelir artırımı, maliyet azaltma ve hizmet kalitesinde artış gibi birçok faydası bulunmaktadır (Garg ve Godse, 2007).

Bu araştırmada Türkiye'deki e-belediye hizmetlerinin yayılım süreci, örgütlerdeki değişimi ve benzeşimi anlamakta içsel unsurlar yerine meşruiyet kazanmak, yüksek karşılıklı bağımlılık ve kurumsal çevre gibi dışsal faktörlerle açıklayan kurumsal eşbiçimlilik teorisi ışığında ele alınmıştır. Daha sonra e-belediye hizmetlerinin kalitesi kullanıcı deneyimi yöntemi ile ortaya konularak kurumsal baskıların hizmet kalitesi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarının e-belediye hizmetlerinin kalite düzeyinin objektif kriterler ile kullanıcı deneyimi yöntemi ile ortaya konması ve kaliteli e-belediye hizmetlerinin geliştirilmesi sürecinde faydalanılabilecek kurumsal baskıları anlamak anlamında hem politika yapıcılar hem de uygulayıcılar için rol gösterici bir rehber niteliği taşıması beklenmektedir.

1. Literatür Taraması

Literatür Taraması "Kurumsal Eşbiçimlilik Teorisi" ve "Elektronik Hizmet Kalitesi" altında iki başlıkta yapılmıştır.

1.1.Kurumsal Eşbiçimlilik Teorisi

Kanter'in (1972) literatüre kazandırdığı, organizasyonların kurumsal çevreleri doğrultusunda birbirleriyle eşbiçimli hale geldiklerini ifade eden kurumsal eşbiçimliliğin en temel sebebi, organizasyonların ortak bir referans çerçevesini benimseme yoluyla meşruiyet kazanma arzularıdır. Buna göre toplumdaki etkili aktörler tarafından koyulan kurallara uyan organizasyonların kritik kaynakları elde etme becerileri artmakta ve böylece organizasyonlar hayatta kalmaktadır (Dimaggio ve Powell, 1991).

Kurumsal eşbiçimlilik teorisi benzer kurumsal çevrelerden etkilenen organizasyonların homojenleşerek geliştiğini; benzeşme sürecinde de toplumdaki kültüren beklentiler, normlar, zorlayıcı faktörler ve belirsizlik kaygılarının (DiMaggio ve Powell, 1983) değişim sürecinde etkili olduğunu vurgulamaktadır.

Kurumsal Eşbiçimlilik Kurumsal Teoride önemli bir kavram olup organizasyonların popülasyonda yer alan diğer organizasyonlar benzer karakteristikler gösterdiğini (Oliver, 1988) ve organizasyonun çevredeki diğer aktörlerin tepkilerine uyumlu hareket ettiğini (George ve Diğ., 2006) öne sürmektedir.

Kurumsal eşbiçimlilik sadece yapı itibarıyla benzerliği değil, uygulamalardaki benzerliği de kapsamaktadır. Aynı alanda faaliyet gösteren organizasyonlar (devlet üniversiteleri, havayolu şirketleri, profesyonel futbol takımları v.b.), benzer çevresel baskılara maruz kaldıklarından dolayı çevrenin beklentilerine paralel yapı ve işleyiş kazanmaktadırlar. Dolayısıyla aynı alandaki organizasyonların yapı, işleyiş özellikleri, uygulamaları ve belirli iş yapma süreçleri açısından birbirlerine benzemeleri beklenmektedir (Koçel, 2005).

Aynı çevresel alanda faaliyet gösteren organizasyonlar arasında yüksek bağımlılık nedeniyle zorlayıcı, faaliyet standardı olarak kabul edilen normlardan dolayı normatif ve birbirlerini model olarak kabul ettikleri için taklitçi baskılara maruz kalarak birbirlerine benzeme eğilimi göstermektedirler (DiMaggio ve Powell, 1991). Bu kapsamda devletin koyduğu kurallar zorlayıcı eşbiçimlilik, eğitim ile alınan ve norm olduğuna inanılan yapıları benimsemek normatif eşbiçimlilik, çevredeki belirsizlik unsurlarının fazla olduğu durumda ise başka bir örgütü taklit etmek taklitçi eşbiçimliliği oluşturmaktadır. Aynı çevresel alan (örgütsel alan) ana düzenleyici kuruluşlar, müşteriler, tedarikçiler ile benzer ürün ve hizmetleri üreten diğer organizasyonlardan oluşan bütünsel ama herbirinin kendi içinde bağımsız bir çalışma alanı olan kurumsal yaşamı ifade etmektedir. (Powell ve Dimaggio, 1991).

1.2.Elektronik Hizmet Kalitesi

e-Hizmet ve internet sitesi kalitesi konularında tanımlamalar, modeller ve ölçüm mekanizmaları itibarıyla zengin bir içerik bulunmaktadır. Ancak, ortaya çıkarılan içeriklerde kalitenin farklı yönlerine vurgu yapılmış ve bileşenlerinin ne olduğu hususunda bir uzlaşa sağlanamamıştır. Mevcut literatür bütünsel olarak e-hizmet kalitesi konusunun çok boyutlu bir yapıda olduğunu ileri sürmektedir (Zeithaml, Parasuraman ve Malhotra, 2005)

İnternet sitesi kalitesi konusu o kadar geniştir ki bazı araştırmacılar sadece bir kalite boyutunu çalışmaya karar vermiştir. Bu doğrultuda bilgi kalitesi konusunda bir takım çalışmalar (Eschenfelder, 2004; Herrera-Viedma ve Diğ., 2006; Katerattanakul ve Siau, 1999) yapılmakla birlikte, Kang ve Kim (2006) içerik zenginliği ve Gullikson ve Diğ. (1999) bilginin mimarisi konusu ile ilgilenen araştırmalar yapmışlardır. Brebner ve Parkinson (2006) bir kalite boyutu olarak erişilebilirlik Alzola ve Robaina (2006) somutluluk konusunda araştırmalar yapmışlardır.

e-Hizmet kalitesi ile ilgili önemli bir husus da hizmetlerle ilgili kullanıcıların beklentileri ile algıları arasındaki karşılaştırmalar üzerine kurulu olan müşteri memnuniyeti kavramıdır (Loiacono, Watson ve Goodhue, 2002). Algılanan hizmet kalitesi beklentilerin üzerinde ise sunulan hizmetin kalitesi yüksek olarak düşünülmektedir (Parasuraman , Zeithaml ve Berry, 1985).

Vatandaşlar üzerinde olumlu etki yaratan e-Devlet özellikleri üzerine araştırma yapan Verdegem ve Hauttekeete (2007) devletin çevrimiçi var olmasını vatandaş için başlı başına bir moral kaynağı olduğunu tespit ederek güvenilirlik, güvenlik, kullanılabilirlik, içeriğin okunabilirliği kullanım kolaylığı, içerik kalitesi, maliyet etkinlik, güvenlik, kişisel bilgilerin korunması ve esnekliğin vatandaş memnuniyetini sağlayan diğer unsurlar olarak tanımlamışlardır.

e-Hizmet Kalitesine bakış açısındaki farklılıklara paralel bir şekilde literatürde hizmet kalitesinin ölçümü konusunda da zengin bir içerik bulunmaktadır (bkznz. tablo 1).

**Tablo 1: e-Hizmet Kalitesi Ölçek Boyutları**

Ölçek İsmi	Yazar	Ölçek Boyutları
E-SQ	(Zeithaml, Parasuraman ve Malhotra, 2005)	Güvenilirlik, sorumluluk, erişim, esneklik, kullanım kolaylığı, verimlilik, itimat, güvenlik, fiyat farkındalığı, site estetikliği, kişiselleştirebilme
WebQualTM	(Loiacono, Watson ve Goodhue, 2002)	İhtiyaca uygunluk, etkileşim, sistemin güvenliği, servis cevap süresi, tasarım cazibesi, sezgisellik, görsel çekicilik, yenilikçilik, iş akışı, bütünsel iletişim, iş süreçleri, ikame edilebilirlik
SITEQUAL	(Yoo ve Donthu, 2001)	Kullanım Kolaylığı, estetik tasarım, süreç hızı, güvenlik
WEBQUAL 4.0	(Barnes ve Vidgen, 2002)	Kullanılabilirlik, bilgi kalitesi, etkileşim
PIRQUAL	(Francis ve White, 2002)	İşlevsellik, özellik tanımı, sahiplik durumu, servis ve güvenlik
ETAILQ	(Wolfinbarger ve Gilly, 2003)	Tasarım, güvenilirlik, mahremiyet / gizlilik ve müşteri hizmetleri
E-S-QUAL ve E-Res-QUAL	(Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra, 2005)	Verimlilik, sistemin ayakta kalması, işlemlerin başarılabilmesi, mahremiyet, cevap verebilirlik, tanzim ve iletişim
eTransQual	(Bauer, Falk ve Hammerschmidt, 2006)	Fonksiyonellik, eğlenebilirlik, güvenilirlik, cevap verebilirlik
SERVPERF	(Udo, Bagchi ve Kirs, 2008)	Hizmet güveni, algılanan risk, içerik
E-PS-QUAL	(Connolly, Bannister ve Kearney, 2010)	Verimlilik, tamamlama kolaylığı, sistemin ayakta kalması, mahremiyet, iletişim, algılanan kamusal değer
E-SELFQUAL	(Ding, Hu ve Sheng, 2011)	Algılan kontrol, hizmet güveni, müşteri hizmetleri, hizmet tamamlanması
E-merQUAL	(Janita ve Miranda, 2013)	Güvenilirlik, mahremiyet, verimlilik, katma değerli hizmetler, bilginin kullanılabilirliği

Kullanım Kolaylığı

Kullanım kolaylığı kullanılan internet sitesi ile etkileşime girme kolaylığıdır. Kolay hatırlanabilir ve arama motorlarında bulunabilen bir internet adresi vatandaşların e-Portale erişmeyi kolaylaştırmaktadır. İlaveeten, e-Portal tasarımının hizmete gereksiz adımları atlayarak erişmeyi sağlayan site haritası ve anahtar kelimelerle arama yapmayı sağlayan arama motorunu içerecek şekilde mantıksal bir yaklaşımla yapılması da kullanım kolaylığını artırmaktadır. Kullanım kolaylığı artıran diğer destekleyici unsurlar renk, font, menu, link, görsel ve ağaç kullanımıdır (Clyde, 2000).

Ayrıca e-Portalın yabancı dil desteğinin ve engelli dostu olması ile tercih edilen hizmetlerin ilk sayfada görüntülenmesi veya kullanıcı tercihlerinin hatırlanması kişiselleştirilebilirlik anlamında kullanım kolaylığı sağlamaktadır (Santos, 2003).

Sistemin Güvenilirliği

Güvenilirlik sistemin bilgiyi doğru ve zamanında vermesi anlamını taşımaktadır. Güvenilirlik doğru teknik işlevsellik (erişilebilirlik ve mevcudiyet) ve hizmetlerin doğruluğunu içermektedir. Erişilebilirlik sistemin üzerinde herhangi bir düzenleme yapmadan mümkün olduğunca fazla insan tarafından kullanılabilmesi olarak tanımlanmaktadır. Güvenilirlik kimi zaman herhangi bir şeyin herhangi birisi tarafından ne kadar kolay kullandığını tanımlayan kullanılabilirlik ile ilgili karıştırılmamalıdır. İnternet tarayıcısından bağımsız olarak sistemin çalışması erişilebilirliği artırmaktadır. Mevcudiyet sistemin bazı bölümlerinde yaşanan problemlerden ötürü bozulma ve kesilme derecesidir. Diğer bir ifadeyle hizmetlerin ayakta kalma ihtimalidir. Sistemin mevcudiyeti 7/24 sistemin erişilebilir olması ile kuvvetlendirilebilmektedir (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012).

Salahuddin ve Rusli (2005) kapsamlı ve doğru bilginin bürokrasinin her seviyesinde politika yapımını ve ekonomik kararlar almayı kolaylaştırdığını vurgulamışlardır. Üstelik yeterli ve uygun bilgi vatandaşları e-hizmetler konusunda emin kılmaktadır. Eğer bilgi eksik veya alakasız ise kullanıcı kafa karışıklığı yaşayarak yardım için başka kaynaklara başvurmakta ve e-hizmet başarısızlık olarak kayda geçmektedir (Bhattacharya, Gulla ve Gupta, 2017).

Güvenilirlik ile ilgili bir diğer husus zararların tazminidir. Mükemmel çalışan hizmetlerde dahi hatalar görülebilmektedir. Bu hataları düzeltmek için kurtarma sistemlerinin olması ve sistemsel hatalardan dolayı vatandaşın uğradığı zararın karşılanması özellikle işlemsel hizmetlerde güvenilirliğin tekrar kazanılması için çok önemlidir (Collier ve Bienstock, 2006; Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra, 2005).

Sistemin Güvenliği

Sistemin güvenliği mahremiyet ve güvenlik konularını içermekte olup, vatandaşların elektronik hizmetleri alma sürecinde herhangi bir şüphe duymayacak şekilde tehlikeye maruz kalmayacağından emin olmalarıdır (Gefen, Karahanna, ve Straub, 2003; Zhao ve Zhao, 2010)

Mahremiyet kişisel bilgilerin korunması ve başkalarıyla paylaşılmaması, güvenlik bir şekilde arşivlenmesi, anonimleştirilmesini; güvenlik ise kredi kartı ve diğer finansal bilgilerin kullanılması dolayısıyla dolandırıcılık ve finansal kayıplarla karşılaşmama durumunu içermektedir (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012).

Etkileşim (Kullanıcı Desteği)

Etkileşim e-portalın kullanımı süresince e-hizmet sağlayıcısının vatandaşa sağladığı yardım olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı dostu klavuzlar, yardım sayfaları, sıkça sorulan sorular, telefon, e-posta, mesaj tahtası gibi iletişim kanalları bu kapsamdaki araçlardandır (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012).

2. Metodoloji

Bu araştırmada tamamı nitel araçlardan oluşan birden fazla veri toplama yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi bu araştırmada değişkenler net bir şekilde tanımlanmadığı, sayılarla ifade edilmediği ve sonuçlar genelleştirmeye müsait olmadığı için (araştırma kapsamına dahil edilebilecek düzeyde yeterince büyük örneklem bulunmaması önemli kolaylıklar sağlamıştır (Bogdan ve Biklen, 1998). Ayrıca Snape ve Spencer'ın (2003) etkileşimli veri toplamaya imkan sağlayarak kapsamlı bir veri analiz süreci sağladığını öne sürdüğü



nitel araştırma yöntemi ile e-Belediye hizmetlerinin kurumsal eşbiçimliliği ve kurumsal baskıların e-belediye hizmet kalitesi üzerine etkisi konusunda derinlemesine bilgiler açığa çıkarılabilmektedir.

3.Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında 2 farklı veri kaynağından 3 farklı prosedür (yöntem) ile İstanbul'da bulunan ve farklı e-belediye altyapıları kullanan 5 İlçe Belediyesi'ne ilişkin veri toplanmıştır.

Veri toplanması sürecine belediye bilgi işlem birimleri ile derinlemesine mülakat yapılarak başlanmıştır. Glaser ve Strauss, (1967) ile Creswell (2007) tarafından öne sürülen katılımcılardan benzer bilgilerin duyulmaya başlanmasına kadar veri toplamaya devam edilebilir prosedürüne uygun olarak 6. Belediyeden itibaren konuşulanlar birbirini tekrarlamaya başladığı için araştırma 5 belediye ile sınırlı tutulmuştur. Belediyeler üzerindeki kurumsal baskıları normatiflik, zorlayıcılık ve taklitçilik itibarıyla 3 alt boyutta ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen ilk veri toplama aşamasında e-belediye sistemlerinden sorumlu olan bilgi işlem müdürlükleri ile açık uçlu sorular ile derinlemesine mülakat yapılmıştır.

Veri toplama sürecinin 2. aşamasında 5 belediyenin e-belediye hizmetleri arasındaki eşbiçimlilikler tespit edilmiştir. Benzer kurumsal çevrelerden etkilenen organizasyonların homojenleşerek geliştiğini öne süren Dimaggio ve Powell'ın (1983) görüşlerine uygun olarak eşbiçimlilikler e-belediye hizmetleri arasındaki benzerliklerin bulunması ile belirlenmiştir. Benzerliklerin derecesinin bulunması sürecinde internetten faydalanılarak 5 farklı e-Belediye portalinden sunulan hizmetlerin tespiti yapılmıştır.

e-Belediye Hizmet kalitesinin belirlenmesi amacıyla ise e-Belediyecilik Hizmetleri konusunda tecrübeli 2 uzmana bu hizmetleri bilgisayar ortamında kullanarak e-Hizmet Kalitesi ölçeğinden uyarlanan hizmet değerlendirme kriterleri doğrultusunda rapor hazırlanmıştır.

Nihai olarak ise görevlendirilen bağımsız 2 e-Devlet uzmanına e-Hizmet Kalitesi ölçekleri sunulmuş ve e-belediye hizmetlerini bu ölçeklerden belirleyecekleri 4 farklı kriter doğrultusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Uzmanlar e-belediye hizmetlerini kullanım kolaylığı (Clyde, 2000), güvenilirlik (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012), güvenlik (Gefen, Karahanna ve Straub, 2003) ve etkileşim (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012) şeklindeki 4 farklı e-hizmet kalitesi boyutu kapsamında değerlendirerek raporlarını hazırlamış ve veri toplama süreci tamamlanmıştır.

4.Verii Analizi

Araştırma kapsamında birden fazla ve farklı nitelikte toplanan veriye bağlı olarak hem betimsel hem de içeriksel analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Yıldırım ve Şimşek (2003) tarafından daha önceden belirlenmiş başlıklarda toplanan verilerin okuyucuya özet ve yorumlanmış bir şekilde sunulması şeklinde tanımlanan betimsel analiz normatiflik, zorlayıcılık ve taklitçilik alt boyutlarında toplanan kurumsal eşbiçimlilik görüşmelerinin veri analizinde kullanılmıştır.

e-Belediye Hizmetleri arasındaki eşbiçimliliklerin tespiti amacıyla e-belediye portallerinden toplanan veriler ise içeriksel analize tabi tutulmuştur. Farklı isimlerde aynı nitelikteki e-belediye hizmetleri bir isim altında kodlanarak tekilleştirme işlemi yapılmıştır. Daha sonra bu hizmetlerin e-belediye portalleri arasında görülme sıklığı tespit edilerek frekans analizi yapılmış ve aralarında en yüksek frekans bulunan e-belediye portalleri arasındaki eşbiçimliliklerin en yüksek olduğu kabul edilmiştir.

e-Belediye Hizmetlerinin kalitesi ile ilgili toplan veriler de daha önceden belirlenen e-hizmet kalite ölçeklerine göre toplandığından betimsel analiz ile okuyucuya özetlenmiştir.

Son aşamada toplan tüm veriler arasında ilişkiler kurulmaya çalışılarak (Dey, 1993) araştırma konusu açıklanmaya çalışılmıştır.

5.Bulgular

Bulgular kurumsal eşbiçimlilikler (e-belediye portallerinde sunulan hizmetler arasındaki benzerlikler), belediyelerin maruz kaldığı kurumsal eşbiçimlilik baskıları ve e-hizmet kalitesi itibarıyla 3 temada tespit edilmiştir.

5.1.Kurumsal Eşbiçimlilikler

5 farklı e-Belediye portalinin incelenmesi sonucu toplam 36 adet tekil e-belediye hizmeti sunulduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, 36 e-belediye hizmeti en az bir e-belediye portalinde bulunmuştur. 36 e-belediye hizmetinin tamamının sunulduğu bir e-belediye portaline olmamakla beraber bu hizmetlerin 18'i en az 2 e-belediye portalinden ortak sunulmaktadır e-Hizmetlerin e-Belediye portalleri arasında görülme sıklığı frekans olarak isimlendirilmiş olup frekansların eşbiçimlilikleri belirlediği kabul edilmiştir. 2 e-belediye portalinde ortak bir şekilde bulunan bir e-hizmetin frekans derecesi 2 olarak kabul edilirken, 5 e-belediye portalinin tamamında ortak bir şekilde bulunan bir e-hizmetin frekans derecesi 5 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda arsa rayiç değeri, beyan işlemleri, bilgi edinme ve borç bilgileri hizmetleri araştırma kapsamında 5 e-Belediye Portalinin tamamında görülerek en yüksek frekanslı hizmetler olarak tespit edilmişlerdir (bkz tablo 2).

Tablo 2: Frekanslı e-Belediye Hizmetleri

Sıra No	e-Belediye Hizmetleri	1. e-Belediye Portalı	2. e-Belediye Portalı	3. e-Belediye Portalı	4. e-Belediye Portalı	5. e-Belediye Portalı	Frk. Derecesi
1	Arsa Rayiç Değeri Sorgulama	x	x	x	x	x	5
2	Beyan İşlemleri	x	x	x	x	x	5
3	Bilgi Edinme Başvurusu ve Sorgulaması	x	x	x	x	x	5
4	Borç Bilgileri Sorgulama ve Ödeme	x	x	x	x	x	5
7	İnşaat maliyet bilgileri	x	x		x	x	4
8	Kent Rehberi	x	x	x	x		4
9	Nikah İşlemleri	x	x	x	x		4
10	e-Belge Doğrulama	x	x	x			3
11	İmar Durum Bilgisi Sorgulama	x	x	x			3
12	Meclis Gündem ve Karar Sorgulama	x	x			x	3



14	Talep/Öneri Başvurusu ve Sorgulaması	x	x	x			3
15	Atık Toplama Hizmetleri	x		x			2
16	e-Eksper	x		x			2
18	Yapı Ruhsat İşlemleri	x		x			2
5	Belediye Hizmetleri		x	x	x	x	4
6	Bina Aşınma Oranları		x	x	x	x	4
13	Sicil İşlemleri			x	x	x	3
17	Encümen Gündem ve Karar		x			x	2
18	Yapı Ruhsat İşlemleri	x		x			2

Belediye sayısı arttıkça e-Belediye Platformlarından ortak sunulan hizmet sayısı azalarak eşbiçimlilikler azalmaktadır. Bu kapsamda 1. ve 3. Belediyenin e-belediye portallerinin her ikisinde de ortak olarak sunulan 13 e-hizmet ile en yüksek; 1. ile 5. Belediyenin e-belediye portalleri arasında ise ortak sunulan 6 hizmet ile en düşük eşbiçimlilik tespit edilmiştir (bkz tablo 3).

Tablo 3: e-Belediye Portalleri Eşbiçimlilikler Tablosu

2 e- Belediye Portal Arası	Ortak Sunulan Hizmet Sayısı	3 e- Belediye Portal Arası	Ortak Sunulan Hizmet Sayısı	4 e- Belediye Portal Arası	Ortak Sunulan Hizmet Sayısı	5 e- Belediye Portal Arası	Ortak Sunulan Hizmet Sayısı
1.-3.	13	1.-2.-3.	9	2.-3.-4.-5.	6	1.-2.-3.-4.-	4
1.-2.	11	1.-3.-4.	9	1.-2.-3.-4.	6		
2.-3.	11	2.-3.-4.	8	4.-5.-1.-2.	5		
2.-4.	9	2.-4.-5.	7	1.-2.-3.-5.	4		
2.-5.	9	1.-2.-4.	7	1.-3.-4.-5.	4		
3.-4.	9	3.-4.-5.	7				
4.-5.	8	1.-2.-5.	6				
1.-4.	7	2.-3.-5.	6				
3.-5.	7	1.-4.-5.	5				
1.-5.	6	1.-3.-5.	4				

5.2.Kurumsal Eşbiçimlilik Baskıları

e-Belediyecilik çalışmalarını etkileyen kurumsal eşbiçimlilik baskılarının neler olduğunu ve bu baskıların e-Belediyecilik çalışmalarını nasıl etkilediğini anlamak için 5 belediye ile yapılan görüşmelerde çok önemli bilgiler elde edilmiştir.

1. ve 3. Belediye'nin katılım sağladıkları organizasyonlar, aldıkları eğitimler, başarılı uygulamaları takip etmeleri ve kopyalayabilmeleri, alanları ile ilgili konferanslara katılım sağlayarak yayınları takip etmeleri, fiziki altyapılarının düzeyi, yeterli düzeyde teknik personel istihdamı ile ilgili bulgular nedeniyle bu iki belediyede yüksek düzeyde normatiflik tespit edilmiştir. İsteksiz bir belediye olarak algılanmamaya verdikleri önem, diğer belediyelerin yaptıkları çalışmalardan geri kalmak istememek, belirsizlikten kaçınmak amacıyla e-Devlet Kapısını takip etmeleri nedeniyle orta düzeyde taklitçilik tespit edilmiştir. Üst yönetimin projeleri sahiplenerek takip etmesi, profesyonel olarak isimlendirilen yapı denetim firmaları ile gayrimenkul eksperlerinin sıklıkla belediyeye gelerek Belediye'nin bu yönde tedbir almaya yönelmesi de zorlayıcılık faktörleri olarak tespit edilmiştir. Bu anlamda orta seviyede bir zorlayıcılık tespit edilmiştir. 2. Belediye'nin mobil ruhsat denetim projesinin İBB tarafından örnek alınması, üst yönetimin fardındalığı, kısmen inisiyatif alabilmeleri 2. Belediye'de tespit edilen orta düzeydeki normatiflik bulgularıdır. 2. Belediye'de taklitçilik ile ilgili isteksiz bir belediye olarak algılanmamaya verdikleri önem, diğer belediyelerin yaptıkları çalışmalardan geri kalmak istememek, belirsizlikten kaçınmak amacıyla e-Devlet Kapısını takip etmeleri nedeniyle 1. ve 3. Belediye'dekine benzer düzeyde bir taklitçilik tespit edilmiştir. Zorlayıcılık faktörü olarak sadece idari kararların olması da 2. Belediye'de nispeten düşük bir zorlayıcılık seviyesinin olduğunu göstermektedir (bkz tablo 4).

4. ve 5. Belediyelerin kurumsal eşbiçimliliğinin normatiflik, taklitçilik ve zorlayıcılık alt boyutları itibariyle çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Çünkü, sorulara verilen cevaplar yeterli olgunluk düzeyinde bulunmamış, çalışanların profesyonel olarak eğitim almadığı ve konferanslara katılım sağlamadığı tespit edilmiş, 4. Belediyede bilgi işlem biriminde yeterli düzeyde teknik uzmanın olmadığı beyan edilmiş, belediye çalışmalarını destekleyen idari bir sahiplenme görülmemiş ve belirsizlikten kaçınma ve değişikliklere uyum hızlı sağlama gibi bir motivasyon unsur görülmemiştir (bkz tablo 4).

Tablo 4: Belediyelerin Kurumsal Eşbiçimlilik Yapıları

Belediyeler	Eşbiçimlilik Baskıları		
	Normatiflik	Taklitçilik	Zorlayıcılık
1. Belediye	Yüksek	Orta	Orta
2. Belediye	Orta	Orta	Düşük
3. Belediye	Yüksek	Orta	Orta
4. Belediye	Çok düşük	Çok düşük	Çok düşük
5. Belediye	Çok düşük	Çok düşük	Çok düşük

5.3.E-Hizmet Kalitesi

e-Belediye hizmet kalitelerinin ortaya çıkarılması amacıyla örneklem kapsamındaki belediyelerin hizmetleri e-belediye hizmet kalitesinin alt boyutları olan kullanım kolaylığı, güvenilirlik, güvenlik ve etkileşim boyutları itibariyle ortaya konmuştur.

Kullanım Kolaylığı



1. Belediyenin e-Belediye portalinde bulunan “İçinde farklı ihtiyaçlara hitap eden çok sayıda hizmet olması, kullanılabilirliği olan bir arama motoru olması, uygunluk seviyesi yüksek hizmetlerin yer alması, hizmetlere ilişkin ilişkin yazdırma ve paylaşma seçeneklerinin olması, otomatik hesaplama imkan sağlayan hizmetlerin olması” kullanılabilirliği artıran, “sistemin yavaş çalışması, e-belediye portalinde yer alan hizmet sayısının beraberinde getirdiği kullanım karmaşıklığı, halka açık bir takım hizmetlerde giriş zorunluluğu olması, birtakım hizmetlerin kullanımı ile ilgili kullanım klavuzu ihtiyacının olması, site haritasının ve kişiselleştirmenin olmaması” ise kullanılabilirliği azaltan tespitlerdir.

2. 4. ve 5. Belediyenin e-Belediye portalinde bulunan “hızlı çalışma” ve “hizmete kolay erişim” ve “anlaşılabilirlik” kullanılabilirliği artıran, “kısıtlı sayıda hizmet sunumu, uygunluk seviyesi yüksek hizmetinin olmaması, arama motoru olmaması, otomatik hesaplama gerektirecek bir hizmetinin olmaması, halka açık bir takım hizmetlerde giriş zorunluluğu olması” ise kullanılabilirliği azaltan tespitlerdir.

Kullanım kolaylığı bağlamında 3. Belediyenin e-Belediye Portalinde bulunan tespitler 1. Belediyenin e-belediye portaline ile benzerirken farklı olarak yalnızca arama motoru bulunmamaktadır. Ancak, 1. e-belediye Portalinden çok daha hızlı çalışan bir yapıdadır.

Güvenilirlik

1. e-Belediye Portalinde vefat bilgileri, kan bağı, imar durumunu ada parsel göre sorgulama hizmetlerinde veri güncelliği; imar durumu sonuç bilgisi hizmetinde verilerin bütünlüğü; kent rehberinde verilerin doğruluğu, hayvan sahiplenme hizmetindeki taahhütnamenin doğruluğu ile ilgili problemler tespit edilmiş olup diğer hizmetler güvenilir olarak tespit edilmiştir.

2. e-Belediye Portalinde encümen kararlarının eksik olması, sisteme giriş için kullanılan e-Devlet ile giriş seçeneğinin çalışmaması, kent rehberinde yer alan verilerin önemli yerlerdeki bazı alanların örtüşmemesi, nöbetçi eczanelerin bulunamaması, en yakın önemli yerin bulunamaması ile ilgili problemler tespit edilmiş olup diğer hizmetler güvenilir olarak tespit edilmiştir.

3. e-Belediye Portalinde bina aşınma oranlarında ve çevre temizlik tarifelerinde hatalar olması, imar durum sorgulama hizmetinde bazı verilerde güncel olmayan ve eksik olan hususlar olması ve bu hizmet için bazı fonksiyonların çalışmaması, sünnet kayıt formu, üniversiteyi ilk defa kazanan ihtiyaç sahibi öğrencilere sosyal yardım formu, 2017 piknik alanı talep formu ve etkinlik başvuru hizmetlerinde verilerin güncel olmaması, kurs başvurusu yapılırken kurs listelerinin görüntülenemesi ile ilgili problemler tespit edilmiş olup diğer hizmetler güvenilir olarak tespit edilmiştir.

4. Belediye e-Belediye Portalinde kariyer merkezi isimli e-hizmet servisinden cevap alınamaması, kent rehberi hizmetindeki adres ve iletişim bilgilerindeki eksiklikler, e-nikah hizmetinin bütünlükten yoksun olması ve teknik olarak mümkün olmayan tarihlerin yer alması, arsa rayiç değer hizmetinde bazı sokaklara ilişkin veri gelmemesi, çevre temizlik vergisi hizmetinde tüm derecelerin 1 olarak ile ilgili problemler tespit edilmiş olup diğer hizmetleri güvenilir olarak tespit edilmiştir.

5. Belediyesi e-Belediye Portalinde Meclis-Encümen Oturumları hizmetinde encümen gündem ve kararlarının bütünlükten yoksun olması, meclis kararlarından veri gelmemesi, bina aşınma oranları hizmetinde yer alan oranların yanlış olması, çevre temizlik tarifeleri hizmetinde doğru bilgilerin olmaması, güvenlik linkinden veri gelmemesi, iletişim ve gizlilik linklerinden hata gelmesi güvenilirlik ile ilgili problemler tespit edilmiş olup diğer hizmetler güvenilir olarak tespit edilmiştir.

Güvenlik

1. Belediye e-belediye portalinde güvenlik ve gizlilik ile ilgili bir taahhüt bulunamamıştır. Oturum açılırken yalnızca e-Devlet Kapısı girişi uygulamasının kullanılması olumlu bir özellik olarak değerlendirilmiştir. Hizmetler üzerinde genel bir Captcha / kullanıcı kodu kullanımı tespit edilmemiştir.
2. Belediyenin e-Belediye portalinde güvenlik ve gizlilik ile ilgili bir taahhüt bulunamamıştır. E-Devlet ile Girişin yanında tek faktörlü doğrulama ile giriş mümkündür. Hizmetler üzerinde genel bir Captcha / kullanıcı kodu kullanımı tespit edilmemiştir.
3. Belediyenin e-Belediye portalinde güvenlik ve gizlilik ile ilgili bir taahhüt bulunamamıştır. E-Devlet ile Girişin yanında tek faktörlü doğrulama ile giriş mümkündür. Hizmetler üzerinde genel bir Captcha / kullanıcı kodu kullanımı tespit edilmemiştir.
4. Belediyenin e-belediye portalinde yer alan güvenlik ve gizlilik linkinin çalışmadığı tespit edilmiştir. Sisteme yalnızca tek faktörlü doğrulama ile giriş mümkündür. Hizmetler üzerinde genel bir Captcha / kullanıcı kodu kullanımı tespit edilmemiştir.
5. Belediyenin e-belediye portalinde yer alan güvenlik ve gizlilik linkinin çalışmadığı tespit edilmiştir. Sisteme yalnızca tek faktörlü doğrulama ile giriş mümkündür. Hizmetler üzerinde genel bir Captcha / kullanıcı kodu kullanımı tespit edilmiştir.

Etkileşim

- 1., 2. ve 3. Belediyenin e-Belediye Portalleri etkileşim kurulabilecek talep şikayet hizmetleri bulunmaktadır.
4. ve 5. Belediyelerin e-Belediye portallerinde etkileşim kurulabilecek herhangi bir hizmet tespit edilememiştir.

6.Sonuçlar ve Tartışmalar

e-Belediye hizmetleri sunulan e-Portalden bağımsız olarak ele alındığında kurumsal eşbiçimlilik baskılarının özellikle olgunluk seviyesi yüksek ve bütünleşik hizmetlerin geliştirme sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Bu baskılar e-belediye sistemleri arasında da eşbiçimliliğe neden olup benzer kurumsal baskılara maruz kalan belediyelerin hizmetleri de birbirine benzemektedir.

e-Belediye hizmetleri e-Belediye Portalı ile birlikte ele alındığında güvenlik boyutu itibariyle e-hizmet kalitesi yüksek kurumsal baskıya maruz kalan belediyelerde e-Devlet giriş yönteminin entegrasyonu nedeniyle görece diğer belediyelerden yüksek bulunmuştur. Güvenilirlik ve etkileşim boyutları itibariyle e-hizmet kalitesine kurumsal baskıların önemli bir etkisinin olduğu söylenememektedir. e-Hizmet kalitesine kullanım kolaylığı boyutu itibariyle bakıldığında ise farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek sayıda ve nitelikte e-belediye hizmetleri sunulması e-belediye sistemlerini karmaşıktırdığı ve e-Belediye portalinin hızını azalttığı için kaliteyi düşürmekle beraber bu konuda yüksek sayıda hizmet sunan belediyelerin iyileştirmeler yaparak sistemlerini geliştirebilecekleri değerlendirilmektedir.

e-Belediyecilik çalışmaları Kurumsal Eşbiçimlilik Teorisi ışığında değerlendirildiğinde ise teori ile örtüşen sonuçlar ile beraber örtüşmeyen sonuçların da olduğu ileri sürülebilmektedir.

Şöyle ki; Kurumsal Eşbiçimlilik Teorisi değişimin daha kalıcı performans ortaya çıkarmak yerine meşruiyet kaygısıyla ortaya çıktığını örgütlerin teknik çevrelerinin yanında düzenleyici, normatif ve kültürel-bilişsel boyutları olan kurumsal çevrelerini de dikkate alması optimizasyon gibi ekonomik kriterlerden ziyade organizasyonların meşruiyet kazanmak için



yapı, süreç ve faaliyetlere uyumunun ve uyum sağlanan bu unsurların zamanla kurumsallaşacağını da vurgulamaktadır (Oliver, 1997).

Bu bağlamda e-Belediye hizmetleri ve e-Belediye portalleri arasında ortaya çıkan benzerliklerin kalıcı performans elde etme amacı yanında diğer belediyelerin ne yaptığını sorgulayarak meşruiyet kaygısının sonucu olduğu görülmektedir. Nitekim profesyonel belediyelerin e-belediye portalinde ortak olarak bulunan yapı ruhsatı ve e-eksper gibi hizmetlerin performans artırdığı hizmet kullanım sayıları itibarıyla görülebilenken, diğer birçok hizmetin performans artırmaktan çok uzak olduğu düşük kullanım sayıları itibarıyla görülmektedir.

Bir diğer önemli sonuç kurumsal eşbiçimliliğin normatiflik ve zorlayıcılık alt boyutlarının hizmet kalitesi üzerinde etkisinin bulunduğu ve kaliteyi artırmak için profesyonel bir yapının kurulması ve çalışmaların üst yönetim tarafından takibi gerekliliğidir. Taklitçilik boyutu ise üzüm üzümüne baka baka kararır ata sözünde olduğu gibi kaliteli e-belediye sistemlerini taklit etmek kaliteli hizmet sunumuna, kalitesiz e-belediye sistemlerini taklitle etmek de kalitesiz hizmet sunuma neden olmaktadır.

Kaynakça

- Alzola, L. M., & Robaina, V. P. (2006). "Tangibility as a quality factor in electronic commerce B2C", *Managing Service Quality*, 320-338.
- Barnes, S. j., & Vidgen, R. T. (2002). "An integrative approach to the assessment of e-commerce quality", *Journal of Electronic Commerce Research*, 114-27.
- Bauer, H. H., Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006). "A transaction process-based approach for capturing service quality in online shopping", *Journal of Business Research*, 866-875.
- Bhattacharya, D., Gulla, U., & Gupta, M. P. (2017). "E-service quality model for Indian government portals: citizens' perspective", *Journal of Enterprise Information Management*, 246-271.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*, Boston: Allyn and Bacon.
- Brebner, M., & Parkinson, M. (2006). The accessibility of New Zealand public library web sites to people who are blind or vision impaired. LIANZA Conference 2006. Wellington.
- Burns, L. R., & Wholey, D. (1993). "Adoption and Abandonment of Matrix Management Programs: Effects of Organizational Characteristics and Inter-Organizational Networks", *Academy of Management Journal*, 106-138.
- Bwalya, K. J., & Healy, M. (2014). "Harnessing e-Government Adoption in the SADC Region: a Conceptual Underpinning", *Electronic Journal of e-Government*, 23-32.
- Chuang, Y. T., Henney, D. A., & Thomson, K. (2000). Diversity and Smilarity of Organizational Form in New York City Newspapers 1801-1988., (p. Annual Meeting of Academy of Management). Toronto.
- Clyde, A. L. (2000). "Library and the web: A strategic planning approach to web site management", *The Electronic Library*, 97-108.
- Collier, J. E., & Bienstock, C. C. (2006). "Measuring service quality in e-retailing", *Journal of Service Research*, 260-275.
- Connolly, R., Bannister, F., & Kearney, A. (2010). "Government website service quality: a study of the Irish revenue online service", *European Journal of Information Systems*, 649-667.



- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists*. Londra: Routledge Publications.
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. (1991). *The New Institutionalism In Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", *American Sociological Review*, 147-160.
- Ding, D. X., Hu, P. H., & Sheng, O. L. (2011). "e-SELFQUAL: A scale for measuring online self-service quality", *Journal of Business Research*, 508-515.
- Eschenfelder, K. R. (2004). "Behind the web site: An inside look at the production of web-based textual government information", *Government Information Quarterly*, 337-358.
- Francis, J. E., & White, L. (2002). "A scale for measuring customer expectations and perceptions of quality in Internet retailing", *Marketing educators' conference: Marketing theory and applications*, (pp. 263-270).
- Garg, A., & Godse, V. (2007). *From E-governmen*. Retrieved from http://w.csigov.org/1/2_313.pdf
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model", *MIS Quarterly*, 51-90.
- George, E., Chattopadhyay, P., Sitkin, S. B., & Barden, J. (2006). "Cognitive Underpinnings of Institutional Persistence and Change: A-Framing Perspective", *Academy of Management Review*, 347-365.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. London: Aldine Transaction.
- Goodstein, J. D. (1994). "Institutional Pressures and Strategic Responsiveness: Employer Involvement in Work-Family Issues", *Academy of Management Journal*, 37(2), 350-382.
- Gullikson, S., Blades, R., Bradgon, M., McKibbin, S., Sparling, M., & Toms, E. G. (1999). "The impact of information architecture on academic web site usability", *The Electronic Library*, 293-304.
- Herrera-Viedma, E., Pasi, G., Lopez-Herrer, A., & Porcel, C. (2006). "Evaluating the information quality of web sites: A methodology based on fuzzy computing with words", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 538-549.
- Janita, M. S., & Miranda, F. J. (2013). "Exploring Service Quality Dimensions in B2B e-MarketPlaces", *Journal of Electronic Commerce Research*, 363-386.
- Johnson, C. L. (2007). "A framework for pricing government e-services", *Electronic Commerce Research and Applications*, 484-489.
- Kang, Y. S., & Kim, Y. J. (2006). "Do visitors interest level and perceived quantity of Web page content matter in shaping the attitude toward a Website?", *Decision Support Systems*, 1187-1202.
- Kanter, R. M. (1972). *Commitment and Community: Communes Utopies in Sociological Perspective*. Boston: Harvard University Press.



- Karademir, B. (2004). Institutional Isomorphism, Markets, Firm Resources and Business Group Corporate Diversification in Emerging Economies: A Study of Turkish Business Groups. Doctorate Dissertation. Adana.
- Katerattanakul, P., & Siau, K. (1999). Measuring information quality of web sites: Development of an instrument. 20th international conference on Information Systems, (pp. 279-285). North Carolina.
- Koçel, T. (2005). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Basım.
- Kumar, S. P., Rani, J. K., Umashankar, C., & Ramana, V. V. (2010). "e-Governance Applications for citizens - Issues and Framework", International Journal on Computer Science and Engineering, 2362-2365.
- Lawrance, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). Organizational and Environment Managing Differentiation and Integration. Boston: Harvard Business School.
- Loiacono, E. T., Watson, R. T., & Goodhue, D. (2002). WebQual™: A Web Site Quality Instrument. In AMA Winter Conference. Austin.
- Lu, J., Shambour, Q., & Zahang, G. (2009). Recommendation technique-based government to business personalized e-services. 28th North American Fuzzy Information Processing Society Annual Conference, (pp. 1-6). Cinninnati.
- Means, G., & Schneider, D. (2000). Meta-capitalism: The e-business revolution and the design of 21st century companies and markets. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). "Institutional Organizations. Formal Structure as Myth and Ceremony", American Journal of Sociology, 340-363.
- Milakovich, M. E. (2012). "Digital Governance: New Technologies for Improving Public Service and Participation. New York: Routledge.
- Muir, A., & Oppenheim, C. (2002). "National Information Policy developments worldwide in electronic government", Journal of Information Science, 173-186.
- Oliver, C. (1988). "The collective strategy framework: an application to competing predictions of isomorphism" Administrative Science Quarterly, 543-561.
- Oliver, C. (1997). "Sustainable competitive advantage: combining institutional and resource-based views", Strategic Management Journal, 697-713.
- Papadomichelaki, X., & Mentzas, G. (2012). "E-GovQual: A multiple-item scale for assessing E-government service quality", Government Information Quarterly, 98-109.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL)", The Journal of Marketing, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). "E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality", Journal of Service Research, 213-233.
- Realini, A. F. (2004). G2G E-Government: The Big Challenge for Europe. G2G E-Government: The Big Challenge for Europe.
- Salahuddin, M., & Rusli, A. (2005). Information systems planning for e-government in Indonesia. Second International Conference on Innovations in Information Technology, (pp. 1-10). Dubai.

- Santos, J. (2003). "e-Service quality: A model of virtual service quality dimensions", *Managing Service Quality*, 233-246.
- Scott, W. (1995). *Institutions and Organizations. Ideas, Interests and Identities*. Thousand Oaks: Sage.
- Snape, D., & Spencer, L. (2003). *The Foundations of Qualitative Research*. In J. Ritchie, & J. Lewis (Eds.), *Qualitative Research Practice* (pp. 1-23). London: Sage.
- Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2008). "Assessing web service quality dimensions: The E-SERVPERF approach", *Issues in Information Systems*, 313-322.
- Verdegem, P., & Hauttekeete, L. (2007). *User centered e-government: measuring user satisfaction of online public services*. Lisbon: IADIS International.
- Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. (2008). Retrieved 2018, from Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0: <https://www.w3.org/TR/WCAG20/>
- Wirtz, B. W. (2010). *E - Government: Grundlagen, Instrumente, Strategien*. Wiesbaden: Gabler.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). "eTailQ: Dimensionalizing, measuring and predicting e-tail quality", *Journal of Retailing*, 183-198.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). "Developing a scale to measure the perceived quality of an Internet shopping site", *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 31-45.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2005). "Conceptual framework for understanding e-service quality: Implications for future research and managerial practice", *Journal of Service Research*, 1-21.
- Zhao, J., & Zhao, S. (2010). "Opportunities and threats: A security assessment of state e-government websites", *Government Information Quarterly*, 49-56.



Sosyal Kimlik Teorisi Açısından Örgütsel Özdeşleşmenin Teorik Temelleri*

Theoretical Foundations of Organizational Identification in Terms of Social Identity Theory

Mert GÜRLEK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, mgurlek@gazi.edu.tr

Muharrem TUNA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, muharrem@gazi.edu.tr

Öz

Sosyal kimlik teorisi, kişi ve sosyal gruplar arasındaki ilişkileri açıklayan en etkili sosyal psikoloji teorilerinden biri olarak bilinmektedir. Teorinin ilkeleri sosyal olguları açıklamak için değişik bilim dallarında kullanılmaktadır. Özellikle, örgütsel davranış alanında sosyal kimlik teorisinin temel varsayımları işgören tutum ve davranışlarını açıklamak için etkili bir teorik temel sağlamaktadır. Örgütsel özdeşleşme, sosyal kimlik teorisinin temel ilkelerinden yola çıkılarak açıklanan bir örgütsel davranış kavramıdır. Bu derleme çalışmasında örgütsel özdeşleşme kavramının altında yatan teorik temeli açıklama amacı güdülmektedir. Bu amaca matuf olarak, sosyal kimlik teorisinin ilkeleri açıklanmış, teorinin örgütsel özdeşleşmeye nasıl bir teorik temel sağladığı ortaya koyulmuş, özdeşleşmenin odakları ve boyutları incelenmiş ve son olarak örgütsel bağlılık ile ne tür bir farklılığa sahip olduğuna kısaca değinilmiştir.

Anahtar kelimeler: Örgütsel psikoloji, sosyal kimlik teorisi, örgütsel özdeşleşme

Abstract

Social identity theory is known as one of the most effective theories of social psychology that explain the relationship between self and group. The principles of the theory are used in different branches of science to explain facts. The basic assumptions of the theory of social identity provide an effective theoretical basis for explaining organizational behavior. Organizational identification is a concept of organizational behavior that is explained by way of basic principles of social identity theory. In this review study, we aim to explain the theoretical basis underlying the concept of organizational identification. For this purpose, social identity theory is explained, the theoretical basis for organizational identification is explained, the focuses and dimensions of identification are examined, and finally, what kind of difference it has with organizational commitment is briefly mentioned.

Keywords: Organizational psychology, social identity theory, organizational identification

*Bu çalışma ilk yazarın ikinci yazarın danışmanlığında hazırladığı doktora tezinden üretilmiştir.

Giriş

Günümüzde sosyal kimlik teorisinin örgütsel olguları açıklamadaki önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Yönetim araştırmacıları arasında sosyal kimlik teorisinin temel varsayımları giderek artan bir şekilde örgütsel bağlamlara uygulanmaktadır (Scott, 2007: 123). Sosyal kimlik: bireyin grup üyeliği sonucu oluşan kimlik algısını ifade etmektedir. Sosyal kimlik, benliğin sosyal ortamda sınıflandırılmasıdır (örn: biz ve onlar, iç grup ve dış grup, kadın ve erkek, X partisine üye veya Y partisine üye) (Tajfel, 1981; Mael ve Ashforth, 1992; Turner, Oakes, Haslam ve McGarty, 1994; Hornsey, 2008). Kişisel kimlik ben kimim sorusunun cevabı iken, sosyal kimlik biz kimiz sorusunun cevabıdır (Van Knippenberg ve Sleebos, 2006: 572). Tajfel (1982: 24) sosyal kimliği, “kişinin bir gruba üyeliğinden ve bu üyeliğe yüklediği duygusal ve değersel anlamdan kaynaklanan benlik kavramının bir parçası” olarak tanımlamıştır. Kişiler nasıl sosyal dünyada kendilerini bir grup ile tanımlıyorlarsa, benzer bir şekilde bir örgüte de tanımlayabilirler (Albert, Ashforth ve Dutton, 2000).

Sosyal kimlik teorisi, etnik ön yargı, sosyal gruplar arasında ayrımcılık, gruplar arası düşmanlık ve grup içi dayanışma gibi olayları açıklayan son derece verimli bir teoridir (Gautam, Van Dick ve Wagner, 2004; Van Dick, 2004). Teorinin kullanım alanı Ashforth ve Mael’in (1989) öncü araştırması ile örgütsel araştırmalara da uzanmıştır. Ashforth ve Mael (1989) örgütsel özdeşleşmeyi, sosyal özdeşleşmenin spesifik bir formu olarak değerlendirmiştir. Sosyal özdeşleşme, “bazı insan grupları ile birlik olma ya da o insan grubuna ait olma algısını” ifade ederken (Ashforth ve Mael, 1989:21), onun özel bir formu olan örgütsel özdeşleşme ise “kişinin bir örgüt ile birlik olma ya da o örgüte ait olma algısını ve örgütün başarı ve başarısızlığını kendi başarı ve başarısızlığı olarak görme deneyimini” ifade etmektedir (Mael ve Ashforth, 1992:103). Örgütsel özdeşleşme bir nevi kader ortaklığının örgütsel alandaki görünümüdür.

Ulusal örgütsel davranış yazınında pek çok kavramın altından yatan teorik kurgu bilinmemektedir; deyim yerindeyse gelişi güzel bir şekilde araştırma modellerine dahil edildiği ifade edilmektedir (Özen, 2000; Erdem, 2009; Akın ve Sezerel, 2015). Batı yazınında devşirilen kavramların, sorgusuz sualsiz kullanılmakta olduğu bir sır değildir. Yönetim araştırmacıları örgütsel olguları açıklamak için bu olgulara ilişkin geliştirilmiş veya değişik bilim dallarından adapte edilmiş kuramları bilmekle mükelleftirler (Özen, 2002). Bu derleme çalışmasında, yukarıdaki bahse konu edilen sorunların çözümüne küçük bir katkı sağlamak için örgütsel özdeşleşme kavramının altında yatan teorik temeli açıklamak amaçlanmaktadır.

Sosyal kimlik teorisi

Sosyal kimlik teorisi, Türk bilim adamı Muzaffer Şerif Başoğlu tarafından ileri sürülen gerçekçi grup çatışması teorisinin bazı açılarından tamamlayıcısı olarak Tajfel ve Turner (1979) tarafından geliştirilmiştir. Gerçekçi grup çatışma teorisi, kıt kaynakları kazanmada grup çıkarlarının bir sonucu olarak oluşan gruplar arası çatışmayı açıklamaktadır. Gruplar arasındaki bu gerçek çatışmalar, iç grup ile özdeşleşme ve bağlılık doğurmaktadır. Gerçekçi grup çatışma teorisinin grup kimliğinin geliştirilmesinin altında yatan süreçleri açıklamada eksik kaldığı ileri sürülmüştür (Tajfel ve Turner, 1979: 33-35). Bu eksikliği giderme gayesiyle Tajfel ve diğerleri (1971) grup kimliğinin nasıl geliştiğine yönelik bir araştırma (minimal grup paradigması) yapmıştır. Araştırmada, Bristol banliyölerinde bulunan bir okulda yer alan lise öğrencileri rastgele (randomly) gruplara ayrılmıştır. Fakat öğrencilere Klee ve Kandinsky adlı ressamın resimlerine ilişkin estetik tercihlerine (aesthetic preference) göre gruplandırıldıkları belirtilmiştir. Yani öğrenciler estetik tercihlerine göre gruplandırıldıklarını düşünmüşlerdir. Gruplar oluşturulduktan sonra, katılımcılardan maddi değer taşıyan ödülleri (para) diğer katılımcılara dağıtmaları talep edilmiştir. Araştırma sonuçları katılımcıların kendi gruplarının lehine hareket ettiklerini (favouring own group) göstermiştir. Bu deney, kişilerin rastlantısal



olarak gruplara bölünmesinin iç grubu kayırma (favour of the ingroup) ve dış gruba karşı ayrımcılık (discrimination) ile sonuçlandığını göstermiştir. Bu araştırmanın özgün değeri bireylerin rastgele gruplara ayrılmaları durumunda bile, kendi grubunu kayırdıklarını ortaya koymuş olmasıdır (Tajfel vd., 1971).

Aşağıda sosyal kimlik teorisinin temel varsayımları özetlenmiştir (Tajfel ve Turner, 1979: 40; Van Dick, 2001: 269): 1) insanlar olumlu bir benlik saygısı oluşturmak ve bunu korumak için mücadele ederler, 2) sosyal kimlik, benlik kavramının bir parçasıdır ve grup üyeliğinden kaynaklanır, 3) olumlu bir sosyal kimlik elde etmek ve korumak için birey kendi grubunu (iç grup) diğer gruplardan olumlu olarak algılamalıdır. Benlik kavramı kişisel kimlik ve sosyal kimlik olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. *Kişisel kimlik*: kişiyi sahip olduğu ayırt edici özellikler (spesifik kişilik özellikleri) nedeni ile diğer kişilerden farklı ve benzersiz kılan kimliği ifade ederken, *sosyal kimlik*: bireyin grup üyeliği sonucu oluşan kimlik algısını ifade etmektedir. Sosyal kimlik, benliğin sosyal ortamda sınıflandırılmasıdır (biz ve onlar, iç grup ve dış grup, kadın ve erkek, X partisine üye veya Y partisine üye) (Tajfer, 1981: 255; Ashforth ve Mael, 1989: 20-22; Brewer, 1991: 476; Mael ve Ashforth, 1992: 104-105; Turner, Oakes, Haslam ve McGarty, 1994: 454-455; Hornsey, 2008: 206-207). Kişisel kimlik ben kimim sorusunun cevabı iken, sosyal kimlik biz kimiz sorusunun cevabıdır (Van Knippenberg ve Sleebos, 2006: 572). Tajfel (1982: 24) sosyal kimliği, “kişinin bir gruba üyeliğinden ve bu üyeliğe yüklediği duygusal ve değersel anlamdan kaynaklanan benlik kavramının bir parçası” olarak tanımlamıştır.

Araştırmacılar kişinin bir iç grubun parçası olması ile ilgili üç zihinsel süreçten bahsetmişlerdir (Tajfel ve Turner, 1979; Ellemers, De Gilder ve Haslam, 2004): sosyal sınıflandırma, sosyal karşılaştırma ve sosyal özdeşleşme. *Sosyal sınıflandırma*: kişilerin sosyal çevreyi anlamlandırmak için kendisini ve diğer insanları sınıflandırmasını ifade etmektedir (Tajfel ve Turner, 1979: 40-42). Sosyal sınıflandırma, sosyal kimlik olayını açıklayan sosyo-bilişsel süreçlerden biridir. Bireyler kendilerini ve diğerlerini çeşitli sosyal grupların üyesi olarak sınıflandırma eğilimindedirler. Örneğin: birey diğer insanları siyah, beyaz, Müslüman, Hristiyan gibi kategorilere ayırmaktadır (Hogg, Terry ve White, 1995: 260-262; Cragun ve Cragun, 2006: 71-72). *Sosyal grup*: aynı sosyal grubun üyeleri olarak kendilerini algılayan bireylerin toplamını ifade eder. Bu nedenle, grup üyeliği için gerekli kriter, gruplar arası etkileşimin sıklığı veya bağımsız amaçlar değil, bireyin kendisini veya diğerlerinin onu bir grubun üyesi olarak tanımlamasıdır. Sosyal sınıflandırma, sadece benzerlik ve farklılıklar sonucunda bireylerin sosyal çevreyi sınıflandırmasına değil, aynı zamanda kendilerini ve diğerlerini tanımlamalarına imkan verir ve bireylerin kendilerini bir sosyal grup içerisinde konumlandırmalarını sağlar (Tajfel ve Turner, 1979: 40).

Sosyal özdeşleşme: kişinin kendisini sınıflandırdığı grubun kimliğini benimsemesini ve kimlik ile özdeşleşmesini ifade etmektedir. Özdeşleşme benzerlik ve farklılıkların bir sonucu olarak oluşmaktadır. Kişinin tutum ve değerleri ile diğer grup üyelerinin tutum ve değerleri arasındaki uyum ya da benzerlik özdeşleşmeyi artırmaktadır (Cragun ve Cragun, 2006: 71-72). Sosyal özdeşleşme, kişinin bir grup ile birlik olma ya da o gruba ait olma algısıdır. Örneğin bir kadın kendisini sınıflandırdığı gerçek ve sembolik grup açısından tanımlayabilir (ben bir Kanadalıyım, ben bir kadınam). Bu açıdan kadın grubunun kaderini kendi kaderi olarak algılar (Ashforth ve Mael, 1989: 20). Örnek ile devam edilecek olursa, kendisini Kanadalı olarak tanımlayan kadının kaderi Kanada’nın kaderi ile ortaktır. Kanada bir gemi olarak düşünülürse, Kanada’da batarsa ben de batırım algısı kadın ile ülkesi arasındaki özdeşleşmeyi göstermektedir.

Sosyal karşılaştırma: kişinin özdeşleştiği grubu diğer gruplar ile kıyaslamasını ifade etmektedir. Sosyal kimlikler sadece tanımlanmaz aynı zamanda karşılaştırılır. Gruplar arası karşılaştırma

sürecinde, kısmen sosyal kimliğe dayalı olarak olumlu benlik saygısına ulaşmak için kişiler dış gruplarca olumlu olarak değerlendirilen sosyal gruplar içerisinde kendini konumlandırmaya çalışırlar (Trepte, 2006: 258; Hogg, 2001: 186-188). Bu nedenle kişi kendi grubu ve diğer gruplar arasında ayırt edici unsurlar arar. İç grup için olumlu ayırt edici özellikler grup üyeleri için olumlu bir sosyal kimliğe işaret eder (Hogg, Abrams, Otten ve Hinkle, 2004: 256). Karşılaştırma sonucunda, eğer grubun sosyal kimliği kişiyi tatmin etmez ise, kişinin grup üyeliğinin sona ermesi muhtemeldir (Cragun ve Cragun, 2006: 71-72). Fakat kişi grubuna yönelik aidiyeti bitene veya grupta kalma mecburiyeti sona erene kadar, grubuna ait kötü yanları değil olumlu yanları vurgular. Bu iç grup kayırmacılığının temel nedeni: kişinin grubuna yönelik yapılacak kötü değerlendirmelerin, kendisini de ilgilendirdiğini (ortak kader algısı) düşünmesidir (Tajfel ve Turner, 1979: 42-44).

Sosyal kimlik teorisi ve benlik sınıflandırma teorisi müşterek olarak sosyal kimlik olgusunu açıklamaktadır. Bu iki teori özdeşleşme yapısını kavramsallaştırılmasında ve sosyal kimliğin nasıl geliştiğini anlamada verimli bir teorik temel öne sürmüştür (Van Dick, 2004:174). Sosyal kimlik teorisi (Tajfel ve Turner, 1979) sosyal benlik, grup süreçleri ve grupları arası ilişkileri açıklamak için oluşturulmuştur. Benlik sınıflandırma teorisi (Turner, Hogg, Oakes, Reicher ve Wetherell, 1987), ise sosyal kimlik teorisinin bir uzantısı ve detaydır. Grup içi davranışların temeli olarak sınıflandırma sürecini ayrıntılı olarak tartışmaktadır. İki teori farklı odak ve vurgulara sahip olmasına rağmen, çok sayıda ortak varsayımı paylaşır ve aynı ideolojik perspektife sahiptir (Hornsey, 2008: 207-208).

Benlik sınıflandırma teorisi bireylerin kendilerini üç farklı sevide sınıflandırdıklarını ve kıyasladıklarını belirtir (Van Dick, Wagner, Stellmacher, Christ ve Tissington 2005: 191): 1) insan olarak bir üst sevide (diğer türler ile karşılaştırdığında-insan kimliği), 2) birey olarak bir alt seviyede (kendisini diğer insanlar ile kıyaslar-kişisel kimlik), 3) bir sosyal grubun üyesi olarak orta seviyede (kendi grubunu diğer gruplar ile kıyaslar- sosyal kimlik). Benlik tanımlama seviyeleri arasında işlevsel bir düşmanlık olduğu varsayılır. Bir seviye daha belirgin oldukça diğer seviyeler daha az belirgin hale gelir. İnsanların erişebileceği sosyal kimlikler göz önüne alındığında, herhangi bir bağlamda hangi özel kimliğin sınıflandırma için temel olacağı aşağıda açıklanmıştır (Hornsey, 2008: 208). Benlik sınıflandırma teorisine göre, sınıflandırma hem özdeşleşmenin hem de belirginliğin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Özdeşleşme, kişinin sosyal sınıf içerisine girme derecesini ve sosyal sınıfın kişinin kimliği ile olan ilişkisini ifade eder (Van Dick ve diğerleri, 2005: 191), ve belirginlik, erişilebilirlik ve uyum kavramları üzerinde durur. Eğer sınıf ayrımı; a) algılanan gruplar arası farklılıkları maksimize ederse, b) grup için farklılıkları minimize ederse ve grup üyeliği bireyin beklentileri ile uyumlu ise birey ve örgüt arasındaki daha yüksek seviyede bir uyum oluşur. Ayrıca sınıflar önemli ve değerli olarak görülürse ulaşılabilir olur (Hornsey, 2008: 208). Uyum ve erişilebilirlik grubu belirgin hale getirir ve kişinin benlik sınıflandırmasında belirleyici olur.

Benlik sınıflandırma teorisinin diğer bir temel kavramı kişiliksizleşmedir. Kişiliksizleşme bireyin nasıl bir grup ile özdeş hale geldiğini açıklaması açısından önemlidir (Hornsey, Dwyer, Oei ve Dingle, 2009: 274). Paylaşılan sosyal kimlik belirgin olduğu zaman, kişisel benlik algısı kişiliksizleşme eğiliminde olur. Yani bireyler kendilerini daha az kişisel kimlikleri ile tanımlarken, daha fazla sosyal kimlikleriyle tanımlarlar. Örneğin bir kişi kendisini kadın değil de erkek olarak sınıflandırdığı (biz algısı) zaman, diğer erkekler ile benzerliğini (diğer erkekler ile şahsa özgü kişisel farklılıkları azaltma) ve kadınlardan farklılığını vurgulama eğiliminde olur (Turner vd., 1994: 455). Kişi kendini bir grup ile sınıflandırdığı zaman, algısal ve davranışsal olarak grup üyesi olur ve kişiliksizleşir. Kişiliksizleşme, sosyal kimliğin belirginleşmesi sonucu, kişisel kimliğin giderek görünmez hale gelmesini ifade eder. Kişiliksizleşme ilk bakışta, olumsuz bir anlama sahip (birey olmaktan çıkma, insanlıktan



uzaklaşma) olarak görülebilir. Fakat olumsuz bir anlam taşımaz. Burada kimliğin boyutunun durumsal olarak değişimi söz konusudur. Yani, birey bazı şartlardan (gruplar arası çatışma, ayrımcılık) daha çok etkilenir ve kişisel olarak hareket etmek yerine bir grubun üyesi olarak hareket etmeye başlar (Demirtaş, 2003: 131). Kişiliksizleşme ben kavramının biz kavramına dönüşmesidir (Brewer, 1991: 476).

Örgütsel Özdeşleşme

Örgütsel özdeşleşmeye yönelik geliştirilen tanımları: erken kavramsallaştırmalar (Foote, 1951; Kelman, 1958; Brown, 1969; Patchen, 1970; Lee, 1971; Hall, Schneider ve Nygren 1970; Cheney ve Tompkins, 1987; Cheney, 1982), ve sosyal kimlik teorisi çerçevesinde geliştirilen kavramsallaştırma olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür (Ashforth ve Mael, 1989). Sosyal kimlik teorisinin, örgütsel özdeşleşmeyi daha iyi açıkladığı bilinmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada örgütsel özdeşleşme sosyal kimlik teorisi açısından ele alınmaktadır.

Sosyal kimlik teorisi, etnik ön yargı, sosyal gruplar arasında ayrımcılık, gruplar arası düşmanlık ve grup içi dayanışma gibi olayları açıklayan son derece verimli bir teoridir. Teorinin kullanım alanı Ashforth ve Mael'in (1989) öncü araştırması ile örgütsel araştırmalara da uzanmıştır (Gautam ve diğerleri, 2004; Van Dick, 2004). Ashforth ve Mael (1989) örgütsel özdeşleşmeyi, sosyal özdeşleşmenin spesifik bir formu olarak değerlendirmiştir. Sosyal özdeşleşme, "bazı insan grupları ile birlik olma ya da o insan grubuna ait olma algısını" ifade ederken (Ashforth ve Mael, 1989: 21), onun özel bir formu olan örgütsel özdeşleşme ise "kişinin bir örgüt ile birlik olma ya da o örgüte ait olma algısını ve örgütün başarı ve başarısızlığını kendi başarı ve başarısızlığı olarak görme deneyimini" ifade etmektedir (Mael ve Ashforth, 1992: 103). Özdeşleşme kişinin kimliği ile örgütün kimliğinin birleşmesi ve kişinin kendi kimliğini kısmen kaybederek kimliksizleşmesidir (Lee, Park ve Koo, 2015: 1050). Örgütsel özdeşleşmenin sosyal özdeşleşmenin spesifik bir formu olarak görülmesinin altında yatan temel varsayımı şöyle açıklamak mümkündür: kişi nasıl kendisini bir grup ile tanımlıyorsa (sosyal özdeşleşme), aynı şekilde herhangi bir örgüt ile de tanımlayabilir (örgütsel özdeşleşme). Kişinin ait olduğu grup kişinin kim olduğu hakkında nasıl kısmen bilgi veriyorsa, aynı şekilde örgütte kişinin kim olduğu hakkında kısmen bilgi verebilir. Ashforth ve Mael (1989) örgütsel özdeşleşmenin bilişsel boyutuna odaklanmışlardır. Özdeşleşme birey ve örgüt arasındaki bilişsel bağ ile ilişkilidir. Bu açıdan birey örgütün bir parçası, bir üyesi olduğunu bilmektedir. Bireyin örgütün başarısı ve başarısızlığını kendi başarı ve başarısızlığı gibi görmesinin temel sebebi kendisini örgütün bir üyesi olarak tanımlamasıdır. Bu durum bir nevi kader ortaklığını (intertwined with the fate of the group) ifade etmektedir (Mael ve Ashforth, 1992: 103-105).

Özdeşleşmenin Boyutları ve Odakları

Örgütsel bağlamda özdeşleşmeyi analiz etmek için özdeşleşmenin farklı yönlerini ayrı ayrı incelemek gerekmektedir. Özdeşleşmenin iki ayrı yönü bulunmaktadır: *özdeşleşmenin boyutları ve özdeşleşmenin odakları*. Kavramın teorik yapısını akıcı bir şekilde açıklamak için ilk olarak özdeşleşmenin boyutlarına değinmekte yarar vardır (Van Dick, 2004: 181). Tajfel (1982: 24) sosyal kimliği, "kişinin bir gruba üye olma bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği duygusal ve değersel anlamdan doğan benlik kavramının bir parçası" olarak tanımlamıştır. Bu tanıma göre, sosyal kimlik üç boyuta ayrılabilir. 1) belirli bir grubun üyesi olmanın bilgisini ifade eden bilişsel boyut, 2) gruba yönelik duygusal ilgiyi ifade eden duygusal boyut, 3) iç ve dış gruplarca örgüte verilen değer çağrışımlarını ifade eden değerlendirici boyut (Van Dick, 2004: 181). Ayrıca bu boyutlara ek olarak, kişinin örgüt lehinde davranışlar göstermesini ifade eden davranışsal özdeşleşmenin dördüncü boyut olarak eklenebileceği belirtilmiştir (Van Dick, 2001; Van Dick, Wagner, Stellmacher ve Christ, 2004; Gautam ve diğerleri, 2004). Van Dick (2001) ortaya koyduğu entegre modelde bu üç boyutun birbiri ile ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Modele göre, birey ilk olarak kendini örgütün bir üyesi olarak görür (bilişsel boyut), eğer bilişsel özdeşleşme oluyorsa, diğer boyutlar devreye girer ve birey kendini duygusal, değerlendirici ve davranışsal açıdan örgüt ile tanımlar. Boyutlar arasındaki ilişki şöyle işlemektedir; birey kendini bir örgütün üyesi olarak görür ve daha sonra örgütün dış kesimler tarafından olumlu değerlendirildiğini gözlemler ise duygusal özdeşleşmesi artar. Bunu takiben örgüte yönelik duygusal tutum, davranışsal özdeşleşmeyi artırır (Van Dick, 2001: 272).

Özdeşleşmenin değişik odakları benlik sınıflandırma teorisi temelinde açıklanmaktadır. Bu teoriye göre, bireyler kendilerini kişisel seviyede, grup üyesi olarak grup seviyesinde, diğer türlere kıyasla insani seviyesinde sınıflandırabilirler (Van Dick ve diğerleri, 2005: 191). Benlik sınıflandırma seviyesi, bağlamsal değişiklikler yolu ile belirgin hale gelebilir. Sınıflandırma, örgütsel özdeşleşme açısından ele alındığında, birey kendini kariyer ile tanımlayabilir (kişisel seviye), örgüt içerisindeki farklı bir alt birim ile tanımlayabilir- sosyal seviye- (çalışma birimi, departman), bir bütün olarak örgütü ile birlikte tanımlayabilir. Daha açık bir anlatımla, kişi sadece örgütü ile değil, aynı zamanda örgüt içi gruplar ve kariyeriyle hatta mesleği ile özdeşleşebilir (Van Dick ve diğerleri, 2004: 172).

Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Bağlılık

Örgütsel özdeşleşme ile örgütsel bağlılık bazı açılardan birbirine benzerdir. Bu nedenle iki kavram arasındaki farklılıklara değinmekte yarar bulunmaktadır. Bağlılık ve özdeşleşme farklı mekanizmalar yolu ile gelişir. Özdeşleşme, algılanan benzerlik ve ortak kader algısına temelinde gelişirken, bağlılık daha çok sosyal değişim temelinde gelişir (Cole ve Bruch, 2006: 589). Van Knippenberg ve Sleebos (2006) bu farklılığın nedenini detaylandırmıştır: bağlılık, kişi ve örgüt arasındaki ilişkileri psikolojik olarak iki ayrı varlık arasındaki ilişkiler olarak görürken, özdeşleşme birey ve örgütü ayrı varlıklar olarak değil, içe içe geçmiş, teklik duygusu sahip varlıkları olarak görür. Yani örgüt bireyin benlik kavramına dahil olur. Sosyal değişim yaklaşımı, iki ayrı varlık arasındaki karşılıklı çıkar paylaşımı ifade eder. Buna göre bağlılık, özdeşleşmeden daha çok birey ve örgüt arasındaki sosyal değişim ilişkilerinin kalitesine bağlıdır (Van Knippenberg ve Sleebos, 2006: 573-574).

Sonuç

Sosyal kimlik teorisi grup üyeliği, grup süreçleri ve gruplar arası ilişkilerin sosyal psikolojik bir analizidir (Hogg ve Reid, 2006). Teorinin temelleri ilk olarak 1970'li yılların başında Henri Tajfel tarafından geliştirilmiştir ve o zamandan beri, sosyal psikolojinin benlik ve grup arasındaki ilişkileri açıklayan en etkili teorilerinden biri olarak görülmektedir (Hogg, 2006). Sosyal kimlik teorisi, kişinin kendisini bir sosyal grup ile tanımlaması, derin aitlik hissetmesi ve bunun sonucunda ait hissettiği sosyal kimliği benliğinin bir parçası haline getirmesi fikrine dayanmaktadır (Tajfel, 1978; 1982). Teoriye göre, kişi kendisini bir grupla ile sınıflandırdığı zaman, giderek kendi kimliğini kaybederek grubun kimliği ile kendisini tanımlamaktadır (Hornsey, Dwyer, Oei ve Dingle, 2009). Diğer bir ifadeyle ben kavramı yerini biz kavramına bırakmakta, kişinin kaderi kendisini ait hissettiği grubun kaderiyle ortak olmaktadır (Turner, Oakes, Haslam ve McGarty 1994).

Araştırmacılar kişinin bir iç grubun parçası olması ile ilgili üç zihinsel süreçten bahsetmişlerdir (Tajfel ve Turner, 1979; Ellemers, De Gilder ve Haslam, 2004). *Sosyal sınıflandırma*: kişilerin sosyal çevreyi anlamlandırmak için kendisini ve diğer insanları sınıflandırmasını ifade etmektedir (Tajfel ve Turner, 1979: 40-42). Örneğin: Galatasaraylılar- Fenerbahçeliler, Müslümanlar-Yahudiler. *Sosyal özdeşleşme*: kişinin kendisini sınıflandırdığı grubun kimliğini benimsemesini ve kimlik ile özdeşleşmesini ifade etmektedir (Cragun ve Cragun, 2006: 71-72). Örneğin: Galatasaray'a yapılan hakaret bana yapılmıştır, yenilgisi benim yenilgim, galibiyeti,



benim galibiyetimidir anlayışı sosyal özdeşleşmeyi ifade etmektedir. *Sosyal karşılaştırma*: kişinin özdeşleştiği grubu diğer gruplar ile kıyaslamasını ifade etmektedir. Sosyal kimlikler sadece tanımlanmaz aynı zamanda karşılaştırılır. Gruplar arası karşılaştırma sürecinde, kısmen sosyal kimliğe dayalı olarak olumlu benlik saygısına ulaşmak için kişiler dış gruplarca olumlu olarak değerlendirilen sosyal gruplar içerisinde kendilerini konumlandırmaya çalışırlar (Trepte, 2006: 258; Hogg, 2001: 186-188).

Yukarıda bahsedilen üç zihinsel süreçten sosyal özdeşleşme, örgütsel özdeşleşmeye teorik temel sağlamaktadır. Örgütsel özdeşleşme, sosyal özdeşleşmenin spesifik bir formudur. Sosyal özdeşleşme, “bazı insan grupları ile birlik olma ya da o insan grubuna ait olma algısını” ifade ederken (Ashforth ve Mael, 1989: 21), örgütsel özdeşleşme ise “kişinin bir örgüt ile birlik olma ya da o örgüte ait olma algısını ve örgütün başarı ve başarısızlığını kendi başarı ve başarısızlığı olarak görme deneyimini” ifade etmektedir (Mael ve Ashforth, 1992: 103). Özdeşleşme kişinin kimliği ile örgütün kimliğinin birleşmesi ve kişinin kendi kimliğini kısmen kaybederek kimliksizleşmesidir (Lee, Park ve Koo, 2015: 1050).

Ulusal yazında pek çok kavramın altından yatan teorik kurgu açıklanmaksızın, uyarlanan bir ölçek yardımıyla araştırmalara konu edildiği ifade edilmektedir (Özen, 2000; Erdem, 2009; Akın ve Sezerel, 2016). Yönetim ve örgüt alanında çalışan araştırmacılar olguları açıklamak için geliştirilmiş veya değişik bilim dallarından adapte edilmiş kuramları bilmeleri ve araştırmalarında kullanmaları gerekmektedir (Özen, 2002). Örneğin X değişkenin hangi kurama dayalı olarak Y değişkenini etkilediği mutlaka açıklanmalıdır. Bu derleme çalışmasında örgütsel özdeşleşmenin sosyal kimlik teorisi açısından teorik temellerini açıklanarak yukarıdaki bahse onu edilen sorunun çözümüne küçük bir katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu amaca matuf olarak, sosyal kimlik teorisinin ilkeleri açıklanmış, teorisinin örgütsel özdeşleşmeye nasıl bir teorik temel sağladığını ortaya koyulmuş, özdeşleşmenin odakları ve boyutları incelenmiş ve son olarak kavramın örgütsel bağlılık ile ne tür bir farklılığa sahip olduğuna kısaca değinilmiştir. Her ne kadar batı ülkelerinde yapılan araştırmalar örgütsel özdeşleşme ve örgütsel bağlılık arasındaki farklılıkları amprik olarak ortaya koymuş olsada (örn: Van Knippenberg ve Sleebos 2006), farklı bir kültürel bağlam olan Türkiye’de iki kavram arasındaki farklılıkların amprik olarak incelenmesi gelecek araştırmalara tavsiye edilmektedir.

Kaynakça

- Akın, M. H. ve Sezerel, H. (2015). Öykünme ve özgünlük alanındaki liderlik araştırmaları üzerine eleştirel bir inceleme, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2) 715-732.
- Albert, S., Ashforth, B. E. and Dutton, J. E. (2000). Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges. *Academy of Management Review*, 25(1), 13-17.
- Ashforth, B. E. and Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475-482.
- Brown, M. E. (1969). Identification and some conditions of organizational involvement. *Administrative Science Quarterly*, 3(14) 346-355.
- Cheney, G. (1982). *Organisational identification as a process and product: a field study*. Unpublished master’s thesis, Purdue University, Indiana

- Cheney, G. and Tompkins, P. K. (1987). Coming to terms with organizational identification and commitment. *Central States Speech Journal*, 38(1), 1-15.
- Cole, M. S. and Bruch, H. (2006). Organizational identity strength, identification, and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 585-605.
- Cragun, R. and Cragun, D. (2006). *Introduction to sociology*. Blacksleet River.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Ellemers, N., De Gilder, D. and Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29(3), 459-478.
- Erdem, F. (2009). Örgütsel davranış araştırmalarında niş alanlar nasıl belirleniyor? Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi yazını üzerine kısa bir değerlendirme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 65- 78.
- Foot, N. N. (1951). Identification as the basis for a theory of motivation. *American Sociological Review*, 16(1), 14-21.
- Gautam, T., Van Dick, R. and Wagner, U. (2004). Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology*, 7(3), 301-315.
- Hall, D. T., Schneider, B. and Nygren, H. T.. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 176-190.
- Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5(3), 184-200.
- Hogg, M. A. (2006). Social identity theory. In P. J. Burke (Ed.), *Contemporary social psychological theories* (Vol. 13, pp. 111-1369). Stanford, CA: Stanford University Press
- Hogg, M. A. and Reid, S. A. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication theory*, 16(1), 7-30.
- Hogg, M. A. and Terry, D. I. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of Management Review*, 25(1), 121-140.
- Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S. and Hinkle, S. (2004). The social identity perspective intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small Group Research*, 35(3), 246-276.
- Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4) 255-269.
- Hornsey, M. J. (2008). Social identity theory and self-categorization theory: A historical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 204-222.
- Hornsey, M. J., Dwyer, L., Oei, T. P. and Dingle, G. A. (2009). Group processes and outcomes in group psychotherapy: Is it time to let go of "cohesiveness"? *International Journal of Group Psychotherapy*, 59(2), 267-278.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1) 51-60.



- Lee, E. S., Park, T. Y. and Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(5), 1049-1080.
- Lee, S. M. (1971). An empirical analysis of organizational identification. *Academy of Management Journal*, 14(2), 213-226.
- Mael, F. and Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Özen, Ş. (2000). Türk yönetim/organizasyon yazınında yöntem sorunu: Kongre bildirileri üzerine bir inceleme. *DAÜ Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 89-118.
- Özen, Ş. (2002). Türkiye'deki örgütler/yönetim araştırmalarında törensel görgülcülük sorunu. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 5-31.
- Patchen, M. (1970). *Participation, achievement, and involvement on the job*. New Jersey: Prentice Hall.
- Scott, C. R. (2007). Communication and social identity theory: Existing and potential connections in organizational identification research. *Communication Studies*, 58(2), 123-138.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge: CUP Archive.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge: CUP Archive.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1-39.
- Tajfel, H. (Ed.). (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin and S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks-Cole, 33-47.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P. and Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), 149-178.
- Trepte, S. (2006) Social identity theory. In Bryant, J., Vorderer, P. (Eds), *Psychology of Entertainment*, New York: Routledge, pp. 255-271.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. and Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Turner, J. C., Oakes, P. J., Haslam, S. A. and McGarty, C. (1994). Self and collective: Cognition and social context. *Personality and social psychology bulletin*, 20, 454-454.
- Van Dick, R. (2001). Identification in organizational contexts: Linking theory and research from social and organizational psychology. *International Journal of Management Reviews*, 3(4), 265-283.
- Van Dick, R. (2004). *My job is my castle: Identification in organizational contexts*. In Cooper, C. L. and Robertson, I. T. (Eds.). *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, (Vol. 19). Chichester, UK: John Wiley & Sons, 171-204.



Van Dick, R. (2004). *My job is my castle: Identification in organizational contexts*. In Cooper, C. L. and Robertson, I. T. (Eds.). *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, (Vol. 19). Chichester, UK: John Wiley & Sons, 171-204.

Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. and Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter?. *Journal of Occupational and Organizational psychology*, 77(2), 171-191.

Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J., Christ, O. and Tissington, P. A. (2005). To be (long) or not to be (long): Social identification in organizational contexts. *Genetic, Social, And General Psychology Monographs*, 131(3), 189-218.

Van Knippenberg, D. and Sleafos, E. (2006). Organizational identification versus organizational commitment: self-definition, social exchange, and job attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 571-584.



Tokat İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesi

Investigation and Development of Gastronomy Tourism Potential of Tokat Province

Handan ÖZÇELİK BOZKURT

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, handan.ozcelik@gop.edu.tr

Öz

Tokat ili tarihi, kültürü ve doğası ile artan bir turizm potansiyeline sahiptir. Zengin tarihi mirası ve kültürü ile farklı turizm türlerine yönelik ev sahipliği yapmaktadır. Bu turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmi; son yılların pek çok turizm destinasyonunu güçlendiren önemli bir turizm çeşididir. Tokat için de gelir getiren ve gelecek yıllarda çok daha yüksek oranda talep edilecek olan bir alternatif turizm türüdür. Bu araştırmanın amacı; Tokat ilinde gastronomi turizminin mevcut durumunu tespit etmek ve gastronomi turizmi açısından potansiyelini ortaya çıkarmaktır. Çalışma kapsamında; gastronomi turizmine yönelik literatür incelemesi gerçekleştirilerek; gastronomi turizminin tarihsel gelişimi, gastronomi turizmi kavramı ve destinasyonlar için önemine değinilmiştir. Tokat ilinin gastronomi turizm potansiyeli ele alınarak; Tokat ilinde gastronomi turizminin önündeki fırsatlar, tehditler, güçlü ve zayıf yönler değerlendirilmiştir. Genel bir değerlendirmeye özel sektör, kamu kurumları ve araştırmacılara bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizm, Swot Analizi, Tokat turizmi, turizm.

Abstract

Tokat province has an increasing tourism potential with its history, culture and nature. It is hosted to rich historical heritage and culture and different kinds of tourism. One of these tourism types, gastronomic tourism; is an important type of tourism that has strengthened many tourism destinations in recent years. It is an alternative type of tourism that brings income for Tokat and will be demanded much higher in the years to come. The purpose of this research; To determine the current situation of gastronomic tourism in Tokat province and to reveal its potential in terms of gastronomic tourism. Scope of work; by conducting a literature review on gastronomy tourism; the historical development of gastronomic tourism, the concept of gastronomic tourism and the importance of destinations. Considering the gastronomy of Tokat province with the potential of tourism; The opportunities, threats, strengths and weaknesses of gastronomic tourism in Tokat province are evaluated. Some suggestions have been made to the private sector, public institutions and researchers with a general evaluation.

Keywords: Gastronomy tourism, Swot analysis, Tokat tourism, tourism.

Giriş

Turizmin yapısı gereği sunduğu hizmetler, sahip olduğu çekicilikler, nitelikli iş gücü ve özgün bir pazarlama yönetimi ile rakipleri ile aynı platformda yer aldığı bilinmektedir. Pazarda kalmak ve rakiplerine nazaran daha büyük bir pay alabilmek adına sadece ürünlerin niteliği ve özgünlüğü değil aynı zamanda o ürünler ile marka bir destinasyon olması da önemlidir. Özellikle turizmin hızlı güncellenen yapısı bilginin kısa sürede değişimini ve yenilenmesini gerekli kılmakta; marka imajı yüksek destinasyonlar ise en karlı biçimde bu pazarda kalmaktadır. Hemen hemen her destinasyonun karakteristik yapısı ve kendine özgün kimliği olsa da; bazı pazarlama çabaları bu imajın oluşmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son dönemlerde pek çok destinasyonun kullandığı bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi destinasyon markalaşmasında ve rekabet edilebilirliğinde kayda değer bir unsur olarak görülmektedir (Göynüşen, 2011; Aydın, 2015).

Toplumun oluşmasında bazı önemli değerler vardır. Bunlardan biri olan kültür ve kültürel birikim o toplumun faaliyetlerini, gelişimini, ekonomisini etkilemektedir. Kültürel değerlerin etkilediği yaşam biçimi yemeklerin oluşturulması sürecinin ilk aşaması olan besinlerin temin edilmesi ve hazırlanmasından, pişirilmesine, servis edilmesine kadar yeme-içmenin hemen hemen her sürecini etkilemektedir. Turistlerin istek ve beklentilerindeki farklılaşan ihtiyaçların kültür odaklı değişimi; yeme içme kültürüne duyulan merakı ortaya çıkarmış, gastronomi turizmi olarak tanımlanan bir turizm türünün ortaya çıkışına sebep olmuştur (Gezmen Karadağ, vd., 2014; Gökdeniz, vd., 2015).

Kivela ve Crotts (2008)'a göre gastronomi turizmi; ziyaret edilen destinasyonların yiyecek-içecek açısından turistler tarafından bulunması ve tercih edilmesini, o bölgedeki yöresel ürünlerin tadılması ve deneyimlenmesini kapsayan seyahatlerdir. Zengin ve arkadaşlarına (2015:3) göre gastronomi turizmi temel seyahat motivasyonu özel bir yemeği denemek ya da o yemeğin nasıl üretildiğini öğrenmek amacıyla üreticileri, festivalleri, restoranları ve özen anları deneyimlemek, orada bulunmaktır. Gastro-turistler ise genel kültür düzeyi yüksek, kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerini tercih eden, farklı mutfakları deneyimlemeyi tercih eden turist gruplarıdır. Gastronomi turizmi genellikle bu kitlenin ilgisini çeken ancak farklı turist gruplarının da deneyimlemesine imkan tanıyan, paylaşmayı seven, yıl boyunca gerçekleştirilmeye müsait, yerel ekonominin değerini ve önemini arttıran ve destinasyonun pazarlanmasında ve rekabet edebilirliğinde katkı sunan bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Deniz ve Atışman, 2017).

Bu araştırmada; gastronomi ve gastronomi turizmi kavramsal açıdan incelenerek; Tokat ilinin mevcut kültürel değerlerinden biri olan yeme-içme kültürü değerlendirilerek; gastronomi turizmine yönelik swot analizi ile Tokat ilinin gastronomi turizmine yönelik mevcut durumu ve geliştirilmesine dair öneriler belirtilecektir.

Gastronomi Kavramı

Canlıların vücutlarına besin alımı, vazgeçilemez fizyolojik bir ihtiyaç olmasına rağmen yemek yeme, temel fizyolojik ihtiyaçların ötesinde bir eylemdir. Yemek yeme eylemi çeşitli fizyolojik, psikolojik, ekonomik, ekolojik, siyasi, toplumsal ve kültürel süreçlerin kesiştiği noktada yer almaktadır. Söz konusu kesişme noktaları insanlara ve sosyal bilimlere son derece ilgi çekici amaç ve uğraşlar sunmaktadır (Beardsworth ve Keil, 2011). Yemek yeme eyleminin çeşitli bilim dallarıyla yakın ilişkisi gastronomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Gastronomi kelimesinin etimolojik kökenleri incelendiğinde, kelimenin Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden meydana geldiği görülmektedir (Mark, 1997). Söz konusu kelimelerden yola çıkılarak yapılan tanımlarda gastronomi; iyi yemek yeme merakı, sağlığa uygun, iyi



hazırlanmış, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi şeklinde çeşitli açıklamalarla literatürdeki yerini almıştır (Belge, 2008). Gastronominin amacı, yemek yemekten zevk alınmasının yanında, yiyecek ve içeceklerin hijyenik bir ortamda hazırlanması, damak ve göz zevkine hitap etmesini sağlamaktır (Hatipoğlu vd., 2009).

Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi literatürde, “gastronomy tourism”, “food tourism”, “culinary tourism”, “gastro-tourism”, “gourmet tourism” “wine tourism”, gibi farklı terimlerle ifade edilse de geniş kapsamda kullanılan “gastronomi turizmi” terimi, “farklı yiyecek ve içecek deneyimleri peşinde olmak” şeklinde tanımlanmaktadır. Genel itibarıyla bir yemeğin benzersiz olması, herhangi bir ülke, bölge veya yöreye ait olması olarak ifade edilen gastronomi turizminin temel ilgi alanı özgün yemek ve şaraplardır (Hall ve Mitchell 2000, Groves 2001; Çağlı 2012).

Bölge halkının yerel yiyecek ve içecek ürünlerini sahiplenmesi ve nesilden nesile aktarması gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Gastronomi turizmine katkı sunma potansiyeli olan paydaşlardan bazıları; bölge halkı, restoranlar, oteller, tur operatörleri, bireysel bağcılar, paket kullanan veya münferit turistler ve yerel ticari işletmelerdir (Alonso ve Liu 2011).

Gastronomi turizmi bir özel ilgi turizmi olmasıyla birlikte yemeklerin tadıldığı bölgelerde kültürel özelliklerin tanıtılmasıyla gastronomi- kültür turizmi sentezi oluşmaktadır (Akgöl, 2012). Dünyada turistlerin %88.2’si gidecekleri destinasyonun yemeklerini tercih sebebi olarak görmektedirler. Türkiye turizminden elde edilen gelirin en büyüğü yiyecek ve içecek sektörüne aittir. Turistlerin Türkiye’de yaptıkları toplam harcama içerisinde yiyecek ve içeceğin payı %19 ile %20 civarındadır (<https://www.tursab.org.tr>). Yapılan bir başka çalışmaya göre ise yabancı turistlerin Türkiye’yi tercih etme nedenleri arasında Türk yemeklerini tatma isteği beşinci sırada yer almaktadır (Akman 1998, Arslan 2010).

İtalya; makarna ve pizza, İspanya; tapas usulü atıştırmalıklar, gazpacho çorbası veya paella pilavı, İsviçre; çikolata ve viski, Uzak Doğu; sushi ve benzeri özgün deniz ürünü yemekleri ile ünlüdür ve bu örnekler çoğaltılabilir. Türkiye ise genellikle döner ve kebab çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Ankara Ticaret Odası ve Türk Patent Enstitüsü’nün gerçekleştirdiği 81 ili kapsayan ortak çalışmada “Türkiye’nin Lezzet Haritası” belirlenmiştir. Araştırma sonuçları Türkiye’de 2205 çeşit yöresel yiyecek içecek olduğunu ortaya koymuştur (Deniz ve Atışman, 2017).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı; turistik potansiyelinin hızlı bir artış gösterdiği Tokat’ta gastronomi turizminin varlığı ve mevcut durumu tespit edilmesi ve geliştirilmesine dair öneriler sunulmasıdır. İlin eksiklikleri, fırsatları ve zayıf, güçlü yanları belirlenmesi çalışmanın alt amacıdır. Bu amaca istinaden Swot analizi gerçekleştirilmiş ve Tokat ilinin gastronomi potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmıştır. Swot analizi; makro yada mikro düzeyde bir kurumun ya da işletmenin, destinasyonun birkaç konuya dair “Üstünlükler” (Strengths) ve “Zayıflıklar” (Weaknesses) “Fırsatlar” (Opportunities) ve “Tehditler” (Threats) başlıkları çerçevesince durumunun tespit edilmesidir (Dinçer ve Dinçer, 2006: 178). Tokat ilinin gastronomi turizmi SWOT analizi aracılığıyla incelenen bu çalışmada elde edilen bulgular; Tokat ili gastronomi turizminin güçlü yanları, zayıf yanları, fırsatları ve tehditleri olmak üzere dört bölümden incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Tokat ilinin büyük kısmı Orta Karadeniz bölümünün iç kesiminde kalmaktadır. Tokat; 9,958 km² yüzölçümüne ve 602.086 nüfusa sahiptir (<http://www.tuik.gov.tr>). Kentte; merkez dışında 11 ilçe, 64 belde ve 579 köy bulunmaktadır (<http://tokat.bel.tr>). Deveci dağlarının orta kesiminin kuzey yamaçlarından doğarak soldan Yeşilirmak'a kavuşan bir akarsu vadisinde kurulmuş olan kent, engebeli bir bölgede yer almaktadır (Büyük Larousse, 1986).

Tokat yöresi yemek kültürü ve özelliklerine yönelik inceleme ve gözlemlerin ardından gastronomi turizmi ürünü olma potansiyeline sahip yiyecek ve içecekler şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Tokat kebabı özellikle yaz mevsiminde kuzu eti, patates, Tokat patlıcanı ve biberi ile şişlere dizilerek özel soba veya fırınlarda pişirilen en bilinen yemeklerindendir.
- ✓ Tokat ili, üzüm bağları ile ünlüdür ve Türkiye'deki birçok bölgeye üzüm yapraklarının satışı gerçekleştirilir. Yöre halkı bu yapraklar ile etli, patatesli ve baklalı sarmalar yapmaktadırlar.
- ✓ Tokat'ın Zile ilçesine özgü beyaz pekmez; üzüm şırası, yumurta akı ve pekmez toprağının uzun süre karıştırılarak kaynatılması sonucu elde edilir. Sade veya cevizli olarak üretilen beyaz pekmez genellikle kahvaltılarda tüketilir.
- ✓ Tokat ilinin bir diğer simgesi ise "Tokat kömesi"dir. Üzümden elde edilen şıra ve ceviz ile yapılır. Yöre üzümlerinin ince damarlı yapısı köme yapmaya oldukça elverişlidir.
- ✓ Tokat'ta yetişen üzümlerin ve mahlebin sentezlenmesiyle elde edilen "mahlep şarabı" şaraba farklı bir yaklaşımın ürünüdür.
- ✓ Biber salçası, çemen otu, ceviz, sarımsak, nane, zeytinyağı ve tuz eklenerek yapılan "Tokat çemeni" kahvaltılık veya sos olarak tüketilebilen yöreye özgü bir besin kaynağıdır.
- ✓ Yöre kasapları tarafından yapılan "bez sucuk" mermerşahi türü bezlerin ambalaj malzemesi olarak kullanılmasıyla elde edilir. Isıl işlem görmeden üretilen bez sucuklar; kendine özgü tadı ve doğal fermente gıda olmaları nedeniyle Tokat halkı tarafından sıklıkla tüketilir.
- ✓ Birçok farklı yemek çeşidine ev sahipliği yapan Tokat; bat, keşkek, siyah haşhaşlı çörek ve katmerleri, madımak, fasulye ve patlıcan tava, kuşburnu marmelatı, tavuklu kurutulmuş bamya, düğü (ince bulgur) pilavı, cevizli yağlı çörek, yoğurtmaç, patlıcan turşusu kavurması gibi birçok yöresel mutfak ürünlerini bünyesinde barındırmaktadır.

Tokat ilinin gastronomi alanında markalaşabilmesi ve gastronomi turizminden elde edilen gelirinin artırılabilmesi için markalaşma sağlayabilecek gastronomi unsurları ve kent olanaklarının ortaya konulması yoluyla bir stratejik analiz geliştirilmelidir. Bu düşünceden hareketle araştırma kapsamında SWOT analizi yöntemi kullanılması uygun görülmüştür. Tokat ilinin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerine yönelik SWOT analizi Tablo 1.'de yer almaktadır.

**Tablo 1. Tokat İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Swot Analizi**

Güçlü Yönler (S)	Zayıf Yönler (W)
✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin varlığı (Anadolu'da kurulan ilk medrese, tarihi camiler ve evler, Balıca Mağarası vb.), ✓ Karayolu ulaşımına elverişli olması, ✓ Gastronomi turizmine uygun olması, ✓ Gastronomi ürün çeşitliliğinin olması, ✓ Eski yerleşim bölgelerinde geleneksel yaşam tarzının sürdürülüyor olması, ✓ El sanatlarını yaşatmaya yönelik çalışmaların varlığı, ✓ Turizm sektöründe çalışacak işgücü potansiyelinin varlığı.	✓ Gastronomi turizmi kavramının yeterince bilinmiyor olması, ✓ Gastronomi ürün çeşitliliği ve gastronomi turizmine elverişliliği konusundaki çalışmaların azlığı, ✓ Gastronomi turizmine elverişli ürünlerin tanıtım ve pazarlanmasına yönelik yetersizlikler, ✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin yeterince tanıtılmaması, ✓ Alternatif turizm çeşitlerinin olmaması, ✓ Büyük ve çok nüfuslu illere uzak olması, ✓ Konaklama imkanlarının yetersiz olması, ✓ Mevcut havaalanının faaliyette olmaması.
Fırsatlar (O)	Tehditler (T)
✓ Halkın kent turizmini geliştirme konusunda istekli olması, ✓ Çeşitli gastronomi ürünlerinin tanıtım ve pazarlanması konusunda mevcut alt yapının olması, ✓ Bölge üzümlerinden elde edilen şarapların çeşitlendirilmesiyle birlikte etkin tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin kullanılması, ✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin etkin tanıtımı yoluyla kentin alternatif turizm çeşitlerine uygun hale getirilmesi, ✓ Yerel yönetimin turizmi geliştirme konusunda destek vermesi.	✓ Halkın turizm bilincinin yeterli olmaması, ✓ Genç nüfusun geleneksel gastronomi ürünlerini kullanmama ve unutma olasılığı, ✓ Alt yapı veya ulaşım imkanlarının yetersizliği nedeniyle kentin çevre iller ile rekabet gücünün giderek zayıflaması.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomi turizmi bir ülke, bölge veya kentin turizm imajını güçlendirmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Destinasyon seçiminde özellikle yiyecek ve içeceklerin özgünlüğü veya çeşitliliğine dikkat eden turist sayısındaki artış istatistikî veriler ile de ispatlanmıştır (<https://www.tursab.org.tr>). Bir destinasyonun sadece yemekleri için özel ilgi turizmi hareketine katılan turistlerin yanı sıra; yeme ve içmeyi tatil deneyiminin önemli bir parçası olarak gören ziyaretçi sayısı oldukça fazladır. Türkiye genellikle kitle turizmi destinasyonu olarak değerlendirilmekte ve alternatif turizm çeşitliliği bakımından potansiyelini tam olarak

kullanamamaktadır. Türkiye’de uzun vadeli turizm stratejilerini gerçekleştirmek, turizm geliri ve turist sayısını artırmak veya gastronomi-kültür sentezini turistlere tanıtmak bakımından gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların yapılması bir gereklilik haline gelmiştir.

Bir şehrin mutfak geleneği ve kültürel kimliği o şehrin turistik imajını ortaya koymada büyük paya sahiptir. Şehre özgü mutfak ürünlerini turistik ürün olarak değerlendirmek ve söz konusu farklılığı rekabet avantajına dönüştürmek şehrin işgücü talebinin doğmasına, alt yapı hizmetlerinin iyileşmesine ve olumlu bir kent imajı elde etmesine olanak tanımaktadır. Bu bakımdan bir destinasyonun cazibe merkezi haline getirilmesinde gastronomi unsurlarının ön plana çıkarılması önem arz etmektedir.

Gastronomi turizmi açısından Tokat kebabı, Zile pekmezi, mahlep şarabı, bez sucuk, cevizli köme, yöreye özgü üzüm yapraklarıyla elde edilen (etli, patatesli ve baklalı) sarmalar, çemen, bat, keşkek, siyah haşhaşlı çörek ve katmerler, madımak, fasulye ve patlıcan tava, kuşburnu marmelatı, tavuklu kurutulmuş bamya, düğü (ince bulgur) pilavı, cevizli yağlı çörek, yoğurtmaç, patlıcan turşusu kavurması gibi birçok mutfak ürünün Tokat ilinin coğrafi simgeleri haline gelmesi ve markalaşması mümkündür.

Sonuç olarak Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymak ve mevcut gelirden daha fazla pay elde edilebilmek için aşağıda yer alan önerilerin dikkate alınması faydalı olacaktır:

- Şehre özgü ve unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerin tam olarak belirlenmesi,
- Turistler tarafından en çok ziyaret edilen şehir merkezi, tarihi veya doğal güzelliklerin olduğu bölgelerde kültürel lezzetlerin sunulduğu işletmelerin hizmet vermesi ve bu konuda yerel yöneticilerin teşvik edici olması,
- Yerel halkın gastronomi turizmi konusunda bilinçlendirilmesi,
- Gastronomi turizmi konusunda bilirkişilere danışılarak gastronomik ürün tanıtım ve pazarlanmasına önem verilmesi,
- Özellikle mahlep şarabı ve diğer şarap türlerinin tanıtım ve ulaştırma ağına önem verilmesi,
- Yöresel yemek festivalleri düzenlenmesi,
- Şehirde var olan tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerin tanıtılması ve destinasyonun ziyaret için daha cazip hale getirilmesi,
- Şehrin alternatif turizm çeşidi potansiyeli konusunda incelemeler yapılması,
- Şehrin konaklama ve hava ulaşımı imkanları bakımından yeterli hale getirilmesi,
- Gastronomi turizminde hizmet verecek aşçı ve diğer personellerin alanında eğitim almış olmasına özen gösterilmesi,
- Valilik, kaymakamlık, belediyeler, kültür ve turizm müdürlükleri, resmi ve sivil kurum ve kuruluşların web sitelerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtımına yer vermeleri

Kaynakça

- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mersin.*
- Akman, M. (1998). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları Ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma, *Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.*



Alonso, A.D., Liu, Y. (2011). The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine; The Case Of The Fortunate Islands, *International Journal Of Hospitality Management*, 30, 974-981.

Arslan, Ö. (2010). Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara*

Aydın, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Beardsworth, A., Keil T., (2011). *Yemek Sosyolojisi*. Ekinoks Yayınevi, Ankara.

Belge, M. (2008). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi (1986) 22. Cilt.

Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü:

Gastronomi Turizmi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Bilim Dalı, İstanbul.*

Deniz, T., Atışman, E., (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3); 56-65.

Dinçer İ., ve Dinçer, F., (2006), Kütahya İlinin Ekonomik Gelişmesi, Kütahya İlinin Gelişmesinde Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi, *İktisadi Araştırmalar Vakfı*, s.178.

Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F., Ertas, Y. ve Şanlıer, N. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Ögeleri Açısından Değerlendirilmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.

Göynüşen, S. E. (2011). Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.*

Groves, A. M. (2001). Authentic British Foodproducts: A Review Of Consumer Perceptions. *International Journal of Consumer Studies*, 25 (3); 246-254.

Hall, M., Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences (89-100), M. Novelli (Editör), *Nichetourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*.

Hatipoğlu, A., Batman, O., Sarıışık, M. (2009). Gastronomi ve Din, *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya.

Mark, J. (1997). Aspects of Male Circumcision in Sub-Equatorial African Culture History. *Health Transition Review*, 7: 337-359.

Zengin, B., Uyar, H., Erkol, G. (2015), Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

İnternet Kaynakları:

<http://tokat.bel.tr/sayfa/detay/51>

<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>

https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf