



**T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MUHASEBE VE FİNANSAL YÖNETİM ANABİLİM DALI**

**MUHASEBE KÜLTÜRÜ DEĞERLERİNİN MUHASEBE
MESLEK MENSUPLARININ İÇSEL VE DIŞSAL
MOTİVASYONLARI ÜZERİNE ETKİSİ: BİR
ARAŞTIRMA**

Eyuphan ÖZDAŞLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN : Yrd. Doç. Dr. Ferhat BİTLİSLİ
JÜRİ ÜYESİ : Yrd. Doç. Dr. Sonay Zeki AYDIN
JÜRİ ÜYESİ : Yrd. Doç. Dr. Hakkı KIYMIK**

BURDUR – 2017



**MAKÜ SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 25.05.2017 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Eyuphan ÖZDAŞLI'nın Muhasebe Kültürü Değerlerinin Muhasebe Meslek Mensuplarının İçsel Ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Etkisi: Bir Araştırma konulu tez çalışması Muhasebe ve Finansal Yönetim Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Yrd. Doç. Dr. Ferhat BİTLİSLİ

ÜYE

: Yrd. Doç. Dr. Sonay Zeki AYDIN

ÜYE

: Yrd. Doç. Dr. Hakkı KIYMIK

ONAY

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ETİK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Muhasebe Kültürü Değerlerinin Muhasebe Meslek Mensuplarının İçsel Ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Etkisi: Bir Araştırma” adlı çalışmanın, proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel etik kurallarına uygun bir şekilde hazırlandığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Eyuphan ÖZDAŞLI
25.05.2017



(ÖZDAŞLI, Eyuphan, Muhasebe Kültürü Değerlerinin Muhasebe Meslek Mensuplarının İçsel Ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Etkisi: Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Burdur, 2017)

ÖZET

Açık bir sisteme sahip olan muhasebe bilimi var olduğu toplumun değer yargılarından yani kültüründen etkilenmektedir. Küreselleşmeden de payını alan muhasebe farklı kültür ve sistemlerin de etkisi altında kalabilmektedir. Bu durum muhasebe meslek mensuplarının motivasyonları üzerine bazen olumlu, bazen de olumsuz etkiler yapabilmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kültürün tanımına, özelliklerine, işlevlerine, unsurlarına, öğelerine, Gray'in Muhasebe Kültür Değerlerine değinilmiştir. İkinci bölümde ise motivasyonun tanımına, önemine, süreçlerine, amaçlarına, sınıflandırılmasına, araçlarına ve teorilerine değinilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı, amacı, evreni, örnekleme, model ve hipotezleri ile bulgular sunulmuştur.

Tezin genel amacı ise Muhasebe kültürü değerlerinin muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisi açıklamaktır. Araştırma Burdur Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı muhasebe meslek mensupları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda şeffaflık ve esnekliğin hem içsel hem de dışsal motivasyonu etkilediği belirlenmiştir. İyimserliğin içsel motivasyonu ve profesyonelliğin dışsal motivasyonu olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Motivasyon, İçsel Motivasyon, Dışsal Motivasyon, Kültür, Muhasebe Kültürü Değerleri

(ÖZDAŞLI, Eyuphan, The Impact of Accounting Culture Values on Internal and External Motivations of Accounting Professionals: A Research, Master Thesis, Burdur, 2017)

ABSTRACT

Accountancy, which has an open system, is influenced by the society's value judgments, that is, its culture. The accounting that takes its share from globalization can also be affected by different cultures and systems. This can sometimes have positive and sometimes negative effects on the motivations of members of the accounting profession

The study consists of three parts. In the first part, the definition of culture, characteristics, functions, elements, documents, Gray's Accounting Culture Values are mentioned. In the second part, the definition, importance, processes, purposes, classification, means and theories of motivation are mentioned. In the third chapter, the scope, purpose, universe, sample, model and hypotheses of the research are presented.

The general aim of the thesis is to explain the influence of accounting profession members on the internal and external motivations of accounting profession members. The research was carried out on professional accountants registered to Burdur Chamber of Certified Public Accountants. As a result of the research, it has been determined that transparency and flexibility affect both internal and external motivation. It has been found that the optimism affects inner motivation and the professional affects the external motivation positively.

Key words: Motivation, Internal Motivation, External Motivation, Culture, Accounting Culture Values

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
GRAFİKLER DİZİNİ	xiii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür Kavramı	2
1.1.1. Kültürün Özellikleri	3
1.1.1.1. Öğrenme	3
1.1.1.2. Ortak Yorumlar Bütünü	4
1.1.1.3. Kültürün Değişkenliği	5
1.1.1.4. Kültürün Bütünleştiriciliği	6
1.1.1.5. Kültürün Sürekliliği	6
1.1.2. Kültürün Ögeleri	7
1.1.2.1. Maddi Kültür	7
1.1.2.2. Manevi Kültür	8
1.1.3. Kültürün İşlevleri	9
1.1.4. Kültürün Kazanılması	10
1.1.5. Kültürün Unsurları	10
1.1.6. Kültürün Çeşitliliği	11
1.1.6.1. Genel Kültür ve Alt Kültür	11
1.1.6.2. Maddi ve Manevi Kültür	12
1.1.6.3. Diğer Sınıflandırmalar	13
1.1.7. Hofstede'nin Kültür Boyutları	14
1.1.7.1. Güç Aralığı Boyutu	15
1.1.7.2. Bireycilik ve Toplumculuk	15
1.1.7.3. Erillik ve Dişilik	17
1.1.7.4. Belirsizlikten Kaçınma	18
1.1.7.5. Uzun ve Kısa Döneme Yönelme	19
1.1.7.6. Heveslilik ve Kısıtlılık	20
1.1.8. Gray'in Muhasebe Alt Kültürü İle İlgili Modeli	20
1.1.8.1. Profesyonelliğe Yerine Statükoculuk	21
1.1.8.2. Tekdüzecilik Yerine Esneklik	22
1.1.8.3. Tutuculuk Yerine İyimserlik	22
1.1.8.4. Şeffaflık Yerine Gizlilik	23
1.1.9. Gray'in Modeline Yönelik Teorik Değerlendirmeler	24

2. BÖLÜM

MOTİVASYON KAVRAMINA GENEL YAKLAŞIM

2.1. Motivasyon Kavramına Genel Bakış	25
2.1.1. Motivasyon Kavramı ve Önemi	25
2.1.2. Motivasyon Süreci	27
2.1.3. Motivasyonu Sağlayabilmenin Şartları	28
2.1.3.1. İnanmak	28
2.1.3.2. Kendini Tanıma ve Özgüven	28
2.1.4. Motivasyonun Genel Amaçları	29
2.1.4.1. Örgütsel Amaçlar	29
2.1.4.2. Bireysel Amaçlar	30
2.1.5. Motivasyonun Sınıflandırması	30
2.1.5.1. Birincil (Fizyolojik) Motive İhtiyacı	31
2.1.5.2. İkincil (Sosyolojik) Motive İhtiyacı	31
2.1.5.3. Genel (Psikolojik) Motive İhtiyacı	32
2.1.6. Motivasyon Araçları	32
2.1.6.1. Ekonomik Motivasyon Araçları	33
2.1.6.2. Psiko-sosyal Motivasyon Araçları	35
2.1.6.3. Örgütsel Yönetimsel Faktörler	36
2.2. Motivasyon Teorileri (Kuramları)	37
2.2.1. Kapsam Teorileri	38
2.2.1.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Yaklaşımı	39
2.2.1.2. Herzberg'in Çift Faktör Teorisi	40
2.2.1.3. Alderfer'in ERG Teorisi	41
2.2.1.4. McClelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi	42
2.2.2. Süreç Teorileri	43
2.2.2.1. Beklenti Teorileri	43
2.2.2.2. Davranış Şartlandırma Teorisi	44
2.2.2.3. Eşitlik Teorisi	44
2.2.2.4. Amaç Teorisi	45

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma	46
3.1.1. Araştırmanın Kapsamı ve Amacı	46
3.1.2. Araştırmanın Kısıtları	47
3.1.3. Evren ve Örneklem Seçimi	47
3.1.4. Araştırma Modeli ve Hipotezler	48
3.1.5. Veri Toplama Araçları	49
3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	50
3.2.1. Kültür Ölçeği (KÖ)	50
3.2.2. Motivasyon Ölçeği (MÖ)	51
3.2.2.1. YEM'de Yol (Path) Analizi	51
3.3. Bulgular	51
3.3.1. Demografik Bulgular	52
3.3.2. Temel İstatistikî Bulgular	55

3.3.3. Yol (Path) Analizi Yardımıyla Hipotez Testi Bulguları	79
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	92
KAYNAKÇA	95
EKLER.....	103
ÖZ GEÇMİŞ.....	107



KISALTMALAR

MÖ	Motivason Ölçeği
KÖ	Kültür Ölçeği
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli
a.g.e.	Adı Geçen Eser
a.g.m.	Adı Geçen Makale
a.g.t.	Adı Geçen Tez
R ²	İçsel Verileme Katsayısı
CR	Composite Reliability (Bileşik Güvenilirlik)
S.	Sayı
s.	Sayfa
TURMOB	Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği
FİFO	İlk Giren İlk Çıkar
LİFO	Son Giren İlk Çıkar
SM	Serbest Muhasebeci
SMMM	Serbest Muhasebeci Mali Müşavir
AVE	Çıkarılan Ortalama Varyansı

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Düşük Güç Aralığı ve Yüksek Güç Aralığının Karşılaştırılması	15
Tablo 2. Bireycilik – Toplumculuk Boyutları Arasında Farklılıklar	16
Tablo 3. Eril ve Dişil Boyutlarının Davranış Kalıpları	17
Tablo 4. Belirsizlikten Kaçınma Yöntemleri	18
Tablo 5. Kısa Dönem ve Uzun Dönem Arasındaki Farklılıklar.....	20
Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	52
Tablo 7. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı.....	52
Tablo 8. Katılımcıların Medeni Hale Göre Dağılımı	52
Tablo 9. Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı.....	53
Tablo 10. Katılımcıların Unvan Dağılımı	53
Tablo 11. Katılımcıların İşletmede Çalışma Süresi Dağılımı	53
Tablo 12. Katılımcıların Mesleki Tecrübe Süresi Dağılımı.....	54
Tablo 13. Katılımcıların Ortalama Aylık Gelir Dağılımı.....	54
Tablo 14. Katılımcıların Günlük Ortalama Çalışma Süresi Dağılımı.....	54
Tablo 15. Katılımcıların Kaçınıcı İş Yerinde Çalıştıklarının Dağılımı.....	55
Tablo 16. MÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı	55
Tablo 17. MÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı	56
Tablo 18. MÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı	56
Tablo 19. MÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı	57
Tablo 20. MÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı	58
Tablo 21. MÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı	58
Tablo 22. MÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı	59
Tablo 23. MÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı	59
Tablo 24. MÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı	60
Tablo 25. MÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	60
Tablo 26. MÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	61
Tablo 27. MÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	62
Tablo 28. MÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	62
Tablo 29. MÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	63
Tablo 30. MÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	63
Tablo 31. MÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	64
Tablo 32. MÖ 17. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	65

Tablo 33. MÖ 18. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	65
Tablo 34. MÖ 19. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	66
Tablo 35. MÖ 20. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	66
Tablo 36. MÖ 21. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	67
Tablo 37. MÖ 22. Soruya verilen cevapların dağılımı.....	68
Tablo 38. KÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı	68
Tablo 39. KÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı	69
Tablo 40. KÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı	70
Tablo 41. KÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı	70
Tablo 42. KÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı	71
Tablo 43. KÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı	72
Tablo 44. KÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı	72
Tablo 45. KÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı	73
Tablo 46. KÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı	74
Tablo 47. KÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı	74
Tablo 48. KÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı	75
Tablo 49. KÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı	76
Tablo 50. KÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı	76
Tablo 51. KÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı	77
Tablo 52. KÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı	78
Tablo 53. KÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı	78
Tablo 54. Tanımlayıcı İstatistikler: Ortalama, Medyan, Minimum ve Maximum Değerleri, Standart Sapma, Kurtosis ve Skewness Değerleri	82
Tablo 55. Cronbach's Alpha Değerleri	84
Tablo 56. Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE) Değerleri	84
Tablo 57. Bileşik Güvenilirlik (CR) Değerleri	86
Tablo 58. Muhasebe Kültürü Değerinin R ² Değerleri.....	86
Tablo 59. Dış Model İstatistikleri	88
Tablo 60. Çapraz Doğrulanmış Yapı Geçerliliği (Q _i ^{1/2}) Değerleri.....	89
Tablo 61. Yol Katsayısı Değerleri	89
Tablo 62. Hipotez Sonuçları	91

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Kültürel Muhteva.....	5
Şekil 2. Motivasyon Süreci.....	27
Şekil 3. Araştırma Modeli.....	48



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. MÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı	55
Grafik 2. MÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı	56
Grafik 3. MÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı	57
Grafik 4. MÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı	57
Grafik 5. MÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı	58
Grafik 6. MÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı	58
Grafik 7. MÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı	59
Grafik 8. MÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı	59
Grafik 9. MÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı	60
Grafik 10. MÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı	61
Grafik 11. MÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı	61
Grafik 12. MÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı	62
Grafik 13. MÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı	62
Grafik 14. MÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı	63
Grafik 15. MÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı	64
Grafik 16. MÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı	64
Grafik 17. MÖ 17. Soruya verilen cevapların dağılımı	65
Grafik 18. MÖ 18. Soruya verilen cevapların dağılımı	65
Grafik 19. MÖ 19. Soruya verilen cevapların dağılımı	66
Grafik 20. MÖ 20. Soruya verilen cevapların dağılımı	67
Grafik 21. MÖ 21. Soruya verilen cevapların dağılımı	67
Grafik 22. MÖ 22. Soruya verilen cevapların dağılımı	68
Grafik 23. KÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı	69
Grafik 24. KÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı	69
Grafik 25. KÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı	70
Grafik 26. KÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı	71
Grafik 27. KÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı	71
Grafik 28. KÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı	72
Grafik 29. KÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı	73
Grafik 30. KÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı	73
Grafik 31. KÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı	74
Grafik 32. KÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı	75

Grafik 33. KÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı	75
Grafik 34. KÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı	76
Grafik 35. KÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı	77
Grafik 36. KÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı	77
Grafik 37. KÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı	78
Grafik 38. KÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı	79
Grafik 39. Örtük Değişkenlerle Yol Analizi Diyagram	81
Grafik 40. Cronbach's Alpha Değerleri Çubuk Grafiği	84
Grafik 41. Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE) Değerleri Çubuk Grafiği	85
Grafik 42. Bileşik Güvenilirlik (CR) Değerleri Çubuk Grafiği	86
Grafik 43. R^2 Değerleri Çubuk Grafiği	87
Grafik 44. Yol Katsayısı Değerleri Çubuk Grafiği	90

GİRİŞ

Muhasebe meslek mensuplarının motivasyonuna etki eden faktörlerden biri de kültürdür. Bu doğrultuda motivasyon ile kültür arasında bir etkileşimin olduğu ve örgütlerde var olan kültürel özelliklerin ise o örgütlerde çalışan bireylerin motivasyon düzeylerini etkilediği varsayılmaktadır.

Kültür, bireylerin geçmişten günümüze gelen değer yargılarının bir sonucu olarak muhasebe sistemleri üzerinde etkili olmaktadır.

Farklı kültür yapısına sahip olan ülkelerin yasal sistemleri, sermaye piyasaları, ekonomik gelişmişlik düzeyleri ve vergi kanunları içeriği de farklıdır. Bu farklılıklar da bireylerin çalışma şekillerini ve performanslarını etkilemektedir. Bu yüzden ilk bölümde kültür kavramı, muhasebe kavramı ile birlikte ele alınmıştır. Kültür geniş bir içeriğe sahiptir. Toplumunu oluşturan ve toplum değerleri içerisinde yer alan inançları, dili, dini, toplumsal alışkanlıkları, tutumları ve davranışları kapsamaktadır.

İlk bölümde kültürün tanımına, özelliklerine, işlevlerine, unsurlarına, öğelerine ve muhasebe kültürü değerlerine değinilmiştir.

İkinci bölümde ise motivasyonun tanımına, önemine, süreçlerine, amaçlarına, sınıflandırılmasına ve teorilerine değinilmiştir.

Motivasyon ise, muhasebe meslek mensuplarının çalışma şekillerini, performansını etkilemektedir.

Motivasyon, bir eksikliği gidermek için yapılması gerekli olan çalışmayı başlatan bir kuvvet olarak tanımlanmaktadır. Bu kuvvetin olumlu ya da olumsuz olma durumu motivasyon boyutunda farklılık yaratmamaktadır.

Bu bağlamda üçüncü bölümde, muhasebe kültürü değerlerinin muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisini ölçmek için araştırmanın kapsamına, amacına, evrenine, örnekleme, hipotezleri ile buğularına değinilmiştir.

1. BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür Kavramı

Kültür kelimesi köken olarak Latince “culturadan” gelmektedir. Cultura kelime anlamı olarak işlemek, bakmak, inşa etmek, süslemek anlamına gelmektedir.¹

Kültürün Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlüğünde yer alan beş tanım şöyledir; “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin. Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünüdür. Muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirmiş olan biçimi. Bireyin kazandığı bilgidir. Uygun biyolojik şartlarda bir mikrop türünü üretme” olarak tanımlanmıştır.² Tanımlar doğrultusunda kültür, bir milletin maddi ve manevi kazanımlarını, egemenliğini, düşüncelerini, sanat eserlerini, herhangi bir konuya yaklaşımlarını ve yaşadıkları döneme kadar olan tüm birikimlerini kapsayan bir kavramdır.

Kültür, bir milletin varlık egemenliğinin temelinde kazanılmış olan sanatsal, ekonomik, toplumsal zekâ ve analitik düşünme yetisinin tamamıdır. Bu kültür tanımı doğrultusunda kültürün “kurulum” olma özelliği bulunduğuda ifade edilebilir.³

Sosyal bilimlerde kültür, milletlerin yaşam seyri boyunca karşılıklarına çıkabilecek sıkıntılıların üstesinden gelebilmek için oluşturdukları ve zamanla o millet içerisinde kalıplaşmış metotların tamamıdır. Bu doğrultuda kültür bir milletin eksikliğini hissettiği materyalleri elde etmek için benimsediği yaşam tarzı ve maddi, manevi unsurların tamamını ifade eder.⁴

¹ Mustafa Çakır, “Kültürlerarası İletişimin Bir Yönü: Özün Ötekileştirilerek Yabancılaştırılması”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, S.1, 2010, ss.75-84.

² http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KÜLTÜR, (21.10.2016).

³ Denys Cuhe (Turgut ARNAS), *Sosyal Bilimlerde Kültür Kavramı*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 2013, s.22

⁴ Erol Güngör, *Türk Kültürü ve Milliyetçilik*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 1990, s.76

Milletlerin aynı paydalar üzerinde yaşamalarını sağlayan unsura kültür denir. Kültür toplumun eksiklikleri doğrultusunda oluşan ve bu eksiklere göre toplumu diğer toplumlardan ayırt edilebilir ve farklı kılan bir düzendir.⁵

Antropoloji, kültür kavramını bireylerin oluşturduğu maddi ve manevi değerler doğrultusunda bireylerin davranışlarını, inanç yapısını, düşünme yetisini inceleyerek ele alan bir boyut olarak açıklanmaktadır.⁶

Taylor, kültürün sosyal antropolojinin alanı içerisinde olduğunu söylemiş ve kültür kavramını “Kültür ya da Uygarlık, bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek, görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür” şeklinde açıklamıştır.⁷

1.1.1. Kültürün Özellikleri

Tanımlar doğrultusunda kültürün özelliklerinin oldukça geniş olduğu görülmektedir. Bireylerin yaşam tarzlarını etkileyen bir durum olarak kültürün içeriğinin ne olduğunu anlamlandırabilmek için özelliklerinin bilinmesi gereklidir.⁸

1.1.1.1. Öğrenme

Kültür öğrenme bireylerin doğuştan irsi ya da kalıtsal yollarla değil sonradan yaşam tecrübesi ile edindikleri huy ve tutumlarıdır. Gözle görülemeyen elle tutulamayan soyut olan bu yapıyı bireyler eğitim yoluyla öğrenir. Kültür özellikleri öğrenme ilkesine uygun olmak zorundadır.⁹ Kültür, bilimsel açıdan içerisinde yaşadığımız toplumun bir parçası olarak tecrübe ederek, yaşayarak öğrendiği ve öğrettiği durumdur.¹⁰

Toplum içerisindeki her bir birey, diğer bireylerde ve çevresinde meydana gelen olaylar sayesinde var olan kültürü öğrenmeye başlamaktadır.¹¹

⁵ Melek Coşkun, "Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu.", *Batman University Journal of Life Sciences*, 2012, s.839

⁶ Asker Kartarı, *Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim*, Ürün Yayınları, İkinci Baskı, 2006, Ankara, s.14-15

⁷ Bozkurt Güvenç, *İnsan ve Kültür*, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2002, s.101

⁸ İlhan Erdoğan, *İşletmelerde Davranış*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. , İstanbul, 1990, s.101

⁹ Bozkurt Güvenç, *İnsan ve Kültür*, 7. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1996, s.273

¹⁰ Mustafa Arslan, “Kültürel Bağlamda Din”, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*,2004, s.192

¹¹ Ferhat Bitlisli, *Uluslar Arası Muhasebe Standartlarının Uyumlaştırılmasında Kültürün Etkisi*, Isparta 2010, s.60

1.1.1.2. Ortak Yorumlar Bütünü

Kültür bireyler arasındaki bağ sonucu ortaya çıkar ve gelişir. Bu doğrultuda kültür toplumun genelini kapsar ve toplum içerisindeki bireylerin ortak paydasıdır.¹²

Bireyler arasındaki benzer hareket şekilleri toplum içerisindeki bireylerin paydaşlığı sonucunda ortaya çıkar. Kültür, toplum içerisinde yaşayan tek bir bireyin özellikleri ve hareketlerinden oluşmaz. Toplum içerisindeki tüm bireylerin tutkularını, hareketlerini ve paylaşmış oldukları ortak değerlerinin tamamını kapsamaktadır.¹³ Kültür, toplumun geneli tarafından kabul edilmiş ve benimsenmiştir. Bu payda da kültür, toplumun yaşam biçimini ortaya koymaktadır.¹⁴

Kültür, somut nesnelere ve davranışlarda değil, bireylerin zihninde gelişir, varlığını sürdürür. Semboller bireylerin zihninde canlanır ve yerini alır. Bireylerin zihnindeki semboller diğer bireylerle paylaşıldığında kültürün temeli oluşturulmaktadır. Kültür yeterli sayıda bireyin birbirleri ile simgesel düşüncelerini paylaşması sonucu oluşmaktadır.¹⁵

Güvenç, kültürel muhteva olarak belirtilen söz konusu durumu yumağa benzetmektedir. Merkezde yer alan dil, kültürel öğeleri birbirine bağlamakta ve etkileşimini sağlamaktadır.¹⁶ Yumağın içerisinde her birini ayrı bir bilim dalının incelediği aile, gelenek ve görenek, çevre, teknoloji, ekonomi, din ve devlet yönetimi, sanat, eğitim yer almaktadır. Her kültürde her millette farklı bir şekilde yerini almaktadır. Bütüncül çerçevede toplumu oluşturan bu öğelerin birbirlerini nasıl etkilediği ve bu etkileşiminde toplumun tamamını ilgilendirdiğini göstermektedir.¹⁷

¹² Ali Yayla, *Türk Kültür ve Medeniyet Tarihi Ders Notları*, Basılmamış Ders Notu, 1999, s.7

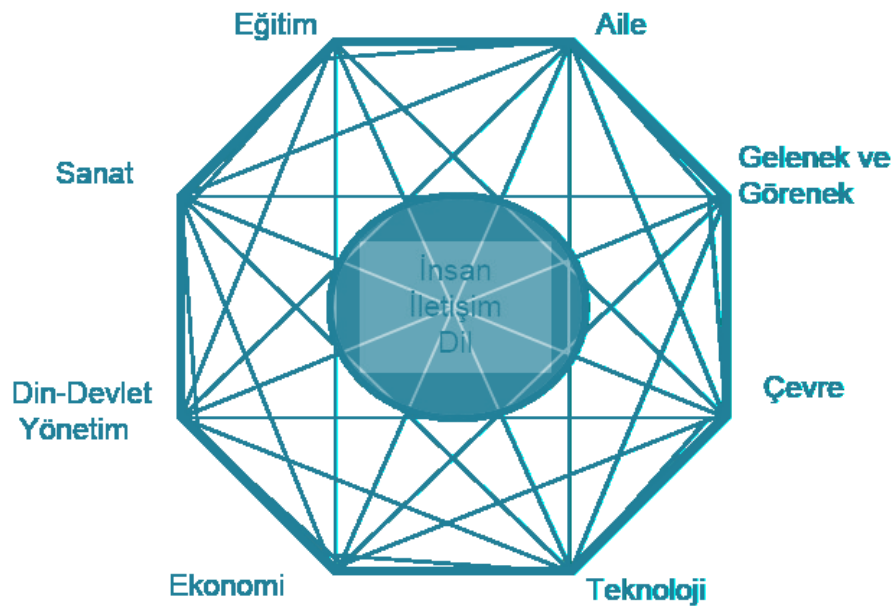
¹³ İnan Özalp, "Uluslararası İşletmecilik: Seçme Yazılar II", *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir, 1995, s.249.

¹⁴ İlhan Erdoğan, a.g.e. , s.101

¹⁵ Lustig, M. W., Koester, J., *Intercultural Competence : Interpersonal Communication Across Cultures*, Person Education Inc., USA, 2006, s.25

¹⁶ Bozkurt Güvenç, *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1999, s.106

¹⁷ Akile Gürsoy, "Sağlık ve Sosyal Antropoloji: Çocuk Sağlığının Kültürel Boyutları" *Toplumbilim Dergisi Sağlık Sosyolojisi*, Sayı 13, 2007, s.7-23



Şekil 1. Kültürel Muhteva.¹⁸

Öğelerin aralarında oluşturduğu sentez durağan bir yapıda değildir. Öğelerin oluşturduğu sistem, iç dinamikleri ve başka kültürlerle etkileşimi sonucunda değişikliğe uğrar. Bu değişiklik ise toplumun geneli etkiler, değişiklik toplumun geneline yansımaktadır.¹⁹

1.1.1.3. Kültürün Değişkenliği

Kültür, değişkendir ve bu değişme uyum içerisinde meydana gelir. Toplum içerisinde bireylerin yaşadığı çevrenin şartları değiştikçe yeni ihtiyaçlar ortaya çıkar. Genel kabul görmüş çözümler, değişime ayak uyduramadığı takdirde sorunları çözmeye yönelik yeni sorun gidericiler oluşturulur. Kültürün kendi içerisinde uyumu sağlaması için deneme yanılma yolu ile toplum kültürüne en yakın olan yeni sorun gidericiler bulunur. Bu kapsamda toplum içerisinde meydana gelen toplumsal kontrol önemlidir.²⁰ Örgüt ilişkilerinde kültürü yaratan karşılıklı iletişim sonucunda insandır. Kültür bireylerin ve sosyal çevrenin birbirlerini ifade ediş biçimidir. Bu ifade biçimi dinamiktir. Bu dinamik yapı, kültürün durağanlık durumunu etkiler, kültürü de dinamik bir yapıya dönüştürür. Bireyler toplumsal ilişkilerinde yaptığı değişiklikler sonucunda yaşam biçimini değiştirir bu değişiklik sonucunda da var olan kültür değişmeye başlamaktadır. Yani kültürün değişimi yaşama şekillerinin değişimi ile gerçekleşir.

¹⁸ Bozkurt Güvenç, a.g.e., s.106

¹⁹ Abdurrahman Yılmaz, "İş Kazaları ve Kültür: İş Kazalarının Önlenmesinde Kültürel Yaklaşım", *Electronic Turkish Studies* 9.5, 2014, s.201.

²⁰ Ali Yayla, a.g.e., s.7

Kültür, bireylerin yaşam biçimlerinin bütünüdür. Kültür aynı zamanda ilişkisel ve tarihidir. Nesilden nesile aktararak gelen kültür, bireylerin kendine has yapı ve özelliklerin kültürle ilişkiye girmesiyle değişir.²¹ Kültür, bireyler için sadece verili bir gerçeklik değil aynı zamanda birey ve çevresi tarafından günlük etkileşimler sonucunda yeniden üretilen bir süreçtir. Bu yüzden kültür sürekli değişime uğramaktadır. Kültür yayılma, başka kültürlerden ödünç alma, öykünme vb. yollarla da diğer kültürler ile karşılıklı etkileşime girer ve değişir. Kültür, sürekli etkileşim içerisinde olan değişen ve değiştiren canlı bir organizma gibidir.²²

1.1.1.4. Kültürün Bütünleştiriciliği

Kültür, ayrıştırıcı olduğu gibi bütünleştirici bir gücü de bünyesinde bulundurur. Toplumsal yapıda uyum içinde olan kültürler bütünleşme eğilimi göstermektedir. Bu bütünlük tarihsel ve çevresel bağlamda çelişkilere sahip kültürlerde ise, kendisini çözümlenme olarak göstermektedir. Kültürel bütünleşme, yakınlaşma ve kaynaşma sağlanmadıkça toplumda sosyolojik, kültürel ve ekonomik alanlarda önemli uçurumlar oluşur. Toplumun huzur ve güven içinde yaşama ihtiyacı sekteye uğramaktadır.²³

Kültürün tamamı ile bütünleşmiş sistemler olduğu söylenemez. Tarihsel ve çevresel faktörlerin etkisiyle birlikte, kültürün bütünleştirici özelliği önlenmektedir. Bütünleştirici olma özelliğinin devamlılığı ise tam olarak önlenememektedir. Kültürün bu bütünleştirici özelliği, ilkel ve izole edilmiş, yabancı elemanların az bulunduğu ve kültürün değişmesini yavaşlatan öğelerin olduğu toplumların kültüründe daha etkilidir. Bütünleştiricilik özelliği, karmaşık ve benzer kültür öğelerinin daha az olduğu kültürlerde ise bu kadar açık bir şekilde etkili olamamaktadır.²⁴

1.1.1.5. Kültürün Sürekliliği

Kültür, insan davranışlarını yönlendirir, istikrarlıdır, fakat dinamik olduğu için sürekli ve daimi bir değişim halindedir ve toplumdaki her bireyin fiziksel ve psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesine yardımcıdır.²⁵

²¹ İrfan Erdoğan, Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine, *Eğitim Dergisi*, Özel Sayı: Popüler Kültür ve Gençlik, 2004, s.7-19

²² Azim Öztürk, "Yönetim-Kültür İlişkisi ve Türk İşletmelerinin Yönetim Kültürünün Tanınmasına İlişkin Bir Çalışma", 1997, s.42

²³ Esin Sultan Oğuz, "Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı" *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Journal of Faculty of Letters Cilt/Volume 28 Sayı/Number 2, 2011, s.133

²⁴ Azim Öztürk, a.g.e., s.42

²⁵ Aygen Erdentuğ, "Kültür Alanı Yaklaşımı", *Bellekten*, 196, 1986, s.230

Kültürel bir ortaklık varsa bütün insanların temel ihtiyaçları aynıdır. Farklılık gösteren sadece özel ihtiyaçların varlığıdır. Kültürün özü aynı kalmak şartıyla, diğer kültürlerle ilişki kurma ve teknolojinin gelişmesi gibi sebeplerle kültürün var olan değişebilmektedir. Kültür değişmezse, gelişen ve değişen koşullara göre toplumun beklentilerine ve ihtiyaçlarına cevap veremeyecek duruma düşmektedir.²⁶

1.1.2. Kültürün Öğeleri

Kültür, toplumun yaşam şeklini gösteren soyut bir kavramdır. Toplumsal düzeni sağlayan, toplum içerisinde varlığını sürdüren bireylere yol gösteren, bireylere doğrunun ve yanlışın ne olduğunu gösteren kurallara, standartlara, fikirlere, kültürel öğe denmektedir ve toplum içerisindeki bireylerin yaşamlarındaki maddi, manevi her şeyi kapsamaktadır. Bir toplumdaki bütün bu süreçler kültürel öğeleri oluşturmaktadır.²⁷

Kültürü oluşturan öğeler; gözlemlenebilir özellikler (sanat ürünleri, kıyafet, dans, mutfak), adet ve gelenekler, dil, toplumun bireyleri tarafından paylaşılan tarihsel geçmiş ve bilgi, inanç sistemleri, kanun, kural ve doğrular, varsayımlar, değerler bütünü, tutumlar ve tercihler, normlar ve davranış biçimleri olarak özetlenebilir.²⁸ Kültür öğeleri maddi ve manevi öğeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1.1.2.1. Maddi Kültür

Maddi kültür kavramı bireylerin hayat prensiplerine yön veren, rehberlik eden farklı öneme sahip, arzu ettiği amaçlar şeklinde ifade edilmektedir.²⁹ Maddi kültür unsurlarının, faydalılık ve verimlilik açısından sahip oldukları evrensel nitelik, bunların değişimlerini ve taşınmalarını kolaylaştırır.³⁰ Maddi kültür toplumlar arası bir özelliğe sahiptir ve herhangi bir millete özgü değildir. Oysaki kültür elamanları yerli ve millidir.³¹

²⁶ İbrahim Arslanoğlu, "Kültür ve Medeniyet Kavramları." *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 2000, s.19

²⁷ Didem Yılmaz, "Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri:" Türkiye'de Kurulmuş Alman Firmalarında Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul. (2007), s.7

²⁸ Zeynep Aycan, "IX. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları: Endüstri ve Örgüt Psikolojisinde Toplumsal Kültürün Yeri", Türk Psikologlar Derneği, 1998, s.22

²⁹ Schwartz, S. H. Ve Sagie, G, "Value Consensus and Importance:", *A Cross-National* , 2000, s.465

³⁰ Didem Yılmaz, a.g.e, s.35

³¹ Feyzullah Eroğlu, *Davranış Bilimleri*, Beta Yayınları, İstanbul, 2004, s.118.

Toplumun endüstriyel ortamının gelişmişliği ve bünyesinde bulundurduğu market özellikleri servis yapısı, üretimi, kontrol statüsü veya endüstriyel ortamın özel veya kamu oluşu, kaynak elverişliliği, teknik yapısı ve insan gücü kültürün maddi öğelerini oluşturmaktadır.³²

Bir başka ifade ile bireylerin ihtiyaçlarını tatmin eden veya tatmin edebileceği var sayılan ve insan davranışlarını yönlendiren, harekete geçmesini sağlayan objeler, nitelikler, standartlar olarak maddi öğeler tanımlanabilir.³³

Kültürün elle tutulan ve gözle görünebilen kısmı maddi kültür boyutunu oluşturur. İmalat şekilleri, üretim teknikleri, yol ve binalar, giyim ve kuşam tarzları gibi unsurlar, maddi kültürün unsurlarını oluşturur. Bu unsurların varlığı aynı zamanda toplumların teknolojik ve ekonomik gelişmişliğini de göstermektedir.³⁴

Kültürün maddi öğeleri, toplumun belli bir dönemdeki teknolojik gelişmişliğini, üretim seviyesini ve uygulayımındaki deneyim, beceri ve yeteneklerini yansıtır. Maddi kültür, insanın doğaya, topluma, hatta kendi kendisine egemen olma ölçüsünün göstergesi olarak özetlenebilir.³⁵

1.1.2.2. Manevi Kültür

Değer ve norm ikilisi arasındaki farklılıkları açıklamaya çalışırsak; değerler kişisel ve içselleştirilmiş değer sistemleri olmasına karşın; normlar ise dışarıdan veya toplum tarafından dolaylı ve dolaysız yollarla bireylere aktarılan beklentilerdir. Kültürel sistemde doğrunun yaptırımı ve baskısı normlar tarafından hissedilirken; ideal olarak kabul edilmiş hedef ve davranışlara ilişkin yönelişler ise değerlerin varlığı ile gözlenebilir, hissedilir.³⁶

Kültürün toplumun ruhsal, psikolojik ve sosyal eksikliklerini gidermeye yönelik olan boyutu manevi kültürü oluşturur. Manevi kültür boyutu örf, adetler, dini ve ahlaki normlar, çeşitli değer yargıları, dil, edebiyat, estetik değerleri kapsamaktadır.³⁷ Manevi

³² Zeynep Aycan, *Türkiye'de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları*, Türk Psikologlar Derneği, 2000, s.27

³³ Ralph H. Kilmann, The effect of interpersonal values on laboratory training: an empirical investigation. *Human Relations*, 1974, s.247-265.

³⁴ Didem Yılmaz, a.g.e, s.35.

³⁵ Özer Ozankaya, Ulusal Toplumun ve Ulusal Kültürün Kurucu Öğeleri, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 1992, s.218

³⁶ Tülin Bozkurt, "İşletmelerde Kültürel Varsayımlar Üzerine Bir Kıyaslama", *IX. Toplumsal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmalar Dergisi*, Psikologlar Derneği, Ankara, 1996, s.254

³⁷ Didem Yılmaz, a.g.e., s.9

kültür ile özdeş anlamda milli kültür ifadesini kullanmak mümkündür. Manevi kültür unsurlarını tespit etmek ve bu unsurlar hakkında yorum yapmak pek de kolay değildir. Çünkü bu unsurlar kişilere, topluluklara, yörelere ve milletlere göre farklılıklar gösterebildiği için ortak bir hükme varmak zordur ve bu yüzden milli kültür ifadesi kullanılmaktadır.³⁸ Manevi kültür unsurlarının soyutluk ifade eden değer olmaları ve bilinç dışında oluşan göstergelerinin olması kültürler arası etkileşimdeki geçişi ve nakli sınırlı kılabilenmektedir.³⁹

1.1.3. Kültürün İşlevleri

Bireyler yaşamlarını sürdürürken eğitim ve sanat yoluyla inanç, estetik beğeni ve sosyal ilişkileri öğrenirler ve toplumun bir üyesi hâline gelirler. Kültür bireylere ne yapması, ne yemesi gerektiğini, kimlere saygı ve nezaket göstereceğini, nelerin çirkin ya da güzel olduğuna ilişkin birçok toplumsal gerçeği öğretmektedir. Kültürün öğretileri doğrultusunda bireyler iyi benimsedikleri bu kalıpları içselleştirir ve bu kalıplar dışında kendisine sunulan şeyleri doğru olarak kabullenmez. Kültür, bir yandan toplumun değerlerinden ve toplum değerleri sonucunda oluşan, ortaya konulan davranış biçimlerinden oluşmaktadır. Bireyler çevrelerinde olagelen konulara göre ilişkiler kurarlar ve içinde buldukları durumun çizgilerine göre davranırlar. Oluşan davranış kalıpları sürekli yinelenerek bireylerde alışkanlık hali alır ve toplumun diğer bireyleri tarafından da paylaşılır. Zaman içerisinde ortak bir yapıya dönüşen davranışlar, yeni davranış kalıpları ortaya çıkarır. Yürüme, giyinme, selam verme gibi gözle görülebilen şekillerde karşımıza çıkar. Aile fertlerinin yaşamından, hukuk ve devlet yapılarından, arkadaşlık ilişkilerine varıncaya kadar her bölümde görülür. Davranış kalıpları toplumun değerleri ile oluşur ve kültürün temel işlevlerini yerine getirir. Topluma yeni giren bireyler, hem değer yapılarını hem de bu davranış kalıplarını öğrenir ve içselleştirir. Birey, toplumun tavır ve yaşayış biçimine uygun davranmaya başlar. Bu sebeple kültür, toplum yaşamını düzenler ve toplumsal etkileşimde yerleşmiş davranış kalıpları sunar. Kültürün işlevleri ise şu şekilde sıralanabilir;⁴⁰

- Bireylerin davranışlarına yön vererek toplumsal düzeni sağlar.

³⁸ Feyzullah Eroğlu, a.g.e., s. 120

³⁹ Selami Sargut, *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, 2. Basım, Ankara: İmge Kitabevi, 2001, s.93

⁴⁰ Feyzullah Eroğlu, *Davranış Bilimleri*, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2015, s.120-121

- Topluma kimliğini kazandırır. Bir toplumun diğer toplumlardan ayırt edilmesini sağlar.
- Toplumsal dayanışmayı ve birlikte hareket etme bilincinin oluşmasını sağlar.
- Toplumsal kişiliğin oluşmasını ve bireylerin sosyalleşmesini sağlar.
- Toplumsal değerleri bir araya getirerek gelecek kuşaklara sağlıklı bir şekilde aktarılmasını sağlar.

1.1.4. Kültürün Kazanılması

Kültürün kazanılması, içerisinde bulunduğumuz sosyal yapının değer yargılarının ve genel kabul görmüş unsurlarının benimsenmesi anlamına gelir. Kültürün kazanılması sürecine kültüre katılmada denilmektedir. Kültürün kazanılması bir sosyalleşme sürecidir. Bireylerin kültürü kazanması yaşantılar ile sosyalleşme yoluyla öğretim ve eğitimle gerçekleşmektedir. Kültürün kazanılması üç şekilde gerçekleşir, bunlar;⁴¹

Kültür, içgüdü veya kalıtsal yollarla bireylerde bulunmaz. Bireylerin yaşamını sürdürürken edindiği alışkanlıklar, davranışlar, tepki ve eğilimler kültürü oluşturur. Başka bir ifade ile kültürün kazanılması eğitim ve öğrenme aktivitelerinin sonucudur. Kültür bu ilkeler sayesinde oluşmakta ve gelişmektedir.⁴²

1.1.5. Kültürün Unsurları

Toplumsal kültürü oluşturan unsurlar, bir nesilden başka nesillere aktarılan ve değişim süreci fazla olmayan ya da tarihsel süreç içinde farklı tarzda değişikliklere uğramış olsa da devam eden olgulardır.⁴³

Kültürün oluşturan unsur elemanlarını, dört ana grupta ele alabiliriz. Bunlar teknolojik, sosyolojik, duygusal ve estetik, ideolojik unsurlar olmak üzere dört grupta toplanmaktadır;⁴⁴

- Teknolojik unsurlar; maddi fiziki değerlerin toplamıdır. Aletler ile insanlar arasındaki bağın tüm yönlerini kapsar.

⁴¹ Güvenç, Bozkurt, *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, 8. Baskı, İstanbul, 1999, s.101

⁴² Bozkurt Güvenç, a.g.e. s.101

⁴³ TÜSİAD, *Türk Toplumunun Değerleri*, Yayın No: Tüsiad - T/9 1,6- 145, İstanbul, 1991, s.5

⁴⁴ Feyzullah Eroğlu, a.g.e., s.122-123

- Sosyolojik ve özel kültür unsurları ise bireyin belirli topluluklar veya o topluluklar için de hayatını ikame ettirmesinden dolayı ortaya çıkan dil, ahlak, hukuk, çeşitli sosyal kurumlar ve değer yargıları gibi genel normların tamamı kültürün sosyolojik manevi elemanları oluşturmaktadır.
- Duygusal ve estetik unsurlar; bireylerin subjektif yönleri ile ilgilenmektedir. Çeşitli tutum ve duygulara hitap eden edebiyat, eğlence gibi unsurları içerisine alan kültür elemanıdır.
- İdeolojik Unsurlar; bireylerin ve çeşitli sosyal grupların düşünce yapılarını, inanç değerlerini, kanaatlerini, devlet düzenini, iktidar ilişkilerini ve sendikalar gibi kurumlaşmış organlarını kapsar.

Kültür birçok unsurun etkisi altında kalarak oluşmaktadır. Sanat, hukuk örf ve adet, ahlak, semboller, inançlar, tutumlar gibi unsurlar bireylerin içerisinde bulunduğu topluma ilişkin elde ettikleri kültürün unsurlarıdır. Adetler, kanunlar, ahlak, semboller, inançlar bir kültürden başka kültüre değişiklik göstermektedir. Duyuş, yaşayış ve düşünüş şekillerindeki farklılıklar ise kültürün manevi unsurlarındaki uyumsuzlıklardan doğduğunu söylenmektedir. Kültürü oluşturan unsurların farklı olması unsurların birbirleri ile olan ilişkinin derecesini etkiler. Bununla beraber unsurlar kültürün bir bütün olarak şekillenmesine yardımcı olmaktadır.

1.1.6. Kültürün Çeşitliliği

Kültür sınıflamaları farklı durumlara yapılmaktadır. Kültür unsurlarının birleşimi, kültürün oluşuma şekli, toplumların buldukları bölgeler, fertlerin ekonomik güçleri, topluma ait mal ve hizmet çeşitleri, teknolojisi ve çevre yapısı gibi durumlar dikkate alınmaktadır.⁴⁵

1.1.6.1. Genel Kültür ve Alt Kültür

Genel kültür ve alt kültür sınıflaması, kültürün yaygınlık seviyesindeki duruma göre yapılmaktadır. Genel kültür, bir toplumun en yaygın sahip olduğu kültürdür. Bir ülkenin veya toplumun kültüründen bahsediyorsa anlatılmakta olan kültür, genel kültürdür. Bir ülke ya da milletin inançları, genel değerleri, hareket tarzları, sosyal ilişki düzeyleri ve paylaşılmakta olan davranış kalıplarının tümü genel kültürü oluşturur.

⁴⁵ İrfan Erdoğan, *İşletmelerde Davranış*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul. 1999, s.122

Genel kültür kavramı bir üst yapı olarak çok sayıda alt ve yan sistemden meydana gelmektedir. Genel kültür içerisindeki alt kültürler, genel kültürün bir bölüm değerlerini kapsamaktadır. Bütün alt kültürlerin kendilerine has yaşam tarzları, normları, davranış kalıpları vardır.⁴⁶

Kültürler birbirlerine ne kadar benzer olursa olsun kültürler arasında mutlaka belirgin farklılıklar görünür. Toplumun içerisinde varlığını sürdüren gruplar tek bir kalıpta değildir. Belirli grupların yaşanılan egemen kültürden farklı, kendilerine has kültür kalıpları vardır.⁴⁷

Alt kültür, kaynağını çeşitli kısımlardan almaktadır. Örneğin sınıf, statüsü, etnik köken, bölgesel ayrımlar, kır-kent farklılaşması ve dinsel bağlılıklar. Sosyal grupların veya zümrelerin içerisinde yaşadığı ülke veya toplumun genel kültürü içerisindeki etnik, dini, yerel ve meslekî nedenlerle farklılık gösteren konuşma tarzları, giyinişleri, evleri, çocuk yetiştirme tarzları, hayat ve dünya görüşleri, yaşayış kalıpları vardır. Farklılık gösteren unsurların tamamı alt kültürü oluşturmaktadır. Ülkemizde göçebe halindeki bir alt kültür unsurudur. Toplumların karmaşıklık seviyesi artıkça alt kültürün sayı unsuru da aynı oranda artmaktadır. Amerika'nın alt kültür unsurları oldukça fazladır. Burada Zenciler, Kızılderililer, etnik temele dayalı olarak bakıldığında alt kültür olarak kabul edilir. Bunlar kapsayıcı olan egemen kültürün dışında kalmıştır. Alt kültür unsurlarının zamanla egemen kültürle bütünleşmeleri de söz konusudur. Aynı zamanda toplum içerisinde bulunan sınıflarda alt kültür unsurlarındandır.⁴⁸

1.1.6.2. Maddi ve Manevi Kültür

Maddi kültür, bir toplumdaki başka bir topluma aktarılabilirken, manevi kültür ise kendisinin benzeri bulunmayan, aktarılamayan, zamana ve bulunulan yerin yapısına bağlı olarak görünüm kazanan bir yapıdadır.⁴⁹

Kültür, bireysel ve toplumsal bir kuramıdır. Toplumların hem maddi hem de manevi bölümlerinde oluşturduğu ürünlerin tamamıdır. Kültürü oluşturan toplumsal yapının maddi ve manevi olarak iki temel ögesi bulunmaktadır. Dil yardımıyla

⁴⁶ Feyzullah Eroğlu, a.g.e., s. 115.

⁴⁷ Mahmut Tezcan, *Türk Ailesi Antropolojisi*, İmge Kitabevi, Ankara, 2000, s. 167

⁴⁸ Mahmut Tezcan, *Gençlik Sosyolojisi Yazıları*. Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s. 9

⁴⁹ Orhan Türkdoğan, *Değişme-Kültür ve Sosyal Çözüm*, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, İstanbul, 1988, s. 63

toplumsal hayat maddi ve manevi ögeler üzerinde şekillenmektedir. Bu kapsamda maddi ve manevi kültür unsurları şunlardır.⁵⁰

Maddi unsurlar;

- Evlerde kullandığımız tabak, halı, kilim ve diğer ürünler.
- Değişik şekil ve desenlerdeki kıyafetlerimiz.
- Mutfağımıza özgü kendi yiyeceklerimiz.
- Spor hayatımız ve eğlence tarzımız.
- Ev, araba ve savaş aletlerimiz.
- Göreneklerimiz vb.

Manevi unsurlar;

- Duygu ve düşünce dünyamız.
- Dinimiz ve inanç konularımız.
- Tabiata bakışımız, sevgilerimiz, acılarımız vb.

1.1.6.3. Diğer Sınıflandırmalar

Karşı kültür, kültürün egemen olan değerlerinin tamamına bir şekilde karşı gelmeye çalışan toplulukların yaşam şekillerine işaret etmek için kullanılmaktadırlar. Bu kavram esasen 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlamıştır. 1968'de hippiler vb. gibi gençlik hareketleri için kullanılıyordu. Karşı kültür olarak adlandırılan hippiler Vietnam savaşına karşı güçlü bir muhalefet göstermekteydi. Aynı zamanda da kapitalizmin egemen değerleri olan tüketim çılgınlığı ve teknolojiye bağımlılığına karşı yeni yaşam biçimlerini hayata geçirmeye çalıştı. Zaman zaman karşı kültür kavramı alt kültür kavramıyla karıştırılmaktadır. Karşı kültür, egemen olan kültüre karşı oluşturduğu açık siyasal ve ideolojik muhalefet biçimleri sayesinde alt kültürden ayırt edilebilmektedir.⁵¹

Popüler kültür, büyük ölçüde kültür endüstrisi ürünlerinden oluşur. Bu bağlamda, geniş halk kesimlerinin tüketimi için üretilen ve tüketilen bir kültürdür. Kısaca, toplum içerisinde çoğunluklar tarafından beğenilen, tercih edilen popüler kültürün genel manası, dönemlik meşhur olan davranış biçimleri, müzik eserleri, kitaplar, kıyafetler gibi unsurların içerisinde bulunan dönemde yaygın hale gelmesi ve

⁵⁰ Ali Çavuşoğlu, *Kültür ve Zihniyet*, Laçın Yayınları, Kayseri, 2011, s. 107.

⁵¹ Orhan Türkdoğan, a.g.e., s.67

tüketilmesi durumudur. Kalıcı olamayacak ancak yaşanan döneme etki edebilecek unsurların bütünüdür.⁵²

Bireyin hayatını ikame ettirdiği süreç içerisinde kültürün öğrenilmesi açısından, başka bir ifade ile kültürü öğrenme zamanına göre “kültürün sonradan öğrenilmesi, kültürün birlikte oluşması ve kültürün önceden oluşması” biçiminde üçlü bir ayrıma gidilebilir,⁵³

- Kültürün sonradan öğrenilmesi: Kişinin veya çocuğun kültürü atalarından öğrenmesi.
- Kültürün birlikte oluşması: Kişilerin yaşlılarından öğrendiği kültür.
- Kültürün önceden oluşması: Yaşlıların gençlerden öğrendikleri kültürdür.

1.1.7. Hofstede'nin Kültür Boyutları

Hofstede kültürü; insan topluluklarını birbirinden ayıran kolektif bir zihinsel programlama olarak tanımlamıştır.⁵⁴ Hofstede'nin 1980 yılında geliştirdiği model kültürel değerlerin ölçülmesinde kullanılmaktadır. Kültür kapsamında kullanılan en yaygın modeldir. Aynı zamanda örgütsel kültürün, kültürler arası karşılaştırılmasına da öncü olan bu model teorik anlamda da en kapsamlı model kabul edilmektedir.⁵⁵

Dünya genelinde 50'yi aşkın ülkede kendi yerel ortaklarıyla çalışmakta olan IBM'nin yüz bini aşan çalışanının duygularını ve değer yargılarını ölçmek için hazırladığı anketini dört yıl arayla iki kez örgütün belirli bölümlerine uygulamıştır. Bu sayede toplumların kültürleriyle ilgili büyük bir veri tabanı oluşturmuştur. Verilen cevaplar sonucunda üstlere bağımlılık, çalışma ortamı, hedefler ile şirkete olan güven arasındaki denge, işbirliği ve öngörülebilirlik ihtiyacı gibi ortak problemlere ulaşmıştır. Elde ettiği sonuç ile kültürün diğer kültürlerle göre ölçülebilen bir yanı olduğunu ortaya koymuştur.⁵⁶ Hofstede'nin kültür boyutları; güç aralığı, bireycilik - toplumculuk, erillik - dişilik, belirsizlikten kaçınma, uzun ve kısa döneme yönelme, heveslik ve kısıtlılık olmak üzere altı ana boyuta ayrılmaktadır.

⁵² Denys Cuche, a.g.e., s.97-100

⁵³ İrfan Erdoğan, a.g.e., s.126

⁵⁴ Geert Hofstede, *Cultures Consequences, Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*, İkinci basım, Sage Publications, London. 2000, s. 1-2

⁵⁵ İsmail Bakan, Örgüt Kültürü ve Liderlik Türlerine İlişkin Algılamalar İle Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması, *KMU İİBF Dergisi Yıl:10 Sayı:14*, 2008, s. 6

⁵⁶Geert Hofstede, Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2011, s. 7

1.1.7.1. Güç Aralığı Boyutu

Toplumda veya herhangi bir örgütte güçsüz durumda olan insanların gücün dağılması konusundaki eşitsizliği kabul etmesi ya da eşitsizlik durumunun süreç içerisinde karşılıklarına çıkmasını olağan kabul etmeleri durumudur.⁵⁷ Farklılıkların ve eşitsizliklerin kültürün içerisinde bulundurduğu bireyler tarafından onaylama, meşru görme ve kabul etme seviyesini kapsamaktadır. Güç aralığının düşük seviyede bulunduğu toplumlar, politik hareketlerde bireyler arasında eşitlik ilkesini savunup, süreçler içerisinde karara katılma oranı yüksek tutarak, yöneticilerini demokrat bir kişilikte seçmektedirler. Tam tersi toplumlarda ise yöneticiler otokrat bir yapıda bulunur, bu toplumlarda kararlara katılma oranı düşük seviyededir ve bir işi emirle yerine getirme durumu vardır.⁵⁸

Hofstede'in verileri doğrultusunda Türkiye, Meksika, Yugoslavya, Pakistan, Fransa yüksek güç aralığı kategorisinde, Kanada, İngiltere, Amerika, Hollanda gibi ülkeler ise düşük güç aralığı kategorisinde yer almaktadır.⁵⁹

Hofstede 1984 yılında Güç aralığı düşük olan kültürler ile güç aralığı yüksek olan kültürlerin karşılaştırmasını şu şekilde açıklamaktadır.

Tablo 1. Düşük Güç Aralığı ve Yüksek Güç Aralığının Karşılaştırılması

Düşük Güç Aralığı	Yüksek Güç Aralığı
Toplumun eşitsizlik seviyesi düşüktür.	Güçlerin ayrıcalıkları belirgindir.
İnsanların bağımlılık seviyeleri eşittir.	Güçsüzler güçlülere bağımlıdır.
Güç kullanmak yasaldır.	Doğruyu ve yanlış güçlü olan belirler.
Güçlüler ile güçsüzler uyum halindedir.	Güçlüler ile güçsüzler çatışma halindedir.
Güçsüzler işbirliği yaparlar.	Güçsüzler düşük seviyede işbirliği yaparlar.
Çocuklara aile bireyi gibi davranılır.	Çocuklara itaat öğretilir.
Ayrıcalıklar ön plana çıkarılmaz.	Ayrıcalıklar sürekli vurgulanır.

Kaynak: Geert Hofstede, Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values, Nawbury Park Sage Publications, 1984, p.60.

1.1.7.2. Bireycilik ve Toplumculuk

Bireycilik ve toplumculuk Hofstede'nin kültür boyutlarında ikinci sırada yer almaktadır. Bireylerin sosyal çevreleriyle etkileşimi esnasında kendilerinin kişisel çıkarlarını ön planda tutmaları yani "ben" merkezli bir hareket tarzı içerisinde

⁵⁷ Marieke de Mooij - Geert Hofstede, Convergence and Divergence In Consumer Behavior: Implications for International Retailing, *Journal of retailing*, V.78, N.1, 2002, s. 63

⁵⁸ Hilal Yakut, Örgütsel Davranışta Kültürler Arası Etik Çalışmaları Üzerine Bir Eleştiri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, 2012, s. 120

⁵⁹ Geert Hofstede, "Motivation, Leadership and Organization: Do American Theories Apply Abroad?." *Organizational Dynamics*, 9. 1, 1980, s. 147-149

bulunmaları ya da sosyal çevre ve topluluklarda genelin çıkarını düşünerek “biz” merkezli bir hareket tarzı benimsemelerini kapsamaktadır.⁶⁰

Tablo 2. Bireycilik – Toplumculuk Boyutları Arasında Farklılıklar

Bireycilik	Toplumculuk
Bireyler işverenin menfaatlerini ancak kendi çıkarları doğrultusunda gözetir.	Bireyler bünyesinde bulunduğu toplumun çıkarlarını gözetir.
İş yükü ve çalışma süresi fazladır.	Çalışma süresi azdır.
İşveren ve işçi arasındaki bağ sözleşme ile kurulur.	Aile bağı gibi güçlü bir bağ vardır.
Süreçlerde terfiler bireylerin yetenekleri doğrultusunda gerçekleşir.	Terfiler gruba göre şekil almaktadır.
Üstlenilmiş olan görev ilişki bağından daha kıymetlidir.	İlişki bağı görevlerden daha üstündür.
Düşünceler rahatça dile getirilir ve dürüstlük olmazsa olmazdır.	Uyum ahengi sağlanır ve çatışmalardan uzak durulur.

Kaynak: Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Organisationer Och Culturer, 2005, s.104

Ben düşüncesi öne çıkmış toplumlarda bireyler alınan kararlarda kendi şahsi beklentilerinin de yerine getirilmesini isterler. Bireysel üstünlüklerin, becerilerin ve başarının yüksek öneme sahip olduğu toplumlara örnek Amerika, İngiltere, Kanada ve Avustralya gibi Anglo - Sakson ülkeleri verilebilir. Toplulukçuluk düşüncesini benimsemiş ülkelerde bireyler kendilerini örgüte, aileye, işletmeye oldukça bağlı hissetmektedir. Aynı zamanda örgütle bütünleşerek bir parçası gibi hareket etmektedir. Bu doğrultuda toplumun veya grubun çıkarları bireyin şahsi çıkarlarından daha ön planda olmaktadır. Toplulukçuluk düşüncesinin ön plana çıkmış olduğu toplumlara ise, Guatemala, Ekvator, Panama, Venezuela gibi ülkeler örnek verilebilir. Hofstede'nin araştırmasında elde ettiği verilerde Türkiye yüksek toplulukçuluk düzeyinde yer almaktadır.⁶¹

Sosyal, ekonomik ve siyasal etkinlikler kapsamında yapılan çalışmalar ve alan araştırmalarında ‘bireycilik – toplumculuk’ kavramına oldukça fazla başvurulmaktadır. Kültür öğelerinden hareketle yapılan çalışmalarda bireyci kültür “benmerkezci yapıyı, kişisel çıkarı, güven duygusunu, rekabeti, karmaşıklığı, kişisel mutluluğu ve grup bünyesindeki duygusal mesafe öğelerini kapsamaktadır. Toplulukçu kültür ise “karşılıklı bağımlılık, sosyalleşme, aile bütünlüğü, eksikliklerin ve isteklerin grup

⁶⁰ Ünsal Sığı, Mehmet Tıgılı, “Hofstede'nin “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutunun Yönetmel Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi”, *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, C.22, S.1, 2006, s. 330

⁶¹ İbrahim Taha Dursun, Örgüt Kültürü ve Strateji ilişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:4, 2013, s. 52

içerisinde karşılaşması” öğelerini içermektedir.⁶²

Hofstede 76 ülke kapsamında yaptığı çalışma sonucunda Batı toplumları ve gelişmiş toplumlarda bireyciliğin, Doğu toplumları ve gelişmemiş toplumlarda ise toplumculuk karakterinin varlığını ortaya koymuştur.⁶³

1.1.7.3. Erillik ve Dişilik

Hofstede’ye göre eril kültürü benimseyen toplumlarda aktivitelerde saldırganlık, maddi çıkar elde etme isteği ve materyalist eğilimler hüküm sürmektedir. Bu davranış kalıpları toplumun genel kabul görmüş değerlerini oluşturur. Bu toplumlarda bireylere verilen değer yargıları da arka planda kalmaktadır. Dişil kültür unsurları ise insanlar arası ilişkileri ön planda tutmaktadır. Bireylere verilen değer kaliteli ve özeldir. Hayatı daha kolay ve yaşanabilir kılma niteliğini önde tutmak söz konusudur. Geleneksel bağlamda dişilikle boyutuyla örtüşen diğer kavramlar ise şefkat, merhamet, nezaket, sadakat, toplumun her kesimine karşı sevgi dolu ve anlayışlı olmak, sıcak davranmak da eklenebilir.⁶⁴ Hofstede’nin araştırmasında İspanya, Portekiz, İran, Fransa gibi Türkiye’de eril özellikleri bünyesinde barındıran bir toplumdur.⁶⁵ Sargut 1994 yılında yapmış olduğu çalışmada, Hofstede’nin Türk toplumu “eril” kültür özelliklerini taşıyor bulgusunu destekleyen veriler elde etmiştir. Sargut çalışmasında kız öğrencilerin geleneksel kadınsı değerleri ve davranışları eksiksiz sergilediğini, erkek öğrencilerinde aynı oranda olmasa da kadınsı değerleri daha önde tuttuklarını belirtmiştir.⁶⁶

Tablo 3. Eril ve Dişil Boyutlarının Davranış Kalıpları

Eril Kültür	Dişil Kültür
Saldırgan	Şevkat
Yükselme tutkusu	Merhamet
Dediğim dedik	Nazik
Atletik	Çocuklara karşı sevgi dolu
Yarışmacı	Sadık
Egemen	Başkalarına karşı duyarlı
Baskıcı	Halden anlar
Kendine güvenli	Sevgi dolu
Bağımsız	Anlayışlı
Tavır koyucu	Sıcak

Kaynak: Selami Sargut, *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitabevi, Ankara, 2001, s.179.

⁶² Harry C. Triandis, Christopher McCusker, Harry HUI, Multimethod Probes Of Individualism and Collectivism, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, s. 909

⁶³ Geert Hofstede, a.g.e., s. 12

⁶⁴ Selami Sargut, a.g.e., s. 175

⁶⁵ Geert Hofstede, a.g.e., 1980, s. 151

⁶⁶ Selami Sargut, a.g.e., s. 178-181

1.1.7.4. Belirsizlikten Kaçınma

Hofstede belirsizlikten kaçınmayı içinde bulunulan toplumun kültürel bir değeri olarak görmektedir. Hofstede'ye göre risk kavramı olayların meydana gelme, gerçekleşme olasılığının oranıdır. Bir olasılığa bağlı kalınmadan, herhangi bir olayın gerçekleşebilmesine yönelik beklentiyi ise belirsizlik olarak ifade etmektedir. Bu belirsizlik durumu bireylerde kaygı ve endişe oluşturmaktadır. Bu kapsamda belirsizlik, kaygı kaynağı olmaktan ancak bir risk durumu olarak açıklanırsa çıkabilmektedir.⁶⁷

Belirsizlikten kaçınma bireylerin belirsizliğe karşı tahammül derecesidir. Belirsizlikten kaçınma boyutu toplumda, bilgi düzeyi eksikliği veya bilginin açık olmadığı, karmaşıklığın ve dağınıklığın var olduğu, hızlı ve kestirilemez bir biçimde değişmelerin gerçekleştiği durumlardan dolayı hissedilen tedirginliğin düzeyi ile ilgilidir. Belirsizlikten kaçınmayı bünyesinde fazlasıyla bulunduran toplumlar iş düzeylerinin planlanmasını ve prosedürlerle açık bir şekilde açıklanmasını isterler. Belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek ise toplumda duygusal, dinsel faktörlerin yanı sıra kader ve alın yazısı gibi kavramlarda ortaya çıkmaktadır.⁶⁸

Tablo 4. Belirsizlikten Kaçınma Yöntemleri

Düşük Belirsizlikten Kaçınma	Yüksek Belirsizlikten Kaçınma
Belirsizlikten kaçınma imkansızdır.	Belirsizlik tehlikelidir ve azaltılması gerekir.
Duygulara gizlenmemelidir.	Duygular gizlenmelidir.
Karmaşık durumlarda rahat olunmalı, risk alınmalıdır. Alınan risk başarı getirir ve motivasyonu artırır.	Karmaşık durumlar önlenmeli ve riskten kaçınılmalıdır. Güvenlik tedbiri motivasyonu sağlar.
Kurallar oldukça esnekler ve kural yeterince olmalıdır.	Kurallar katıdır ve her zaman kurallara ihtiyaç duyulur.
Farklı olan yeni fikir ve davranışlara karşı merak vardır.	Farklı olan her durum tehlike içerir ve bu duruma direnç vardır.
Sadece ihtiyaç duyulduğunda çalışır.	Devamlı meşgul olma dürtüsü vardır.
Birden fazla doğru olabilir.	Doğru bir tanedir.
Törenselle davranışlar azdır.	Törenselle davranışlar çoktur.

Kaynak: Geert Hofstede, *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, Newbury Park Sage Publications, 1984, s. 142.

Bireyler belirsiz durumlar karşısında çok sayıda duyguyu aynı anda hissederler. Bireylerde oluşan yoğun duygu hali onları belirli davranışlara iter. Belirsizlik hali bireylerde strese neden olduğu için endişe, saldırganlık, sinirli olma hali gibi davranışlar sergilemektedir. Öte yandan belirsizlik karşısında soğukkanlı ve rahat olma davranışları

⁶⁷ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, *Cultures and Organizations: Software Of The Mind*. London: McGraw-Hill, 1991, s. 154

⁶⁸<http://www.uludagsozluk.com/k/belirsizlikten-kaçınma/> (05.11.2016)

da sergilenmektedir. Soğukkanlı ve rahat olma davranışlarını sergileyen bireyler belirsizlik durumunun üstesinden daha rahat gelebilmektedirler.⁶⁹

1.1.7.5. Uzun ve Kısa Döneme Yönelme

Zaman yönelimi şeklinde de ifade edilen bu boyut Hofstede kültür boyutunun beşincisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin hem yaşam hem de iş hakkındaki genel bağlantılarını kapsar. Bu yaklaşım tarzı alınmakta olunan kararların hangi kısımlarının geçmişte gerçekleşen olaylara dayandığını, ne kadarının gelecekte elde edecek faydalılık algılarına dayandırıldığını sunmaktadır.⁷⁰

Uzun dönem kültürü geleneklere ve sosyal gerekliliklere karşı hassas davranmayı gerektirmektedir. Uzun dönem kültürü, dinamik ve geleceğe yönelik olarak daha geniş bir görüş açısına sahiptir. Kısa dönem kültürü ise durağan bir yapı ve daha dar bir görüş açısına sahiptir.⁷¹

Uzun dönemi benimsemiş toplum yapılarının birimleri gelecekle ilgili planlamalar yapmakta, kendi çıkarları doğrultusunda davranmaktadır. Örneğin; maddi birikim yapmak, kalıcı olmak amaçlı davranış sergilemek veya çıkarlar doğrultusunda hareket etmek bunların arasında gösterilebilmektedir. Karşıt olarak ise kısa dönem odaklı topluluklardan bahsedilebilir. Kısa dönemde değerler gelecekte çok geçmiş ve şimdiye odaklıdır. Örneğin; topluma devredilmiş olan geleneklere saygı veya şu andaki toplumsal sorumlulukların ne kadarının yerine getirildiği gibi ölçütler önem arz etmektedir.⁷²

⁶⁹ Adem Öğüt, Ayşe Kocabak, “Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları”, *Türkiye Araştırmaları Dergisi*, 2008, C.23, S.1, s. 153.

⁷⁰ Salih Yeşil, *Uluslar Arası İşletmeler Açısından Kültürel Farklılıklar ve Yönelimi*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2011, s. 126.

⁷¹ Ricardo Recht, Celeste Wilderom, Kaizen and Culture: On The Transferability Of Japanese Suggestion Systems, *International business review*, 1998, s. 10.

⁷² Geert Hofstede, *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institution and Organizations Across Nations*, Beverly Hills, Sage Publishing, CA. 2001,

Tablo 5. Kısa Dönem ve Uzun Dönem Arasındaki Farklılıklar

KISA DÖNEM (Short-Term Orientation)	UZUN DÖNEM (Long-Term Orientation)
İyi ve kötü önceden belirlenmiştir.	İyi ve kötü koşullara göre değişebilir.
Sosyal harcamalar ve tüketim oldukça fazladır.	Toplum yapısında birikim yapmak ve yatırım yapmak vardır.
En mühim olaylar ya geçmişte yaşandı yada şimdi yaşanıyor.	En mühim olaylar gelecekte meydana gelir.
Geleneklere bağlılık söz konusudur	Gelenekler yeni koşullara göre uyum sağlar.
Aile hayatını ailenin en büyüğü yönlendirilir.	Aile hayatı aile fertleri tarafından ortaklaşa yönlendirilir.
İhtiyaç hissedildiği anda hemen giderilmeye çalışılır.	İhtiyaçların karşılanması geleceğe ertelenir.

Kaynak: Lonner vd., <http://www.ac.wvu.edu/~culture/hofstede.htm>

1.1.7.6. Heveslilik ve Kısıtlılık

Heveslilik ve kısıtlılık ölçeği bireylerin istekleri ve dürtüleri doğrultusunda hangi düzeyde yetiştiklerini konu edinir. Bu bağlamda toplumlar hevesli (müsamahalı) ya da kısıtlı (baskıcı) olarak iki ana grupta ele alınmaktadır. Hofstede, heveslilik kavramını bireylerin yaşamı boyunca hissettikleri doğal dürtüler olan zevk almak ve eğlenmek gibi durumların karar alma sürecinde tahminlerde bulunmalarına müsaade eden bir toplum şeklinde ifade etmektedir. Kısıtlılık ise toplumun kendi bünyesinde oluşturduğu normlar yoluyla ihtiyaçların karşılanması sürecinde tatmin boyutunu azaltan, bastıran ve hatta onları düzenleyen bir toplum yapısını kapsamaktadır.⁷³

Ülkeler arasında karşılaştırma yapıldığında elde edilen sonuçlara göre hoşgörü puanı yüksek ülkeler daha çok Kuzey ve Güney Amerika'da, Batı Avrupa'da ve Sahra Altı Afrika'da yer alan ülkeler olarak belirlenmiştir. Türkiye elde edilen sonuçlarda %49'luk bir oran ile ortalama bir eğilimin olduğunu görülmektedir.⁷⁴

1.1.8. Gray'in Muhasebe Alt Kültürü İle İlgili Modeli

Önceki dönemlerde yapılan çalışmalara ek olarak Gray modelinde, muhasebe ve kültür ikilisinin ilişkisini ele almıştır. Bu eksikliği tamamlamak için Gray, 1988 yılında yayımladığı 'Uluslararası Muhasebe Standartlarının Geliştirilmesinde Bir Kültürel Etki Teorisine Doğru' makalesinde muhasebe uygulamalarını kültürün etkilediği fikrini

⁷³ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, I. *Cultures Et Organisations: Nos Programmmations Mentales*. Pearson Education, France, 2010, s. 15

⁷⁴ Eda Doğan, Siyasal Reklamlarda Hofstede'nin Kültürel Boyutlarının Kullanımı: 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi. *University Faculty of Communication Journal/Istanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 2015, s. 52

geliştirmiştir. Gray bu modelinde sosyal bilimler ve uluslararası muhasebe literatüründen belirli yapıları birleştirerek sosyal ve muhasebe değerlerini ilişkilendiren bir teori hazırlamıştır.⁷⁵

Gray'in, kültürel veya sosyal değerleri etkisi altına alan farklı düzeydeki faktörleri açıklamaktadır. Bu kapsamda sosyal değerler; bir toplumda yer alan eğitimsel, sosyal, politik sistemler, yasal, finansal ve kurumsal düzeydeki yapıların ve kurumların en iyi düzeyde gelişmesini ve sürdürülebilirliğini sağlar. Bu sistemler sosyal değerleri bünyesinde barındırmalı ve sosyal değerleri geliştirerek, iyileştirmelidir. İçerik olarak bu yapının değişmediği ve ulusal düzeyde yaşanan değişimlerin büyük dışsal faktörlerden kaynaklandığı kabul edilmektedir. Dışsal faktörlere uluslararası ticaret, yatırım, çok uluslu şirketler ve koloniler örnektir. Gray, muhasebe uygulamalarını Hofstede'in modeliyle tamamen bütünleştirmiştir. Bu teoride Gray sosyal değerleri, muhasebe alt kültürü düzeyinde ele almaktadır. Biz merkezli kültürel veya sosyal değerler, muhasebe mesleğine etki eder. Muhasebe değerleri, raporlama ve bilgi ifşasını kapsayan muhasebe uygulamalarını etkisi altına alır. Değişik sosyal değerler, dışsal ve ekolojik durumlara bağlı olarak, muhasebe sistemlerini değerli hale getirir, geliştirir, yansıtır ve pekiştirir. Gray teorisi ile muhasebe uygulamalarında uluslararası farklılıkların neler olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır. Gray'in muhasebe kültürü değerlerinin Hofstede'nin kültür boyutundan etkilendiğini söylemek mümkündür. Gray'in muhasebe kültürü değerlerini dört boyutta incelemek mümkündür. Bunlar; statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, şeffaflık yerine gizlilik değerleridir.⁷⁶

1.1.8.1. Profesyonelliğe Yerine Statükoculuk

Bu boyut muhasebeyi ilgilendiren çalışmalarda üst otoriteden beklenen etki düzeylerinin neler olduğu ile ilgilenir. Profesyonellik düzeyinin yüksek olduğu kültürlerde, muhasebe sistemlerini kullananların muhasebeyi ilgilendiren süreçlerde kendi kendine yetebilmek söz konusudur. Profesyonelliğin düşük olduğu kültürlerde ise otoritenin ya da otoriteye bağlı yön vericiler ile genel olarak müdahale beklentisi vardır. Gelişmiş ülkelerdeki muhasebe sistemleri kendi kendisine yetebilir ve profesyonellik

⁷⁵Anthony Abongwa, *An Empirical Investigation of the Relationship Between Culture and Accountants' Attitude Towards the Harmonization of International Accounting Standards in United States of America and Cameroon*, Doktora Tezi, Nova Southeastern University, 2005, s.27-28.

⁷⁶Selahattin Karabınar, *Kültür ve Muhasebe Açısından Muhasebe İklimi*, Seçkin Yayıncılık, Birinci Baskı, Ankara, 2005, s. 45

düşüncesi ön plandadır, gelişmemiş ülkelerde ise en yetkin otoritenin sistemle ilgili düzenlemeleri yerine getirmesi istenmektedir.⁷⁷

1.1.8.2. Tekdüzecilik Yerine Esneklik

Tekdüzecilik yıllar itibariyle şirketlerin birbirlerine yakın muhasebe uygulama tekniklerini ve muhasebe uygulamalarında genel geçer bir kullanımın yanında durulması yönündeki eğilimleri veya tercihleri kapsar. Esneklik ise, işyerlerinin kendi şahsi durumlarıyla uyumlu olarak muhasebe uygulamalarının kullanılabilmesi veya tercih edebilmeleri durumudur. Bu nedenle bu boyut iki bileşenden meydana gelmektedir; genel muhasebe uygulamaları arasındaki tutarlılıklar ve şirketler arasındaki karşılıklı muhasebe politikaları. Şirketler arasında ve hatta ülkeler arasında muhasebe ilkelerinin uygulanması noktasında da farklılıklar yaşanmaktadır. Örneğin, geleneksel yapıda ulusal planlamayı kolaylaştırmanın yüksek önem arz ettiği Fransa’da tek düzeci bir muhasebe planı izlenmektedir. Ancak, muhasebe politikalarını benimsemenin yanında uygulamada esnekliğe dayalı tarzın var olduğu Birleşik Krallık ve Birleşik Devletlerdeki uygulamalara zıtlık oluşturmaktadır.⁷⁸

Gray, tekdüzecilik kavramının en yakın şekilde belirsizlikten kaçınma ve bireysellik boyutları ile ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Tekdüzeci kavramında kanun ve düzen açısından kaygıların bulunduğu, yazılı kural ve yönetmeliklerin gerekliliğinin yanı sıra belirsizlikten kaçınma boyutu arasında güçlü bir uyum ve ilişki vardır. Bunun yanında Gray, erillik ve tekdüzecilik değerleri arasında bir ilişki bulunmadığını gözlemlemiştir.⁷⁹

1.1.8.3. Tutuculuk Yerine İyimserlik

Tutuculuk, geleceğe yönelik gerçekleşebilecek olayların belirsizliğini ortadan kaldırmak için daha dikkatli ve ölçülü olma durumunu benimsemek, iyimserlik ise gelecekte gerçekleşebilecek olaylara karşı iyimser yaklaşmak, kişisel isteği

⁷⁷İdris Varıcı, Fevzi Özdemir, “Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Yönelişin Kültür Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Mali Çözüm İSMMM*, 2013, s.28

⁷⁸Gray, S.J., *Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally*, Abacus, 1988, s.9

⁷⁹Doupnik, T. Tsakumis, G. T., “A Critical Review of Tests of Gray’s Theory of Cultural Relevance and Suggestions for Future Research”, *Journal of Accounting Literature*, 2004, s.6.

gerçekleştirebilme özgürlüğünü ve risk almaktan korkulmayan bir yaklaşım biçimini ifade etmektedir.⁸⁰

Başka bir ifade ile tutuculuk ve iyimserliğin, finansal raporlardaki ölçümlere ilişkin tutumları içerdiği söylenebilir. Bu yönden tutuculuk, varlıkları değerlendirme ve gelirleri bilme açısından daha çok ihtiyatlı olma yaklaşımını amaçlarken; iyimserlik ise benzer ölçümlerde daha çok risk alabilmeyi ve liberal olabilme yaklaşımını hedeflemektedir.⁸¹

Tutuculuk dünyanın değişik bölgelerinde genel olarak farklılıklar gösterir. Kıta Avrupa'sında yüksek seviyede bir tutuculuk yaklaşımı varken, Birleşik Krallık ve Birleşik Devletlerde ki muhasebeciler incelendiğinde çok daha az tutucu davranışlar sergilenir. Gray, bu ülkelerdeki farklılıkların sebebini; sermaye piyasalarının gelişime göstermesine, muhasebeye ihtiyaç duyanların menfaatlerinin uyuşmazlığından ve bu ülkelerde muhasebe mensuplarına yönelik ele alınan vergi kanunlarının sebep olduğu varsaymaktadır⁸².

1.1.8.4. Şeffaflık Yerine Gizlilik

Şeffaflık yerine gizlilik boyutu sadece şirketin yönetici kesimini ilgilendiren veri ve fikirlerinin, muhasebenin mali tablolarında nasıl yer bulması gerektiğini irdeleyen bir muhasebe sistemine karşı, sonuçları daha çok gözlemlenebilen, kamuya açık bir muhasebe sistemini amaç edinmektedir. Gizlilik ise, mali tablolarda yer alan bilgilerin detayının bulunup bulunmayacağını, açık olarak yazılacak bilgilerin kapsam ve seviyesine etki etmektedir.⁸³

Başka bir ifadeyle, işyerlerinin muhasebe bilgi ve detaylarının ne kadarının kamuoyuna açılması yönündeki tutumu irdeler. Gizlilik, bilinmesi gerektiği kadarlık bir bilginin bilinmesi ve geri kalının açığa vurulmaması sistemine dayalı yani sınırlı bir

⁸⁰ Gray, a.g.m., s.8.

⁸¹ John. B. Macarthur, "The Impact Of Cultural Factors On The Lobbying Of The International Accounting Standards Committee On E32, Comparability Of Financial Statements.An Extension Of Macarthur To Accounting Member Bodies", *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol.8, Issue 2, 1999, s.321

⁸² Chanchani, S., Macgregor, S., "A Synthesis of Cultural Studies in Accounting", *Journal of Accounting Literature*, 18, 1999, s.130

⁸³ Selahattin Karabınar, a.g.e., s. 49

bilgi durumuyla tutarlı kavramdır. Şeffaflık ise, kamuya yapılacak bilgilendirmenin daha açık olmasına dair istekliliği ifade etmektedir.⁸⁴

Gray, gizlilik boyutunu en fazla güç mesafesini, belirsizlikten kaçınmayı ve bireysellik boyutları arasında bağlantı kurmuştur. Gizlilik boyutu, güvenliğin sağlanmasının yanı sıra çatışma ortamı ve rekabetin engellenmesine sebep olan belirsizlikten kaçınma boyutu ile ilişkilidir. Güç ortamının devamlılığının yanı sıra bilgiye ulaşmayı sınırlandırılmasına olanak sağlayan yüksek güç mesafesi ile de ilişkilidir. Gizlilik bunun yanında erillik boyutu ile de etkileşime sahiptir.⁸⁵

1.1.9. Gray'in Modeline Yönelik Teorik Değerlendirmeler

1980'li yılların başından akademisyenler ve araştırmacılarla beraber muhasebe ve kültür arasındaki bağlantıya bağlı olarak yapılan araştırmalar, kapsamlı bir şekilde tartışılmaktadır. Kültür kavramı yapı olarak muhasebe uygulamalarının değişik yönleri açısından araştırılmaktadır. Bu incelemeler sırasında öncelik, kültürün etkisini muhasebe bağlamında araştırmaya verilmiş, sonrasında içerik olarak genişletilmiş ve olumlu teoriler geliştirmeye yönelmişlerdir. Bu teorilerin etki alanlarından birini elde eden Gray ve muhasebe kültürü değerleri, 1988 yıllarından sonra farklı araştırmalara da öncü rol oynamıştır. Gray'in teorisi uyarlamaya alınarak birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. İlk olarak Perera 1989 yılında yaptığı çalışmada; muhasebe uygulamalarının geliştirilmesine yönelik incelemesine muhasebe değerleri kavramını ekleyerek, Gray'in çalışmasına yeni bir unsur eklemiştir. Perera'nın araştırmasında muhasebe uygulamaları şunları içermektedir: Muhasebe sistemlerine yönelik otorite, muhasebe tekdüzeciliğini uygulama kapasitesi, ölçümleme esaslı bir temel ve bilgiyi açıklama bakımından kullanılan parametrelere - şeffaflık ve gizlilik - yönelik sınırlar. Perera'ya açısından; otorite ile profesyonellik, tekdüzecilik ile uygulama, tutuculuk ile ölçümleme, şeffaflık ile bilgilendirme arasında pozitif yönde etkileşim bulunmaktadır.⁸⁶

⁸⁴ Macarthur, a.g.m., s.322.

⁸⁵ Gray, a.g.m., s.8.

⁸⁶ Hemamali Perera, "Towards a Framework to Analyse the Impact of Culture on Accounting", International Journal of Accounting, Vol :24, 1989

2. BÖLÜM

MOTİVASYON KAVRAMINA GENEL YAKLAŞIM

2.1. Motivasyon Kavramına Genel Bakış

Bu bölümde motivasyonun kavramsal açıdan incelenmesinin yanı sıra motivasyon kuramları da incelenecektir.

2.1.1. Motivasyon Kavramı ve Önemi

Motivasyon kavramı Türkçe Sözlüğünde kelime anlamı açısından “Güdülenme” olarak ifade edilmektedir.⁸⁷

Bireyleri başarılı kılmak, verimliliğini artırmak ve işe katılma süresince daha etkin rol almalarını sağlamakta kullanılan motivasyon, köken olarak Fransızcadaki “Motivation” kelimesinden gelmektedir. Motivasyonun özdeş kavramları vardır. Bunlar: güdü, saik ve harekete geçirici olarak ele alınabilir. Motivasyon kavramını kısaca harekete geçirici, harekete devam ettirici ve hareketi veya davranışları olumlu yöne yönettici arzular bütünü olarak özetlenmektedir. Bireyler ele alınan bu kavramlar doğrultusunda arzu ettikleri noktaya daha düzenli ve etkin bir şekilde ulaşabilmektedir. Hedefler ve hayal edilen noktaya ulaşmakta motivasyon olmazsa olmaz bir değerdir.⁸⁸

Motivasyon bireyin gayretlerini ve çalışmalarını içerisinde bulunduğu organizasyonun beklentileri yönünde yerine getirmesidir. Ayrıca motivasyon bireylerin daha iyi iş yapma ve organizasyon içerisinde başarılı oldukları durumda bireylerin kendi eksiklerini daha iyi gidereceklerine, tatmin düzeylerini arttıracaklarına ikna eden bir düzeydir.⁸⁹

Motivasyon, güdülerin yardımıyla istenene doğru harekete geçme olarak ifade edilebilir ve kişinin bekleyişlerini, ihtiyaçlarını elde etme yetisini kendisinde bulundurduğu döneme kadar varlığını sürdürmektedir.⁹⁰

⁸⁷ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS (08.11.2016)

⁸⁸ Erol Eren, *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2010, s. 498

⁸⁹ Feyzullah Eroğlu, *Davranış bilimleri*, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2000, s. 248

⁹⁰ Ömer Dinçer, Yahya Fidan, *İşletme Bilimine Giriş*, Beta Basımevi, 1997, s. 13.

Robbins ise, motivasyonu bireylerin bir amacı gerçekleştirme esnasındaki inatçılığını, güçlülüğünü ve özverisini ifade eden dönem olarak açıklamaktadır.⁹¹

Motivasyon var olan bir eksikliği gidermek için olması gereken çalışmayı başlatan bir kuvvettir. Bu kuvvetin olumlu yada olumsuz olma durumu motivasyon boyutunda farklılık yaratmaz. Bu kuvvet bizi iyi sonuçlar almaya yönelteceği gibi sonucunda bize hayal kırıklığı da yaşatabilir.⁹²

Bir başka ifadeyle motivasyon, beklentileri elde etme isteğidir ve bireyin kendi isteklerini, arzu ettiklerini, elde etme yeteneği var oldukça varlığını bireyde göstermektedir.⁹³

Motivasyon, iş görenlerin işe sarf ettikleri çaba ile beklentileri arasında doğru orantılı bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda motivasyon, örgüt kültürünü tayin etmekte, iş görenleri çalışmaya itmekte ve iş görme sürecinde bireyleri ikna etmesi açısından önemlidir.⁹⁴

Örgütlerin belirledikleri hedeflere ulaşabilmesi, iş görenlerin en etkin biçimde değerlendirilmesi ile gerçekleşebilir ve iş görenlerin çalışma ortamlarında moral ve motivasyon düzeylerinin dikkate alınması sayesinde mümkün olabilmektedir. Motivasyon düzeyleri yüksek olan iş görenler çalışma ortamında iş yükünü daha iyi üstlenirler ve daha mutlu olurlar. Motivasyon iş görenlerin enerjisi, şahsi ihtiyaçları ve örgütün amaçlarına hizmet etmesi bakımından da önemli bir yere sahiptir.⁹⁵

Motivasyon verimlik, üretkenlik ve istenilen hedefe etkin bir çaba ile ulaşılması için önemlidir. Motivasyon, istenilen sonuca doğrudan ulaşmaya direkt etki ettiği için iş görenlerin motive seviyelerinin artırılması yöneticinin en önemli sorumluluğudur.⁹⁶

⁹¹ Stephan ROBBİNS, Timoty JUDGE, *Organizational Behavior*, By Pearson Education, Inc., *Upper Saddle River, New Jersey*, 2003, s. 155

⁹² Sang H. Kim, *Kendinizi ve Başkalarını Motive Etmenin 1001 Yolu*, Çeviren; Ali Çimen, 6. Baskı, Tımas Yayınları, İstanbul, 2005, s. 13

⁹³ Hüseyin Nail Pekel, *İşletmelerde motivasyon-verimlilik ilişkisi: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Antalya Havalimanı çalışanları arasında bir örnek olay araştırması*. 2001. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 212 s.

⁹⁴ Sevgi Taşdemir, *Motivasyon Kavramına Genel Bir Bakış, Motivasyon Araçları Ve Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurumu Ölçeğinde Bir Model Önerisi*, *Yüksek Lisans Tezi Bilgi Teknolojileri İletişim Kurumu*, 2013, s.7

⁹⁵ Mahmut Oktay, *Davranış Bilimlerine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul, 1996, s. 325

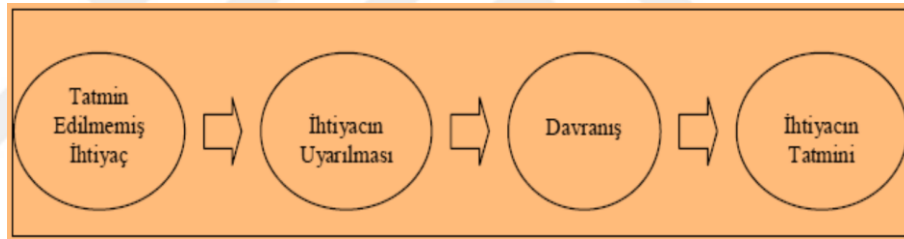
⁹⁶ Patrick Forsyth, *Yaratıcı Motivasyon Teknikleri*, Çeviren Derya DEMİRAY, Kaizen Resital Yayıncılık, İstanbul, 2006, s. 8-9

2.1.2. Motivasyon Süreci

İnsanların tatminini sürekli kılmaya çalıştığı bazı ihtiyaçları bulunmaktadır. Bireylerin eksiklikleri hissetmeye başlamasıyla doğrudan güdüleme süreci de başlar. Hissedilen ihtiyaçlar fizyolojik yada psikolojik boyutta olabilir. İhtiyaçlar doğrultusunda bireyler belirli davranış kalıplarını sergilemeye başlarlar. Uyarılma gerçekleştiği zaman hissedilen eksiklikleri yerine getirmek için uyarılan kişi davranışı yerine getirme aşamasına geçmektedir.⁹⁷

Bireyler ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda kendilerine hedef belirler. Bu zorunluluk durumunu bireylere çevresel faktörlerde sunabilir. Bireyler zorunluluk durumuyla beraber içsel bir enerji ve itme gücünü kendilerinde bulurlar. Enerji ve itme gücü sayesinde harekete geçen birey elde etmek istediği ihtiyaca yönelir ve elde ettiği takdirde motivasyon sürecini tamamlamaktadır.⁹⁸

Motivasyon süreci genel anlamıyla aşağıda şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 2. Motivasyon Süreci

Kaynak: Salih GÜNEY, *Stres ve stresle başa çıkma. Yönetim ve Organizasyon*, Ed. Salih Güney, Nobel Yayınevi, Ankara, 2001.

- **İhtiyaç:** Gereksinimlerin hissedilmesi ile motivasyon süreci başlar.
- **Uyarılma:** Gereksinimin karşılanması için bireylerde bir uyarıcı gücün oluşması durumudur.
- **Davranış:** İhtiyacı gidermek için herhangi bir davranış kalıbını sergileme aşamasıdır.
- **Tatmin:** Gereksinimler giderildiğinde bireylerde meydana gelen mutluluk hazzı ve tatmin düzeyidir.

⁹⁷ Enver Özkalp, Çiğdem Kirel, *Örgütsel Davranış*, Ekin Basım Yayım Dağıtım, 4. Baskı, Bursa, 2010. s. 284.

⁹⁸ Levent Önen, Burak Tüzün, *Motivasyon*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2005, s.23

Motivasyon, gerçekte daha karmaşık bir süreçtir. Kişinin belirli bir davranışı, birbirinden farklı birçok ihtiyaçlarını gidermeye yönelik olabilir. Motivasyon, farklı farklı bireylerin eksikliklerini gidermeye yönelik bir süreçtir. Yöneten mevkide bulunan kişilerin, iş görenlerin hissettiği ihtiyaçları ve eksiklikleri bilmesi gerekmektedir.⁹⁹

2.1.3. Motivasyonu Sağlayabilmenin Şartları

Bireylerin motive olabilmesinin belirli şartları vardır. Motivasyon sürecinde birey sosyal çevreden etkilendiği gibi kendisinin de istediği hedefe ulaşabilmesi için bünyesinde birkaç özelliği barındırması gerekmektedir. Bu özellikler inanmak, kendini tanımak ve özgüvenli olmak şeklinde ifade edilebilmektedir.

2.1.3.1. İnanmak

Bireyler karar vermeden önce almak üzere oldukları kararların üstesinden gelip gelemeyecekleri konusunda düşünürler ve yapabilecekleri yargısına kendilerini inandırmaktadır. Dışarıdan olumlu yönde uyarıcılar olsa da çevreden yardım gelse de birey kendi içinde inancı sağlayabilecek tek kişidir. Bireylerin amacı örneğin en güzel eğitimi görmek, iyi bir anne ve baba olmak, iyi derecede para kazanmak ise harekete geçmesi gerekmektedir. Bireyde harekete geçmeyi sağlayacak etmen ise inanmaktır. Gerçekçi aklın yolu da kendine inanmaktan geçmektedir.¹⁰⁰

2.1.3.2. Kendini Tanıma ve Özgüven

Bireyler hedeflerine ulaşabilmesi için kendini sınamak zorundadır. Birey kendi yapabilecekleri konusunda bilgi sahibi olması için kendini tanımaya yeteri kadar vakit ayırmalıdır. Elde etmek istediği hedefe ulaşmak için gerçekçi olmalıdır. Özgüven sayesinde birey kendisinden emin olmaktadır ve bireyin istediği hedefe ulaşmasında daha iyi çalışmasını sağlamaktadır. İstenilenin elde edilmesi için, birey gereken her şeyi yapmaya hazır hissetmelidir. Özgüven sayesinde birey hedefe daha etkin ve kolay bir şekilde ulaşabilmektedir.¹⁰¹

⁹⁹ Halil Can, *Organizasyon ve Yönetim*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2002, s. 123.

¹⁰⁰ <http://bitkiselumit.blogcu.com/motivasyon-nedir-sartlari-nelerdir/5505043> (10.11.2016)

¹⁰¹ <http://www.psikolojik.gen.tr/motivasyon.html> (10.11.2016)

2.1.4. Motivasyonun Genel Amaçları

Motivasyonun amacı, bireyleri yaptıkları işe, işletmeye bağlamak, özendirme olanaklarını artırmak, uygulamaya koymak ve hepsinin sonucunda verimliliği arttırmaktır. Motivasyonun amaçları, örgütsel ve bireysel olarak iki başlık altında açıklanabilir.

2.1.4.1. Örgütsel Amaçlar

Motivasyon, iş görenlerde örgütsel amaçlara yönelik çaba sarf etmeyi sağlamaktadır. Başarı elde edebilmek içinde sürekli ve tetikleyici bir güç yaratmaktadır. Teknolojinin de gelişmesiyle birlikte çağımızda evrensel düzeyde yarış oldukça fazladır. Örgütler bu evrensel yarış şartlarına ayak uydurabilmek için kendi bünyelerine uygun stratejiler geliştirmektedir. Örgütsel verimliliği sağlayacak ve artıracak ise motivasyon yönetimidir.¹⁰²

Yöneticiler, motivasyon ile örgüt türü ve faaliyet alanı ne olursa olsun ilgilenmelidir. Motivasyon ve performans arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bireyler motive olmayı gerçekleştiremez ise iş sürecinde yeterli verimliliğe ulaşamamaktadır. Yönetici örgüt içinde ve dışında fizyolojik ve psikolojik gereksinimleri gözlemleyip anlamlandırabiliyorsa, iş görenlerin performansını üst seviyelere çekmeyi başarabilir. İş görenleri işletme amaçları kapsamında yönlendirebilmek motivasyon ile gerçekleşmektedir.¹⁰³

Motivasyon, örgüte iş sürecinde amaçlar belirlemektedir. Motivasyonun örgütsel amaçları şunlardır;¹⁰⁴

- Örgüt bünyesinde kültür düzeyini oluşturmak,
- Örgütün üretimdeki hata düzeylerini en aza indirmek,
- Pazarı büyütmek ve yeni örgütsel yapılar oluşturmak,
- İşletmenin müşterilerini sürekli kılmak ,
- Örgütün tüm yapılarıyla işletmenin pazar payını artıracak kurallara yönelmek.

¹⁰² Adem Ögüt, Tahir Akgemci, Tahir Demirsel, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İş gören Motivasyonu Süreci, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2004, s. 284

¹⁰³ İlker Birdal, Nilgün Aydemir, *Yönetim Teorileri*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1992, s. 83-84

¹⁰⁴ <http://w3.gazi.edu.tr/~cafoglu/motivasyon1.htm> (10.11.2016)

2.1.4.2. Bireysel Amaçlar

İş görenlerin verimliliği, yapmış oldukları iş ve işin ortamına göre değişiklik göstermektedir. Yöneticiler, iş görenlerin sosyal ve ekonomik gereksinimlerinin yanı sıra psikolojik gereksinimlerini de karşılamaya özen göstermelidir. Bu duruma dikkat eden yöneticiler motivasyondan akıllı bir biçim de yararlanarak işletmelerini yönetmektedir.¹⁰⁵

Motivasyonun insan kaynakları yönetiminin stratejik boyutunda farklı yöntemleri bulunmaktadır. Koşullara göre bazı yöneticiler bu yöntemleri ayrı ayrı ya da birlikte uygulama kapsamında kullanabilirler. İş göreni ve kendisini iyi tanıyan yöneticiler, farklı dönemlerde farklı motivasyon yöntemlerinden yararlanmaktadır. İş gören açısından, verimi arttırmak için iyi ilişkiler kurmak yeterli olmaktadır. Bunun yanında kimi iş gören içinde belirli boyutlarda disiplin uygulaması yapılabilir. Yetersiz kaynak seviyesi, örgüt içi iletişimin yetersiz olması, bürokratik eğilimlerin fazlalığı, yaratıcılık ve rekabet avantajı iş görenleri harekete geçirecek motivasyon uygulamalarını etkisiz hale getirmektedir.¹⁰⁶

Motivasyonun bireysel amaçları şunlardır;¹⁰⁷

- Sağlıklı bir iletişim ortamına kavuşmak,
- İş gören bireyler arasında yakınlaşma sağlamak,
- İş görenlerin çalışma kalitesini arttırmak,
- İş verimliliğini arttırmak,
- Yeni ve yaratıcı düşüncelerin önünü açmak,
- Bireyleri amaca kilitlemek.

2.1.5. Motivasyonun Sınıflandırması

Bireyleri motive eden etmenlerin neler olduğunu bilebilmek için tutumlarını, hareketlerini ve davranışlarını gözlemek gerekmektedir. Gözlemler sayesinde aynı zamanda bilgi ve güç de elde edilmektedir. Birbirlerini iyi tanıyan ve sosyal bağları güçlü olan bireyler aralarında yaşadıkları sıkıntıların üstesinden daha erken gelip çözüm

¹⁰⁵ İlker Birdal, Nilgün Aydemir, a.g.e, 1992, s. 136

¹⁰⁶ Veronica Hailey, "Managing Culture", Strategic Human Resource Management, Oxford University Press, Oxford, 1999.

¹⁰⁷ <http://www.gazi.edu.tr/~cafoglu/motivasyon1.htm> (10.11.2016)

yolu bulabilmektedirler. Motivasyon, sosyal ve ekonomik çevre içerisinde çalışanları ve işverenleri de sürecin içerisine katarak katılımcı bir tutum sergilemektedir.¹⁰⁸

Bireyin eksikliğini hissettiği ve bu eksiklik sayesinde hareketlerini amaca doğru yönlendiren güdü kavramı motivasyon sınıflandırmasını birincil (fizyolojik), ikincil (sosyolojik) ve genel (psikolojik) olarak sıralanmaktadır.¹⁰⁹

2.1.5.1. Birincil (Fizyolojik) Motive İhtiyacı

Fizyolojik motiveler, bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmesi için ihtiyaç duyulan temel gereksinimlerden kaynaklanmaktadır. Bireyin yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan temel ya da birincil ihtiyaçların elde edilmesi için var olan dürtülerdir. Bu dürtüler, bilinçli yada bilinçsiz meydana gelen temel motivasyon kaynaklarıdır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi olarak nitelendirilen şemasında fizyolojik motivler ilk sıradadır. Fizyolojik ihtiyaçlara örnek olarak barınma, giyinme, ısınma gibi ihtiyaçlar verilebilir. Bahsedilen bu ihtiyaçlar kişilerin hayatlarında olmazsa olmaz en temel ihtiyaçlardır. Yaşamını devam ettiren bireylerin tamamında vardır ve bireylerin kişilik yapısının farklılığından dolayı şiddeti ve kuvveti farklı hissedilmektedir.¹¹⁰

Öğrenilmemiş yani doğuştan gelen güdüler, birincil güdülerdir. Bu ihtiyaç karşılanmadan ikincil ihtiyaç karşılanamaz. Birincil ihtiyacı kendi bünyesinde üçe ayırabiliriz. Birinci grupta susamak ve acıkmak, ikinci grupta cinsellik ve annelik, üçüncü grupta ise, merak etme, araştırma ve kurcalama gibi bilinen güdüler yer almaktadır.¹¹¹

2.1.5.2. İkincil (Sosyolojik) Motive İhtiyacı

Bu motivasyon türü bireylerin veya grupların değer verdiği en önemli kavramları içermektedir. İkincil ihtiyaçlar ise, birey tarafından hayatını ikame ettirirken sonradan öğrendiği ihtiyaçlar şeklinde ifade edilmektedir. Bu ihtiyaçlar içerisinde başarıma, güç, ait olmak statü ve güvenlik yer almaktadır. Bireyler de elde etmek istedikleri değere ulaşmak için elinden geleni yapmalıdır. Bunlar; bir grubun üyesi olmak, sosyal çevre içerisinde tanınır olmak, sevilme, yardımsever bir yapıda

¹⁰⁸ Mustafa Erkal, *Sosyoloji*, Filiz Kitabevi Yayını, 1987, s. 214.

¹⁰⁹ Fred Luthans, *Organizational Behavior*, 6th Edition, New York: McGraw-Hill, 1992, s.147

¹¹⁰ Mehmet Kaplan, *Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama*, Atılım Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2007, s.6

¹¹¹ Fred Luthans, a.g.e., s.147

olmak gibi sosyal içerikli duygu ve düşüncelerdir. Sosyal motiveler, bireylerde ihtiyacın hissedildiği zamana göre farklı zamanlarda ve şekilde oluşmaktadır. İçerisinde bulunulan toplumun yapısı da bu motivasyon boyutunun oluşmasını etkileyen unsurlardandır. Bireylerin yaşadıkları bölgeler, aldıkları eğitimler ve kültür düzeyi de bireyden bireye farklı motivelerin oluşmasına neden olabilmektedir. Bir birey veya grup için iyi ve doğru olarak kabul edilen bir durum başka bir birey veya grup için kötüyü ifade edebilmektedir.¹¹²

2.1.5.3. Genel (Psikolojik) Motive İhtiyacı

Bunlardan ilk iki grup ihtiyaca temel (birincil) ihtiyaçlar, son üç gruba ise sosyo-psikolojik ya da ikincil ihtiyaçlar denilmektedir.¹¹³

Sosyal çevre, ekonomik çevre, kültür ve daha bir sürü nedene bağlı olarak bireyin davranışları etki altında kalabilmektedir. Bireyin davranışları da bu hareketlenme ile şekillenmektedir. Bireyi yönlendiren dürtüler, bireye özgü ve davranışlarıyla bütünleşiktir. Psikolojik ihtiyaçlardan doğan dürtüleri incelemek oldukça zor olmaktadır.¹¹⁴

Bu gruba fizyolojik olmayan ve öğrenilmemiş ihtiyaçlar girmektedir. Birey alt seviyedeki ihtiyaçları karşılayınca üst seviyelerdeki ihtiyaca hazır hale gelmektedir. Bu duruma “aç ayı oynamaz” atasözü örnek gösterilebilir. Yani temel fizyolojik gereksinimler giderilmeden eğlenilemeyeceği anlatılmaktadır. İşsizliğin arttığı dönemlerde ise işçiler, düzenli işleri (güvenlik ihtiyacı) seçmektedirler.¹¹⁵

2.1.6. Motivasyon Araçları

Motivasyonun oluşmasını sağlayan ve çalışanlar için önem taşıyan konular; bireylerin hayattan beklentileri, örgüt içerisindeki rolü, kişilikleri, aldıkları eğitim

¹¹² Mehmet Kaplan, a.g.e., s.7

¹¹³ Erol Eren, Yönetim Psikolojisi (3. Baskı), İstanbul: İÜ İşletme Fak. İşletme İktisadi Ens. Yay. No. 105. 1989, s. 35-36

¹¹⁴ Mehmet Soykaner, “Sağlık İşletmelerinde Personelin Performansını Etkileyen Faktörler: Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesinde Örnek Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s.5

¹¹⁵ Fred Luthans, a.g.e., s. 148

düzeıı, örgüt içerisinde verimliliğe etkisi gibi konular dikkate alınarak değerlendirilmektedir.¹¹⁶

Bu doğrultuda motivasyon sürecinde, özendirici bir takım örgütsel ve yönetsel yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar; çalışana terfi, eğitim olanakları, daha fazla yetki ve sorumluluk verilmesi, çalışanın bilgi ve belgelere kolay bir şekilde ulaşabilmesi, örgüt içerisindeki genel iletişim durumu, çalışma saati, tatil, izin durumları ve yönetimin hem işe ilişkin sorunlara hem de çalışanın özel sorunlarına karşı duyarlılığı konularıyla açıklanabilmektedir.¹¹⁷

Motive olma düzeyleri, bir toplumdan başka bir topluma göre de farklılık gösterebilmektedir. Ekonomik araçların, çalışanların motivasyonu üzerine olan etkisini ölçmek için yapılan bir araştırmada; batı ülkelerinin tamamına yakınında çalışanların tatmin düzeylerini artırmak ve motive edebilmek için kullanılan paranın, Japon çalışanlar için daha az bir öneme sahip olduğu yargısına varılmıştır.¹¹⁸

Yönetim tarafından kullanılabilen motivasyon araçları üç başlık altında incelenmektedir. Bunlar;¹¹⁹

- Ekonomik araçlar,
- Psiko-sosyal araçlar,
- Örgütsel ve yönetsel araçlardır.

2.1.6.1. Ekonomik Motivasyon Araçları

İş gören bireyleri, çalışmaya yönelten etkenler ise, kendisini ve varsa ailesini hayata sımsıkı tutundurabilmek, daha iyi hayat şartları sunan ücrete sahip olabilmektir. Ekonomik motivasyon araçlarının;

- Ücret düzeyleri,
- Başarıdan dolayı maddi ödüller (prim, kara katılma),
- Şirketin çalışanlara sunmuş olduğu sosyal güvenlik unsurları,

¹¹⁶ Demet Gürüz, Emet Gürel, *Yönetim ve Organizasyon: Bireyden Örgüte, Fikirden Eyleme*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2006, s.292

¹¹⁷ Süleyman Barutçu, Seçkin Sezgin, Satış Yönetimi Sürecinde Motivasyon Araçları ve Etki Düzeyleri: Tıbbi Satış Temsilcileri Üzerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C:4, S:2, 2012, s. 92

¹¹⁸ Ali Kaya, Japon Yönetim ve Yöneticilik Tarzı, *Standart*, Sayı: 461, 2000, s. 94.

¹¹⁹ Demet Gürüz, Emet Gürel, a.g.e., s. 292

- Çalışanların kâr payına katılması,
- Emeklilik planlarının olduğu söylenmektedir.¹²⁰

Çalışan gelir kaynağı olarak gördüğü işini kaybetmemek için işyerinde kendisinden beklenen işi en iyi şekilde üstlenmek zorundadır. Bu teze bağlı olarak motivasyon araçları içersin de etkili iddia edilen araç ekonomik motivasyon araçlarıdır.¹²¹

Gelir seviyesine alışmış çalışanlar işlerine gereken değeri vermeden çalıştıklarında gelir seviyelerinin azalacağı tehdidi çalışanları işlerine yöneltmeye yardımcı olabilecek bir etmendir. Ancak bu uygulamaya çalışanların çoğu tarafından uyulan bir kurala bir ya da birkaç çalışan uymadığında başvurulabilir. Bu kapsamda ele alınabilecek en son teknikler arasındadır. Gelir düzeyinin düşmesi çalışana olumsuz yansiyarak motivasyon, güven ve moral durumunu bozacaktır. Sonuç olarak ücret, motivasyonu artırmaya faydası olduğu kadar teşvik, psikolojik ihtiyaçların tatmini ve sosyal statü kazandırma açısından da oldukça önemlidir.¹²²

Çalışanın performansına bağlı olarak değişen ücret artışları, iş ikramiyeleri ve diğer ekonomik teşvikler çalışanın motivasyon düzeyini etkileyebilmektedir. Verimlilik açısından bakıldığında ekonomik teşvikler % 30 civarında bir artışa yol açmıştır.¹²³

Prim çalışanların çabalarını ve ek çalışmalarını artırmak için zaman esaslı ile birim başına ücret gibi çalışanın performansını da en doğru şekilde gözlemleyerek verilen ekonomik motive aracıdır.¹²⁴

İşletmenin çalışanına sağlayabileceği sosyal güvenlik tedbirlerini risk durumu olarak görülen işsizlik, emeklilik, yaşlılık, kaza, ölüm gibi durumlara karşılık alarak çalışanların motivasyon seviyelerini artırmaktadır.¹²⁵

¹²⁰ Zeyyat Sabuncuoğlu, Melek Tüz, *Örgütsel Psikoloji*, Furkan Ofset, Bursa, 2003, s. 147-148

¹²¹ Mümin Ertürk, *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul, 2000. s. 73

¹²² Nurettin Kaldırmacı, Motivasyon İçin Anahtar Bir Kavram; Psikolojik Sözleşme, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Erzurum, 1987, s.

¹²³ Hüseyin Fazlı Ergül, Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Güz C.4 S.14 (67-79), 2005, s. 71

¹²⁴ Mustafa Kemal Yılmaz, Stres ve Motivasyonun Satış Gücünün İş Tatmini Üzerine Etkisi: Erzurum'daki İlaç Satış Mümessilleri Üzerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Erzurum, 2006, s. 51

¹²⁵ Faruk Sapançalı, Çalışanların Güdülenmesinde Kullanılan Özendirici Araçlar, *MPM Yayınları Verimlilik Dergisi*, 1993, s.60

Üretimin yapılabilmesi için sermaye kadar çalışanların sarf ettiği emek düzeyi de gereklidir. Bu kapsamda çalışanların daha iyi motive olabilmesi için ücretin yanında kara katılmaları da sağlanabilmektedir.¹²⁶

2.1.6.2. Psiko-sosyal Motivasyon Araçları

Eskiden olmasa da günümüzde rağbet gören psiko-sosyal motive araçları işletmelerde çalışanların sadece ekonomik bir araç olarak görülmeyp sosyal bir varlık olduğu düşüncesi de önem kazanmıştır.¹²⁷

İş yerinde motivasyonu oluşturan psiko-sosyal motivasyon araçlarının;

- Çalışmada bağımsızlık düzeyi
- Sosyal aktivitelere katılma
- Değer düzeyi ve statü
- Kişisel gelişme ve başarı
- Çevreye uyum
- Öneri sistemleri
- Psikolojik güvence ve sosyal uğraşların olduğu söylenmektedir.

Değer verme bireylerin, içerisinde yer aldıkları sosyal yapı tarafından takdir edilme ve övülme gibi ihtiyacını hissettikleri ve iyi yaptıkları bir çalışma sonucunda herkesin içinde övgü ve tebrikle daha önemli olduklarını hissettirebilmedir.¹²⁸

Sosyal aktivitelere katılma, çalışanlara boş zamanlarını iyi bir şekilde değerlendirmelerini ve yönetici ile işveren yaklaşmasını sağlayan bir yöntemdir. Genel olarak sosyal aktivitelere katılma çalışanlar arasında büyük bir motivasyon kaynağıdır.¹²⁹

¹²⁶ Zeyyat Sabuncuoğlu, Melek Tüz, Örgütsel Psikoloji, Ezgi Kitapevi Yayınları, İstanbul, 1995 s.112

¹²⁷ Aşkın Keser, *Çalışma Yardımlaşma Motivasyonu*, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul, 2006, s. 167

¹²⁸ Burak Arzova, "Motivasyon Artırmada En Önemli Pay Yöneticilerindir", *Ekopol: Ekonomi, Politika, Kültür ve Sanat Dergisi*, Sayı:9, Ocak-Mart, 20-21, 2001, s.21

¹²⁹ Zeyyat Sabuncuoğlu, Melek Tüz, Örgütsel Psikoloji, 3. Baskı, Alfa Yayınlar, Bursa, 1998, s. 149

Psikolojik güvence, çalışanlara güven duygusu aşılamanın yanı sıra çalışanlarda işyerine güvenebilmeleri hissi uyandırdığı için motivasyon artışına katkı sağladığı ifade edilmektedir.¹³⁰

Öneri sistemi ise, çalışanların işletme hakkındaki görüşlerini, yaşadıkları sıkıntıları üst yapılara iletmelerini sağlayan bir sistemdir.¹³¹

2.1.6.3. Örgütsel Yönetmel Faktörler

Örgüt içerisinde sıkıntı yaşayan bireylerin motivasyon düzeylerine yönelik yapılan araştırmada, iş bölümünü ilgilendiren beklentilerinin yitirilmesi ve çalışanların ümitsizliğe uğraması çalışanların motivasyon düzeyini olumsuz etkileyebilir.

Genellikle kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanların motivasyonunu artırmak için kullanılan örgütsel-yönetmel motivasyon araçlarının¹³²

- Amaç birliği,
- Yetki ve sorumluluk dengesi,
- Eğitim ve yükselme,
- Kararlara katılma ve iletişim,
- İş genişletilmesi ve iş zenginleştirme,
- Yarı otonom çalışma grupları,
- Çalışma ortamını geliştirme olduğu söylenebilir.

Amaç birliği kamu kurum ve kuruluşlarında başarıyı elde etmiş durumda olanlar çalışanları ile uyum sıkıntısı bulunmayanlar olarak dikkati çekmiştir. TBMM’de yönetmelikler görüş olarak tüm personele sunulmak üzere motive seviyeleri artırılmakta ve belirli aralıklarda anketler ile memnuniyet düzeyleri ölçülmektedir.¹³³

¹³⁰ Hayriye Ercan, “Kariyer Yönetiminin Çalışan Motivasyonuna Etkileri Üzerine Bir Araştırma Örneği: Ford Otosan A.Ş. İnönü Fabrikası”, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2000, s. 98

¹³¹ Metin İnceoğlu, Güdüleme Yöntemleri, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okul Yayınları, Ankara, 1985, s. 211

¹³² Yasemin Orman, Gökhan Unakıtan, Selen Ufuk, Measuring Employee Expectations in a Strategic Human Resource Management Research: Job Satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2011, s.417

¹³³ Sevgi Taşdemir, a.g.e., s. 72

Yetki devri iş görenlerin yükümlülüğünü taşıdıkları işi bitirdiklerinde o işin sonuçlarından da mesul oldukları bir durumu ifade eder. Bu durum çalışanların sorumluluk duygusunu artırarak motive olmalarını sağlar.¹³⁴

Bireyin örgüt içerisinde başarılı olabilmesi ve kendisini geliştirebilmesi için eğitime ihtiyaç duyulmaktadır.¹³⁵ Yükselme her çalışan için farklı bir durumu ifade etmektedir. Bazıları için yükselme gelirin artırılmasını, statü kazanmayı, itibar görmeyi ifade ederken bazıları içinde psikolojik açıdan gelişmeyi ve adaletli bir yapıyı simgeler. Bu durum ise yapılan işten duyulan tatmini ve motiveyi artırır.¹³⁶

İşyeri çalışanlarının tek bir şahıs olarak ya da gruplar halinde yapılan iş ile ilgili alınabilecek kararlara katılmaları ve varsa görüş ve tecrübelerinden faydalanılabilmesi hem stratejik açıdan hedeflere ulaşabilmek için hem de çalışma sürecinde çalışanların düşüncelerinin yer alabilmesi için karara katılma önemli bir yöntemdir.¹³⁷

İletişim ise işletme içerisinde düşüncelerin ve duyguların çalışanlar arasında yayılmasına ve daha etkin bir şekilde bilgi alışverişi yapabilmelerine katkı sağlayarak çalışanların ve işverenlerin motivasyonlarını olumlu yönde etkileyebilmektedir.¹³⁸

Çalışma ortamı ise çalışanın çalıştığı yerde her gün karşılaştığı fiziki ortamı daha düzenli, daha iyi bir hale getirerek araç, gereçlerini yenilemek ve bu sayede motive seviyesini artırmanın yanı sıra daha aktif bir şekilde çalışmalarını sağlamayı amaç edinmiş bir yöntemdir.¹³⁹

2.2. Motivasyon Teorileri (Kuramları)

Motivasyon kapsamında yönetici konumundaki bireylerin kullanabileceği bazı modeller ve teoriler geliştirilmiştir. Geliştirilmiş modeller ve teoriler, yöneticilere, çalışanlarının motive olabilmeleri sürecine yardımcı olabilecek faktörlerin belirlenmesi

¹³⁴ Fred Luthans, a.g.e., s. 185

¹³⁵ İsmail Bakan, *Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri*, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004, s. 220

¹³⁶ İlhan Erdoğan, *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 239

¹³⁷ İsmail Bakan, a.g.e., s. 151

¹³⁸ İlter Akat, Gülay Budak, *İşletme Yönetimi*, Beta Yayınları, İstanbul, 1994, s. 217

¹³⁹ İsmail Bakan, a.g.e., s. 293

ve motive olmuş çalışanların motivasyonunu sürdürebilmelerine katkı sağlayan yardımcı yöntemlerdir.¹⁴⁰

Yönetim ve psikoloji alanında araştırmacı çalışmalar yapan isimler iş hayatında motive olabilmeyi sağlama hususunda kullanılabilecek çeşitli yöntemler bulmuşlardır. Bu çalışmalara öncülük yapan isim 1900'lü yıllarda özendirici ücret sistemi ile dikkat çeken Taylor'dur. Taylor motivasyon teorileri kapsam-gereksinim ve süreç olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.¹⁴¹

2.2.1. Kapsam Teorileri

Kapsam başlığı altında yer alan teoriler, bireylerin içerisinde var olan ve bireyleri bir kalıp içerisinde hareket etmeye yönlendiren faktörleri çözmeye odaklanmıştır.¹⁴² Yöneticiler, çalışanları bir kalıp içerisinde harekete zorlayan faktörleri idrak edip bu faktörlere bağlı olarak çalışanıyla iletişim kurarsa daha etkin bir yönetici olabilir.¹⁴³

Kapsam teorileri bireysel ihtiyaçlar üzerine yönelmiştir. Bireylerin ruhsal ve fiziksel eksikliğini hissettiği durumları ortadan kaldırmasına yardımcı olur. Kapsam teorisi motiveyi etkileyen en önemli unsur olarak iş yeri ortamını işaret etmektedir.¹⁴⁴

Bu teori ihtiyaçlar doğrultusunda motive olmayı etkileyen faktörleri ele alır. Kapsam teorileri bireyin içinden gelen ve aynı zamanda harekete geçiren etmenlere önem verir. Birey için gerekli olan dürtü ve hedefleri sunar.¹⁴⁵

Amerikalı araştırmacıların incelemediği bu teoriler Amerika sınırları içerisinde yaşayan bireylerin toplumsal değer yargıları kapsamında ele alınmıştır. Uluslararası konjonktüre göre bu anlayışla ABD'ye daha uyumludur. Özellikle bireyin bulunduğu durumu ve bireyi etkisi altına alan genel durumları incelemektedir. Örgütlere her

¹⁴⁰ Tamer Koçel, *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınevi, Genişletilmiş 9. Bası, İstanbul, 2003, s. 636

¹⁴¹ Saime Oral, Zeynep Kuşluvan, Motivasyon Konusunda Oluşturulan Yaklaşımlar ve İşletmelerde Motivasyonu Artırmaya Yönelik Olarak Kullanılan Araçlar. *Verimlilik Dergisi*, 1997, s. 97

¹⁴² Tamer Koçel, a.g.e., s.636

¹⁴³ Hüseyin Nail Pekel, a.g.t., 212 s.

¹⁴⁴ John Schermerhorn, James Hunt, Richard Osborn, *Basic Organizational Behavior*, John Wiley & Sons. Inc., New York, 1995, s.65

¹⁴⁵ Çiçek Dursun, "Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek İş Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana, 2005, s. 12

konuda liderlik yapan bireyler motive olabilmeyi sağlarken bu uygulamaları kullanmaktadır.¹⁴⁶

Kapsam teorilerinin;

- Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Yaklaşımı,
- Herzberg'in Çift Faktör Teorisi,
- Alderfer'in ERG Teorisi,
- McClelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi olduğu söylenmektedir.

2.2.1.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Yaklaşımı

Maslow'un temel ihtiyaçlar hiyerarşisini beş grupta ele almak mümkündür.

Bunlar:

- Fizyolojik ihtiyaçlar,
- Güvenlik ihtiyacı,
- Sevgi ve ait olma,
- Saygınlık ve statü ihtiyacı,
- Kendini gerçekleştirme.

Temel ihtiyaçlar olarak da bilinen bu ihtiyaçlar birbirleriyle ilişkilidir. Eksikliği giderilen ihtiyaçtan sonra birey daha şiddetli yeni bir ihtiyaca gereksinim duymaktadır. Birey eksikliğini hissettiği ihtiyaçları önceliğine göre karşılamaya yönelmekte ve tatmin düzeyine ulaşan ihtiyaçları da pasife etmektedir. Birey öncelikli olarak hissettiği ihtiyacı yeteri düzeyde tatmin etmeden başka bir ihtiyacı gidermeye yönelmemektedir.¹⁴⁷

Maslow'un bu yaklaşımı ilk olarak bireyi davranışa yönelten sebepleri ele alırken ikinci olarak ise ihtiyacın birey tarafından hangi boyutta hissedildiğiyle ilgilenmektedir.¹⁴⁸

Fizyolojik ihtiyaçlar bireyin hayatını devam ettirebilmesi için gerekli olan ve aralıklarla ortaya çıkan açlık, susuzluk, cinsellik, uyku, nefes alıp verme gibi ihtiyaçlardır. Motivasyon teorisinin başlangıcı olarak görülen fizyolojik ihtiyaçlar ilk

¹⁴⁶ Mukaddes Çelik, "İşletmelerde Kalite Geliştirme Ve Kalite Çemberleri", Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yayını, 1997, s. 20.

¹⁴⁷ Dursun Çiçek, "Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma", Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana, 2005, s.14

¹⁴⁸ Tamer Koçel, *İşletme Yöneticiliği*, 7. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 1999, s. 469

karşılanması gereken ihtiyaçlardır. Güvenlik ihtiyacı, bireyin hem fiziki açıdan hem de psikolojik açıdan karşılaşılabileceği zararları konu edinmektedir. Barınma, tehlikeden korunma ve kaygısız bir yaşam sürmeyi düşünme güvenlik ihtiyaçları içerisinde yer almaktadır.¹⁴⁹

Sevgi ve ait olma fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarından sonra gerçekleşir. Manevi ihtiyaçlar ve sosyal ihtiyaçlar olarak da adlandırılan bu ihtiyaç bireyin toplumun diğer üyelerince kabul edilmesi gerekliliğini kapsamaktadır.¹⁵⁰

Saygınlık ve statü ihtiyacı bireyin içinde bulunduğu toplum tarafından beklentilerini yani saygı görmeyi ve değerli hissetmeyi kapsar. Saygı görme tanınma, başarma ve takdir edilmeyi, statü ise ün ve prestij elde etmeyi ifade etmektedir.¹⁵¹

Kendini gerçekleştirmede ise birey diğer tüm ihtiyaçları sırayla yeteri düzeyde elde ettikten sonra kendisini bilgi, beceri ve yetenekleri yönünden eksik görmekte ve bunu giderebilmek için çaba sarf etmektedir. Birey çabası sonucunda arzu ettiği bilgelik konumuna erişmekte ve kendisini gerçekleştirmektedir.¹⁵²

Bir birey için ihtiyaçların yeterli tatmin düzeyleri ortalama olarak şu şekildedir.¹⁵³

- Fizyolojik ihtiyaçlar % 85,
- Güvenlik ihtiyacı % 75,
- Sevgi ve ait olmak % 50,
- Saygınlık ve statü ihtiyacı % 40,
- Kendini gerçekleştirme ise % 10'dur.

2.2.1.2. Herzberg'in Çift Faktör Teorisi

Frederick Herzberg 1960'lı yıllarda yaptığı araştırmalardaki veriler doğrultusunda işyerinde motive düzeyini etkileyen iki etmenin içsel ve hijyen etmenleri olduğunu tespit etmiştir. İçsel etmenler sorumluluk, otonomi, kendine saygı ve kendini kanıtlama fırsatlarıdır. Dışsal etmenler ise isin fizyolojik, güvenlik ve sosyal ihtiyaçları

¹⁴⁹ Abraham Maslow, *Motivation and Personality*, Harper & Publishers, Second Edition, 1970, s.37-39

¹⁵⁰ Ali Sinan Semerci, *İş Motivasyonu ve Sonuçları: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasında Bir Uygulama, Uzmanlık Yeterlilik Tezi*, Ankara, 2005, s. 11

¹⁵¹ Abraham Maslow, a.g.e., s. 45

¹⁵² Tamer Koçel, a.g.e., s.639

¹⁵³ Zeyyat Sabuncuoğlu, Melek Tüz, a.g.e., 1998, s.127

karşılamanın özellikleriyle fiziki çalışma şartları, ücret ve diğer ödemeler, şirket politika ve uygulamaları gibi içsel etmenlerden daha alt seviyedeki ihtiyaçlara yöneliktir.¹⁵⁴

Herzberg motive faktörlerini “sosyal mevki”, “yetki ve sorumluluk sahibi olma”, “takdir edilme”, “işin niteliği ve yükselme imkânı” olarak ele almıştır. Birey bu faktörleri kendi bünyesinde bulundurduğunda çalışma konusunda daha etkin ve arzulu olacak bulunmama durumunda ise çalışma istekleri düşecektir. Herzberg insanlar işlerinden ne ister? Sorusuna cevap aramış, bireyi motive eden faktörlerin bireyde başarıya hazzı yaşattığını ve faktörlerin olmaması durumu bireyleri olumsuz etkileyerek motivasyon eksikliği yaşatmaktadır. Hijyen faktörlerinde ise bireylere üst düzey motivasyon sağlanamadığı görüşü vardır. Bireyde bu faktörlerin varlığı bireyin motive düzeyini daha düşük düzeyde sağlar düşüncesi söz konusudur. İş ortamındaki eksikliklerin bireyde yetersiz doyum oluşturduğu ve çalışanları verimsizliğe ittiği düşünülmektedir. Dıştan güdüleme kuramı olarak bilinen bu kuram işe olan doyumunun veya doyumsuzluğunun yöneticilerin kontrol noktasında olduğunu vurgulamıştır.¹⁵⁵

2.2.1.3. Alderfer’in ERG Teorisi

Alderferd ihtiyaç ve motivasyon arasında sıkı sıkıya bir bağ olduğunu görmüş ve Maslow'un yaklaşımını basite indirgeyerek ERG teorisi adı altında motivasyon yaklaşımını geliştirmiştir. Bu teoride de, sıralama önem arz ederken ihtiyaçlar hiyerarşisine göre daha basittir. ERG teorisi, ele aldığı var olma, ilişki ve gelişim ihtiyaçlarından adını almaktadır.¹⁵⁶

Var olma ihtiyacında bireyin fizyolojik ve maddesel ilkeleri bulunmaktadır. Çalışma koşullarını, iş güvenliği ve ücret gibi kısımlar bu bölümde ele alınır. İlişki ihtiyacı çalışma yaşamındaki insan ilişkilerini, düşünme ve hislerini paylaşmayı kapsar. Çalışanların iş yaşamları da ki bireysel gelişme ve yaratıcılıkları ile ilgili çabalarının yanı sıra bireylerin kendisine ve çevresine üretkenliğinin etkisini kapsar.¹⁵⁷ Gelişim ihtiyacı işyeri ortamının mücadele, özerklik ve yaratıcılık özelliklerini bünyesinde barındırmasıyla mümkün olmaktadır.¹⁵⁸

¹⁵⁴ Sevgi Taşdemir, a.g.e., s. 30-31

¹⁵⁵ Enver Özkalp, Çiğdem Kırel, a.g.e., s. 284.

¹⁵⁶ Sevgi Taşdemir, a.g.e., s. 33

¹⁵⁷ Levent Şimşek, İş Tatmini, *Milli Produktivite Merkezi Verimlilik Dergisi*, Ankara, 1995, s. 102

¹⁵⁸ Canan Çetinkanat, *Örgütlerde Güdülenme Ve İş Doyumu*, Anı Yayıncılık, Ankara, 2000, s. 16-17

ERG teorisinde bir ihtiyaç tatmin düzeyine ulaşamadıkça soyutlaşır ve elde etme isteği geri plana atılır. Bazı bireyler ihtiyaçlar arası geçişi sağlarken mantıksal çerçevede gelişme sağlayamadığını ve ihtiyaçlarını karşılayamadığını düşünüyorsa, daha önce eksikliğini hissettiği ihtiyaçlardan birisine yönelerek, o ihtiyaç üzerine yoğunlaştırmaktadır.¹⁵⁹

2.2.1.4. McClelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi

McClelland, bir işletmenin başarısında motivasyonun olmazsa olmaz olduğunu düşünmektedir. Başarıyı elde etmiş bireylerin motivasyon düzeyi de doğru orantıda yüksektir. Bu bireyler uygulama süreçlerinde daha gerçekçi, bilgiye dayalı ve daha aktif rol alırlar. Yapılan iş çabaya ve yaratıcı düşünceye açık ise başarı motivasyonu yüksek olan bireyler rakiplerine karşı üstünlük sağlar.¹⁶⁰

McClelland, bireyleri motive eden üç temel faktörün varlığını ortaya koymuş ve açıklamıştır. Bu faktörler;¹⁶¹

- Başarı ihtiyacı (belli bir seviyede güce ulaşmak için çaba göstermek)
- Sosyal ilişkilerde bulunma ihtiyacı (sıcak dostluklar geliştirme)
- Güç ihtiyacı (başkalarını nasıl kontrol edebileceğini düşünme)

Başarı ihtiyacı, çok ve düzenli çalışmayı gerektiren, ulaşılması kolay olmayan bir şeyi hedeflemek, hedefler doğrultusunda başarı elde etmek ve diğer bireylerin önüne geçme çabasını ifade etmektedir.¹⁶² Sosyal ilişkilerde bulunma ihtiyacında, bireyler sevimlikten zevk almakta, sosyal gruplara girmek istemekte ve belirlenen liderin arkasından gitmek istemektedirler.¹⁶³ Güç kazanma isteği barındıran bireyler, diğer bireyleri de etkisi altına almaktadır ve kendi hedefi doğrultusunda ya da işyeri hedefleri doğrultusunda yönlendirmektedir.

¹⁵⁹ Halil Can, *Organizasyon ve Yönetim*, Siyasal Kitabevi Ankara, 1997, s. 174

¹⁶⁰ Dursun Bingöl, *Personel Yönetimi ve Beşeri İlişkiler*, Beta Yayınları, Erzurum, 1990, s. 104

¹⁶¹ Salih Güney, *Örgütsel Davranış*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2011, s. 323

¹⁶² Abraham Maslow, *İnsan Olmanın Psikolojisi*, Çeviren: Orhan Gündüz, Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul, s.160

¹⁶³ Tarık Solmuş, *İnsan Kaynakları Yönetiminde Bir Uygulama Alanı Olarak Motivasyon*, *Türk Psikoloji Bülteni*, Sayı 19, 2000, s.67

Sonuç olarak; Kapsam teorileri başlığı altında incelediğimiz kavramlar hissedilen güdülerini tatmin etmek için ihtiyaç duyulan noktaları açıklamakta ve bireyleri nelerin motive ettiğini ele alarak incelemektir.¹⁶⁴

2.2.2. Süreç Teorileri

Süreç teorileri bireyleri motive eden amaçların neler olduğu ile ilgilenen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım genel olarak beklentiler üzerinden hareket etmektedir. Süreç teorisinde ihtiyaç kavramı çok önemli bir yere sahiptir. İhtiyaçlar ise bireyden bireye ve zamana göre farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda süreç kavramının önemi ortaya çıkmaktadır.

Süreç teorilerinde bireylerin davranışlarına etki eden çevre unsuru da yer almaktadır.¹⁶⁵

Süreç teorilerinin;

- Beklenti Teorileri,
- Davranış Şartlandırma Teorisi,
- Eşitlik Teorisi,
- Amaç Teorisi olduğu söylenebilir.

2.2.2.1. Beklenti Teorileri

Victor H. Vroom'un Motivasyon ile ilgili 1964 yılında yapmış olduğu araştırmalarda incelenmesi önemli olan bir teori geliştirmiştir. Victor teorisinde örgüt içerisindeki bireylerin motivasyonlarını sağlamak için en önemli etkinin ödüllendirmek veya çalışana kazanç umudu vermek olduğunu dile getirmektedir.¹⁶⁶ Beklenti teorisi gayret-performans ilişkisi, performans-ödül ilişkisi ve ödül-kişisel hedefler ilişkisinden meydana gelmektedir.

Ele aldığımız modeli Lawler Porter de ele almış ve çalışmalar yapmıştır. Ancak konular ve içeriği açısından Vroom'dan ayrılmıştır. Bireyin motivasyon düzeyi değer ve bekleme ile etkilense de daha dinamik bir çaba harcaması her seferinde bire bir

¹⁶⁴ Robert Fred Mullins, Don Anderson, For Local Inflammation In The Formation of Drusen in the Aging Eye. *American Journal of Ophthalmology*, 2002, s.426

¹⁶⁵ Erol Eren, *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları, İstanbul, 2004, s. 532

¹⁶⁶ Dursun Çiçek, a.g.e., s.21

performans artışıyla sonuçlanmayabilir. Burada öneme sahip durum bireyin ihtiyaç duyduğu bilgi ve beceriden yoksun olmamasıdır. Bilgi ve becerinin eksikliğini hisseden birey ne kadar çabalasa da istenilen işte başarıyı yakalayamayacaktır.¹⁶⁷

2.2.2.2. Davranış Şartlandırma Teorisi

Bu teoriye göre güdüler, bir durumu model edinme ya da şartlanma olarak ifade edilmektedir. Davranış teorisine göre teşvik önemli bir yere sahiptir. Burada dürtüler teşvikle ortaya çıkmaktadır. Dışsal güdülenme ise; işletme çalışanları bireysel beklenti ve hedeflerini erteleyip kendilerini iyi olana, başarıya ve sonucunda kazanç elde etmeye yani ödüle götürebilecek hedefe yönelmesi durumudur. Çok sayıda işletme bu durumu kullanılmakta ve faydalanmaktadır.¹⁶⁸

Burada göze çarpan olumsuzluk, iş görenlerin sadece ödüle odaklanmaları durumudur. Ödül verilecek ise zamanı çok iyi ayarlanmalı ve yapılan işteki kaliteye de dikkat edilmeli iş bitirildi diye ödüllendirme yapılmamalıdır.¹⁶⁹ İşverenlerin, müdürlerin veya takım liderlerin tutumları bu teoriye göre oldukça önemlidir. Çalışanlara kendilerinde görülmek istenmeyen davranış kalıplarının kesin bir dille ifade edilmesi gerekmektedir. Bu davranış kalıpları çalışanlara ifade edilirken çalışandan çalışana kişisel özellik ve kırılmalıklarına dikkat edilerek anlatılmalıdır. Aynı zamanda da çalışanların başarısı sonucunda verilecek ödüller titizlikle incelenmeli ve değerlendirilmelidir.¹⁷⁰

2.2.2.3. Eşitlik Teorisi

Bireyler çalışmakta bulunduğu grup veya birimde sürekli kendilerini diğer çalışanlarla kıyaslamakta ve onları kendisine rakip olarak görmektedir. Çalışanlar bu duru açıkça dile getirmeseler dahi çalışma ortamında rekabet havası çoğu zaman hüküm sürmektedir. Hangi çalışan daha fazla çalıştı, kim az çalıştı, kimin maaşı daha yüksek ya da daha az genel olarak merak konusudur. Birey her hangi bir olumsuzluk hissettiğinde bunu yok edebilmesi için bazı tutum ve davranışlarda sergileyebilir. Bu tutum ve davranışlar ise eşitsizliğin boyutuna göre şiddetlenmektedir.¹⁷¹

¹⁶⁷ Mehmet Kaplan, a.g.e., s.47

¹⁶⁸ Tamer Koçel, İşletme Yöneticiliği, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, 1993, s. 379.

¹⁶⁹ Dursun Çiçek, a.g.e., s.26-27

¹⁷⁰ Tamer Koçel, a.g.e., s.379

¹⁷¹ Salih Güney, Örgütsel Davranış, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara,2011, s.329

Bu Kuramda karşılaştırmaya bağlı olarak eşitsizlik sezenlerin 6 seçeneği vardır.¹⁷²

- Şahsi girdilerini ayarlama (daha az ücret için daha az, daha fazla ücret için daha fazla çalışma gösterme),
- Şahsi çıktılarını ayarlama (parça başına ücret talep ederek kaliteyi düşürüp ve daha fazla üreterek daha fazla kazanabilirler.),
- Kendisine yönelik hissiyatını kasten çarpıtma (düşük seviyede çalıştığımı düşünüyordum ancak herkes gibi çalışıyordum),
- Diğer çalışanlara yönelik hissiyatını çarpıtma (onun işi benim işim kadar kolay değil).
- Karşılaştırma için farklı birini seçme (belki kuzenim kadar kazanç elde edemiyorum ama babamın benim yaşımdayken elde ettiğinden çok daha iyisini elde ediyorum)
- Görev alanı bırakmak (işten ayrılma)

2.2.2.4. Amaç Teorisi

Edwin Locke'ın geliştirdiği amaç teorisine göre gerçekleştirilmesi güç hedefleri umut eden birey, kendisinden çok daha basit hedefleri umut eden bireylere oranla daha fazla çaba sarf etmelidir. Bu çaba sonucunda ise motivasyon seviyesi daha üstün olacaktır.¹⁷³

Farklı yönetim uygulamalarıyla beraber özellikle amaçlara göre yönetim tarzı uygulaması, iş yerinde amaç belirlenmesi işinin önemliliğini vurgulamış ve bu durumun nasıl gerçekleştirilmesi gerektiği açısından bazı öneriler getirmiştir. Bahsi geçen öneriler Amaç teorisi açısından devamlılığını koruyabilir. Yöneticiler açısından önemi ise, yönetimin öngördüğü amaçlar arasındaki uyumluluktur. Bu koşullarda ise amaç belirlemede astlarında katkısı gerekmektedir.¹⁷⁴

¹⁷² Robbins ve Judge, a.g.e.,s223

¹⁷³ Güney,a.g.e.,s.328

¹⁷⁴ Kaplan , a.g.e., s. 49.

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma

İşyeri çalışma ortamını etkileyen önemli unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlardan işyeri çalışanları veya işverenler etkilenebilmektedirler. Unsurlar olumlu ise birey motivasyon açısından olumlu etkilenmekte ve çalışma şartları daha iyi durumdaki işyerinde başarılı çalışmalar yapabilmektedir. Eğer unsurlar olumsuz ise işveren veya işyeri çalışanlarını motivasyon açısından olumsuz etkilenmekte ve bu da işyerinin genel işleyişini yavaşlatma, mutsuzluğa, güvensizliğe, çatışmaya, strese neden olabilmektedir. Bu doğrultuda araştırma, muhasebe kültürü değerlerinin(statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) muhasebe meslek mensuplarının, içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisini ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Kapsamı ve Amacı

Araştırma temel olarak, muhasebe kültürü değerleri ile içsel ve dışsal motivasyon türlerini kapsamaktadır. Muhasebe kültürü değerleri(statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) olmak üzere toplamda dört tanedir. Bu çalışmada muhasebe kültürü değerleri ile içsel ve dışsal motivasyon boyutları ele alınmıştır.

Araştırma kapsamın da yapılan çalışmada, muhasebe kültürü değerlerinin (statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) muhasebe meslek mensuplarının, içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, muhasebe kültürü değerlerinin, muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisine yönelik ampirik bir kanıt sağlayabilmektedir.

Çalışmanın diğer amaçlarını ise şu şekilde sıralanabilir:

- Ulusal yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

- Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda farklı ilişkilerin araştırılmasına olanak sağlamasının yanında araştırma sonuçlarının akademisyen ve uygulamacılara yeni bilgiler sağlaması beklenmektedir.
- Bu konuyla ilgili yapılan sınırlı sayıda ki çalışmalara ek katkı sağlaması beklenmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmada diğer sosyal nitelikli araştırmalarda da karşılaşıldığı gibi bazı kısıtlarla karşılaşılmıştır. Bu sebepten dolayı elde edilecek sonuçlar ve sonuçlar doğrultusunda yapılacak yorumların dikkatle değerlendirilmesi lazımdır. Araştırmanın kısıtları aşağıdaki gibidir:

- Araştırmanın konusu, muhasebe kültürü değerlerinin (statükoculuk yerine profesyonellik, tekdzcecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisinin açıklanması ile sınırlıdır.
- Araştırma maliyet ve imknlar açısından Burdur Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı muhasebe meslek mensupları ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma gözlem, mülakat, odak grup görüşmesi gibi nitel araştırma yöntemleri ile desteklenmemiştir. Araştırmada yalnızca anket tekniği kullanılmıştır.
- Anket formlarında araştırmanın bilimsel içeriğe sahip olduğu belirtilmiş olmasına rağmen bazı meslek mensupları sorulara doğru olmayan yanıtlar vermiş olabilir.

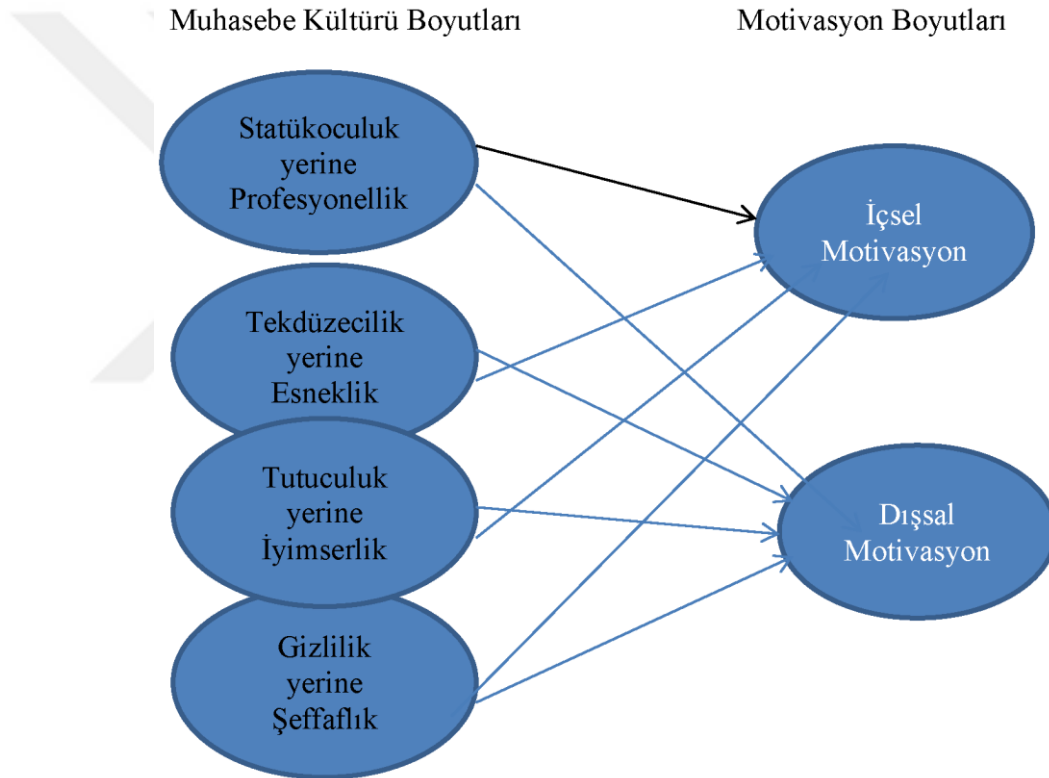
3.1.3. Evren ve rneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini, Burdur ilindeki muhasebe meslek mensupları oluştırmaktadır. Örnekleme ise, Burdur ilindeki Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odasına kayıtlı olan muhasebe meslek mensupları oluştırmaktadır.

Çalışmanın yapıldığı Burdur İlindeki Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası'na kayıtlı olan meslek mensuplarından Burdur'da 58, Bucak'ta 41 kişi ile

görüşme sağlanmıştır. Bu sayı yüksek seviyede temsil gücüne sahiptir. Anket yöntemi kullanılmış olan araştırmada, görüşmelerin hepsi yüz yüze yapılmış olup, alan araştırması 15 Kasım - 15 Ocak 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ilk olarak kültür, kültür kavramları, Hofstede'in milli kültür boyutları ve muhasebe kültürü değerleri ele alınmıştır. Devamında ise motivasyon kavramı, motivasyon sınırlandırmaları, motivasyon araçları ve motivasyon teorileri ele alınmıştır. Araştırmaya katılan muhasebe meslek mensuplarından elde edilen veriler SMART PLS programı kullanılarak incelenmiştir.

3.1.4. Araştırma Modeli ve Hipotezler



Şekil 3. Araştırma Modeli

Yukarıda ki şekil 3.1.'de çizilmiş olan araştırma modeli Tanımlayıcı veya Durum Belirleyici olarak adlandırılan araştırmanın modeline uymaktadır. Bu tarz model tiplerinde, değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler açıklanmaktadır (Kurtuluş, 1996: 310). Araştırma modelinde, motivasyonun, içsel ve dışsal motivasyon boyutları bağımsız değişkenlerdir ve statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık muhasebe kültürü

değerlerini etkiledikleri varsayılmaktadır ve bağımlı değişkendir. Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen araştırma hipotezleri ise şöyledir:

H_{1.1.} Statükoculuk yerine Şeffaflığın İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.2.} Statükoculuk yerine Şeffaflığın Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.3.} Tekdüzecilik yerine Esnekliğin İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.4.} Tekdüzecilik yerine Esnekliğin Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.5.} Tutuculuk yerine İyimserliğin İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.6.} Tutuculuk yerine İyimserliğin Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.7.} Gizlilik yerine Şeffaflığın İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H_{1.8.} Gizlilik yerine Şeffaflığın Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

3.1.5. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak “Anket Yöntemi” yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan bu yöntem muhasebe meslek mensuplarına birebir görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Anket formu açık uçlu ve çoktan seçmeli sorulardan oluşmaktadır. Oluşturulan bu anket formu araştırma konusuyla ilgili ön araştırma yapılması, geçmişte yapılmış çalışmaların geliştirilmesi daha sonra da literatür bilgisiyle beraber desteklenmesi sonucunda hazırlanmıştır. Anket formu sadece istatistiki çalışmalarda kullanılmak üzere “muhasebe kültürü değerlerinin (statükoculuk yerine profesyonellik, tekdüzecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisi” adlı bu çalışma için

kullanılmıştır. Anketlerdeki her bir soru araştırmacı tarafından sorularak cevapları anket formuna işaretlenmiştir.

Uygulamaya konulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmada ilk bölüm muhasebe meslek mensuplarının demografik bilgilerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm, muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonunu ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. nc bölüm ise muhasebe kültürü değerlerini (statükoculuk yerine profesyonellik, tekdzcecilik yerine esneklik, tutuculuk yerine iyimserlik, gizlilik yerine şeffaflık) lmeye yönelik sorular yer almıştır.

3.2. Araştırmada Kullanılan lekler

Araştırmada iki adet lek kullanılmıştır: Kültür leği (K) ve Motivasyon leği (M) bu ölççekler detaylı olarak aşağıda anlatılmıştır.

3.2.1. Kültür leği (K)

Bu çalışmada amaca hizmet edecek verileri elde etmek için farklı kaynaklardan yararlanılmıştır. Bu nedenle Shalin Chanchani ve Roger Willett tarafından Gray'in geliştirmiş olduğu muhasebe değerlerinin llmesine yönelik ele alınan çalışmada geliştirilmiş anket formlarının Karabınar¹⁷⁵ tarafından Türk kültürüne adaptasyonu ile geliştirdiği formlardan elde edilmiştir. Aynı zaman da uyumlaştırma seviyesinin ölçümü için Anthony I. Abongwa tarafından ABD ve Kamerunlu muhasebecilere uygulanan anket çalışmasından yararlanılmıştır. Anket formları 16 sorudan oluşan Muhasebe Kültür değerlerini ölçmeye yöneliktir ve 7'li likert (1-Hiç katılmıyorum, 2-çoğunlukla katılmıyorum, 3-Biraz katılmıyorum, 4-Kararsızım, 5-Biraz katılıyorum, 6-çoğunlukla katılıyorum, 7-Tamamen katılıyorum) şeklindedir.

¹⁷⁵ Selahattin Karabınar, a.g.e., 2005, s. 99.

3.2.2. Motivasyon Ölçeği (MÖ)

Özdaşlı ve Akman'ın¹⁷⁶ 2012 yılında Türk Telekomünikasyon A.Ş. bünyesinde çalışan mühendis, tekniker ve teknisyenler üzerinde yapmış olduğu bir araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan motivasyon ölçeği bu araştırmada kullanılmıştır. Özdaşlı ve Akman geliştirmiş oldukları motivasyon ölçeğinde 5'li Likert (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum) kullanmışlardır. Ölçek 11 adet içsel motivasyon ve 11 adet dışsal motivasyon ölçeği sorulardan oluşmaktadır.

3.2.2.1. YEM'de Yol (Path) Analizi

Yol Analizi, Yapısal Eşitlik Modelin de, en az iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin araştırılmasında ve doğrudan olmayan ilişkilerin karşılaştırılması için aracı bir analiz türüdür. Yol analizleri araştırması, gizil değişkenler ile yol analizi ve gözlenen değişkenler ile yol analizi olarak iki şekilde yapılabilmektedir. Yol analizini çoğu zaman çoklu regresyon ile karıştırılabilmektedir. Ancak aralarındaki farklar şunlardır:

Çoklu regresyonda bağımsız ve bağımlı değişkenler rollerini değiştiremezler. YEM'de ise, aynı anda bağımsız ve bağımlı değişken olarak tanımlanabilmektedir.

- Çoklu regresyonda sadece bir bağımlı değişken vardır. YEM'de ise, birden çok bağımlı değişken tanımlanabilmektedir.
- Son olarak da yol analizi, nedenselliği ve nedenselliği bulunmayan ilişkileri de içermektedir.

3.3. Bulgular

Yapılan araştırma sonucu elde edilen demografik verilerin sonuçları aşağıda tablolar halinde rapor edilmiştir.

¹⁷⁶ Kürşat Özdaşlı ve Hüseyin Akman, "İçsel ve Dışsal Motivasyonda Cinsiyet ve Örgütsel Statü Farklılaşması: Türk Telekomünikasyon A.Ş. Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, SDÜ Vizyoner Dergisi, 4/7, 2012, ss.73-81.

3.3.1. Demografik Bulgular

Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	90	89,1	89,1	89,1
Kadın	11	10,9	10,9	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan Muhasebe meslek mensuplarının 90'ı (%89,1'i) erkek, 11'i (%10,9'u) kadındır. Örneklem dahilinde görüldüğü üzere meslek alanında erkeklerin nicel olarak fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
20-25	2	2,0	2,0	2,0
26-30	12	11,9	11,9	13,9
31-35	22	21,8	21,8	35,6
36-40	30	29,7	29,7	65,3
41-45	9	8,9	8,9	74,3
46-50	10	9,9	9,9	84,2
51-55	7	6,9	6,9	91,1
56 ve üstü	9	8,9	8,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan muhasebe meslek mensuplarının 2'si 20-25 yaş aralığında olup %2'lik paya, 12 meslek mensubu 26-30 yaş aralığında olup %11,9'luk paya, 22 meslek mensubu 31-35 yaş aralığında olup 21,8'lik bir paya sahiptir. 30 meslek mensubu 36-40 yaş aralığında olup %29,7'lik bir paya, 9 meslek mensubu 41-45 yaş aralığında olup %8,9'luk bir paya sahiptir. 10 meslek mensubu 46-50 yaş aralığında olup %9,9'luk bir paya, 7 meslek mensubu 51-55 yaş aralığında olup %6,9'luk bir paya sahiptir. 9 meslek mensubu 56 ve üstü yaş aralığında olup %8,9'luk bir paya sahiptir. Yaş dağılımında %2'lik oranla en az meslek mensubu bulunduran 20-25 yaş aralığıdır. %30'luk paya sahip olarak en fazla meslek mensubu barındıran yaş aralığı da 36-40 yaş aralığıdır.

Tablo 8. Katılımcıların Medeni Hale Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Bekar	17	16,8	16,8	16,8
Evli	84	83,2	83,2	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan Muhasebe meslek mensuplarının 84'ü (%83,2'si) evli, 17'si (%16,8'i) bekar. Örneklem sonucunda görüldüğü üzere meslek mensuplarının evli olanları nicel olarak bekar olanlardan fazladır.

Tablo 9. Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lisans	95	94,0	94,0	94,0
Lisans üstü	5	5,0	5,0	99,0
Doktora	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan Muhasebe meslek mensuplarında lisans mezunları 95 kişi olup %94'lük yüzde ile en çok paya sahip gruptur. Lisans üstü 5 kişi olup %5'lik yüzde ile ikinci sırada yer almıştır. Doktora mezunları ise 1 kişi olup %1'lik yüzde ile en az paya sahip olan dilimde yer almaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Unvan Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
SM	6	6,0	6,0	6,0
SMMM	95	94,0	94,0	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Katılımcıların 6'sı Serbest Muhasebeci olup %6'lık oranla küçük bir paya sahiptir. Ağırlıklı çoğunluğu oluşturan Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ise 95 kişi ile %94'lük bir paya sahiptir.

Tablo 11. Katılımcıların İşletmede Çalışma Süresi Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-5 yıl	12	11,9	11,9	11,9
6-10 yıl	23	22,8	22,8	34,7
11-15 yıl	25	24,8	24,8	59,4
16-20 yıl	19	18,8	18,8	78,2
21-25 yıl	7	6,9	6,9	85,1
26 ve üstü	15	14,9	14,9	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Araştırmaya dahil olan meslek mensuplarının 12'si 0-5 yıl aralığında olup %11,9'luk bir paya, 23'ü 6-10 yıl aralığında olup %22,8'lik paya, 25'i 11-15 yıl aralığında olup %24,8'lik paya, 19'u 16-20 yıl aralığında olup %18,8'lik paya, 7'si 21-25 yıl aralığında olup %6,9'luk paya, 15'i 26 ve üstü yıl aralığının da %14,9'luk bir paya sahiptir. Bulunduğu işletmede uzun süreli çalışanların en yüksek paya sahip olduğu yıl aralığı %24,8 ile 11-15 yıl arası iken, en düşük paya sahip olan yıl aralığı %6,9 ile 21-25 yıl aralığıdır.

Tablo 12. Katılımcıların Mesleki Tecrübe Süresi Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-5 yıl	11	10,9	10,9	10,9
6-10 yıl	15	14,9	14,9	25,7
11-15 yıl	26	25,7	25,7	51,5
16-20 yıl	25	24,8	24,8	76,2
21-25 yıl	10	9,9	9,9	86,1
26 ve üstü	14	13,9	13,9	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan olan meslek mensuplarının 11'i 0-5 yıl aralığında olup %10,9'luk bir paya, 15'i 6-10 yıl aralığında olup %14,9 paya, 26'sı 11-15 yıl aralığında olup 25,7'lik paya, 25'i 16-20 yıl aralığında olup %24,8'lik paya, 10'u 21-25 yıl aralığında olup %9,9'luk paya, 14'ü 26 ve üstü yıl aralığın da %13,9'luk bir paya sahiptir. Mesleki tecrübe süresinde en yüksek paya sahip yıl aralığı %25,7 ile 11-15 yıl iken, en düşük paya sahip olan yıl aralığı %9,9 ile 21-25 yıl aralığıdır.

Tablo 13. Katılımcıların Ortalama Aylık Gelir Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
3001-4000	40	39,6	39,6	39,6
4001-5000	26	25,7	25,7	65,3
5001-6000	13	12,9	12,9	78,2
6001-7000	6	5,9	5,9	84,2
7001-8000	8	7,9	7,9	92,1
8000 ve üstü	8	7,9	7,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Katılımcıların 40'ı %39,6'lık oran ile 3001-4000 arası gelir, 26'sı %25,7'lik oran ile 4001-5000 arası gelir, 13'ü %12,9'luk oran ile 5001-6000 arası gelir, 6'sı %5,9'luk oran ile 6001-7000 arası gelir, 8'i %7,9'la 7001-8000 arası gelir, 8'i %7,9'luk oran ile 8000 ve üstü gelir elde etmektedir. En fazla gelir elde edilen 3001-4000 gelir aralığı iken en az gelir elde edilen gelir aralığı 6001-7000 aralığıdır.

Tablo 14. Katılımcıların Günlük Ortalama Çalışma Süresi Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
2-4 saat	1	1,0	1,0	1,0
5-7 saat	17	16,8	16,8	17,8
8-10 saat	60	59,4	59,4	77,2
10 saat ve üstü	22	21,8	21,8	99,0
5,00	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

Katılımcıların sadece 1'i %1'lik oranla 2-4 saat arasında çalışmaktadır. 5-7 saat arasında çalışan 17 kişi %16,8'lik orana, 8-10 saat arasında çalışan 60 kişi %59,4'lük

orana, 10 saat ve üstü saatlerde çalışan 22 kişi ise %21,8'lik orana sahiptir. Nicel olarak 8-10 saatleri arasında çalışanların fazlalığı dikkat çekmektedir.

Tablo 15. Katılımcıların Kaçınıcı İş Yerinde Çalıştıklarının Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	49	48,5	48,5	48,5
2	24	23,8	23,8	72,3
3	16	15,8	15,8	88,1
4	8	7,9	7,9	96,0
5 ve üzeri	4	4,0	4,0	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

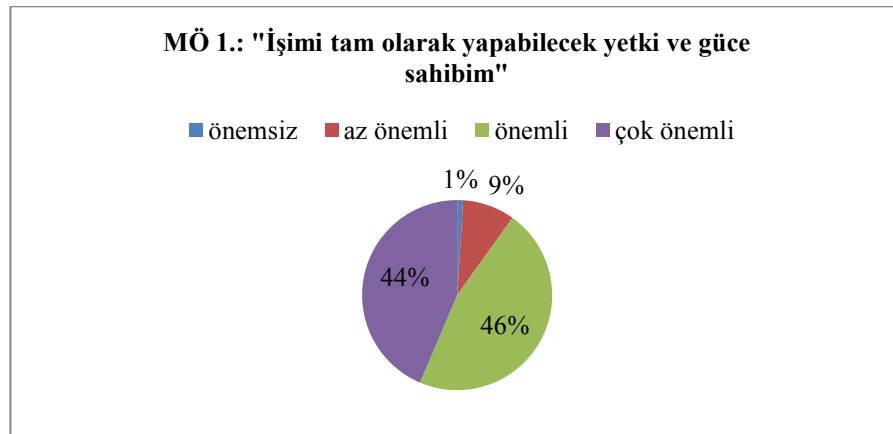
Muhasebe meslek mensuplarından 1 işyerinde çalıştım diyenlerin sayısı 49 kişi olup en yüksek yüzde olan %48,5'e sahiptir. 2 işyerinde çalışan 24 kişi %23,8'lik orana, 3 işyerinde çalışan 16 kişi %15,8'lik orana, 4 işyerinde çalışan 8 kişi %7,9'luk orana sahiptir. 5 ve üzeri işyerinde çalıştım diyen 4 meslek mensubu %4'le en az yüzdeye sahiptir.

3.3.2. Temel İstatistik Bulgular

Bu kısımda ölçek maddelerine verilen cevapların yüzde dağılımları gösterilmektedir. Ölçeklerin her bir maddesi ile ilgili olarak verilen cevapların dağılımları tablo ve grafikler yardımıyla gösterilmektedir.

Tablo 16. MÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	9	8,9	8,9	9,9
Önemli	47	46,5	46,5	56,4
Çok önemli	44	43,6	43,6	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

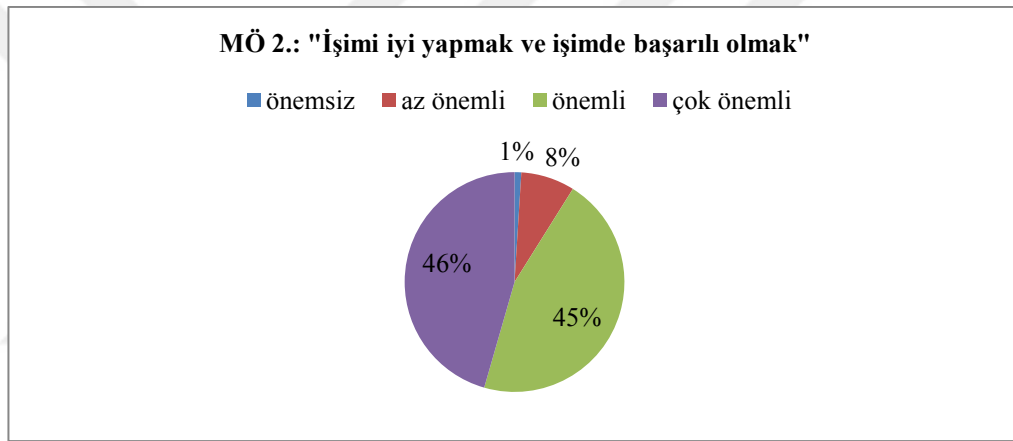


Grafik 1. MÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı

İşini tam olarak yapabilecek yetki ve güce sahip olmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %10 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %90 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 17. MÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	8	7,9	7,9	8,9
Önemli	46	45,5	45,5	54,5
Çok önemli	46	45,5	45,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



Grafik 2. MÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı

İşimi iyi yapmak ve işimde başarılı olmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %9 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %91 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda işinde başarılı olmayı ve iyi yapmayı arzu eden meslek mensuplarının oranı beklendiği üzere oldukça yüksek çıkmıştır.

Tablo 18. MÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	14	13,9	13,9	14,9
Önemli	48	47,5	47,5	62,4
Çok önemli	38	37,6	37,6	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

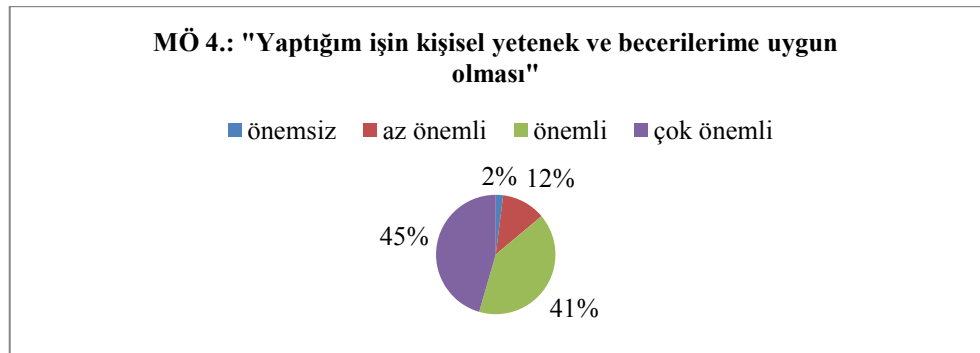


Grafik 3. MÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı

İşimi gerektiğinde genişleterek(yetki ve sorumluluk, daha çok iş) şirketime katma değer katabilmek sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %15 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %85 seviyelerindedir.

Tablo 19. MÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	12	11,9	11,9	13,9
Önemli	41	40,6	40,6	54,5
Çok önemli	46	45,5	45,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

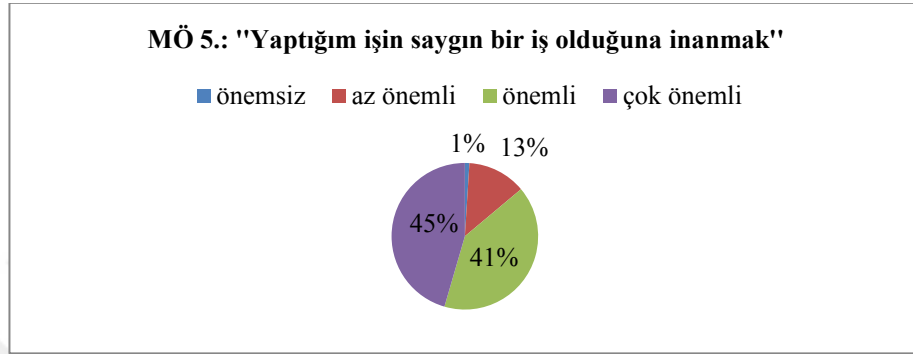


Grafik 4. MÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı

Yaptığım işin kişisel yetenek ve becerilerime uygun olması katabilmek sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %14 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %86 seviyelerindedir.

Tablo 20. MÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı

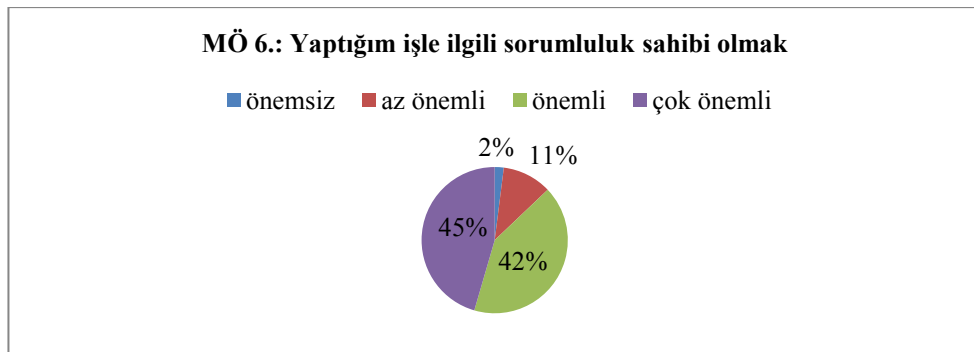
	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	13	12,9	12,9	13,9
Önemli	41	40,6	40,6	54,5
Çok önemli	46	45,5	45,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

**Grafik 5. MÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Yaptığım işin saygın bir iş olduğuna inanmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %14 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %86 seviyelerindedir.

Tablo 21. MÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	11	10,9	10,9	12,9
Önemli	42	41,6	41,6	54,5
Çok önemli	46	45,5	45,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

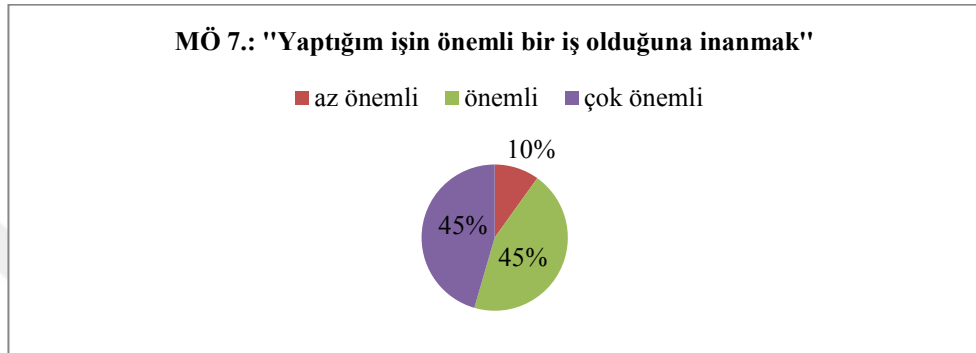
**Grafik 6. MÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Yaptığım işle ilgili sorumluluk sahibi olmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır.

Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %13 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %87 seviyelerindedir.

Tablo 22. MÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Az önemli	10	9,9	9,9	9,9
Önemli	45	44,6	44,6	54,5
Çok önemli	46	45,5	45,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

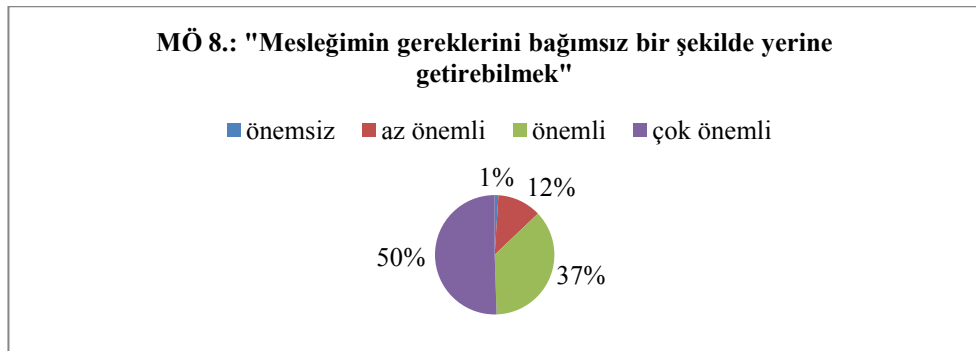


Grafik 7. MÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı

Yaptığım işin önemli bir iş olduğuna inanmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz ve önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Az önemli diyenlerin oranı %10 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %90 seviyelerindedir.

Tablo 23. MÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	12	11,9	11,9	12,9
Önemli	37	36,6	36,6	49,5
Çok önemli	51	50,5	50,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



Grafik 8. MÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mesleğimin gereklerini bağımsız bir şekilde yerine getirebilmek sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %10 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %90 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 24. MÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Az önemli	11	10,9	10,9	10,9
Önemli	47	46,5	46,5	57,4
Çok önemli	43	42,6	42,6	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

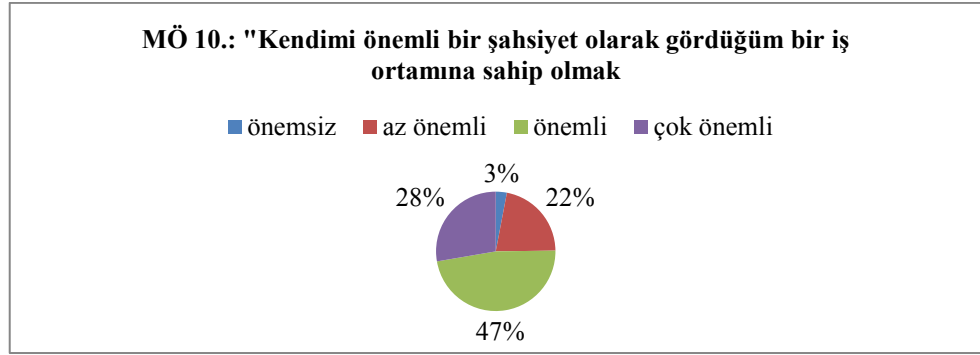


Grafik 9. MÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mesleğimle ilgili konularda müşterilerimin sorunlarına çözüm üretebilmek sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz ve önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Az önemli diyenlerin oranı %11 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %89 seviyelerindedir.

Tablo 25. MÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	3	3,0	3,0	3,0
Az önemli	22	21,8	21,8	24,8
Önemli	48	47,5	47,5	72,3
Çok önemli	28	27,7	27,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

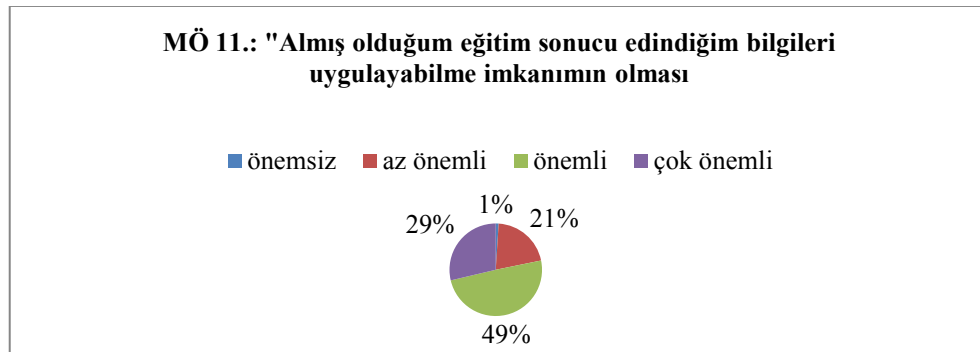


Grafik 10. MÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı

Kendimi önemli bir şahsiyet olarak gördüğüm bir iş ortamına sahip olmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %31 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %69 seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 26. MÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	21	20,8	20,8	21,8
Önemli	50	49,5	49,5	71,3
Çok önemli	29	28,7	28,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

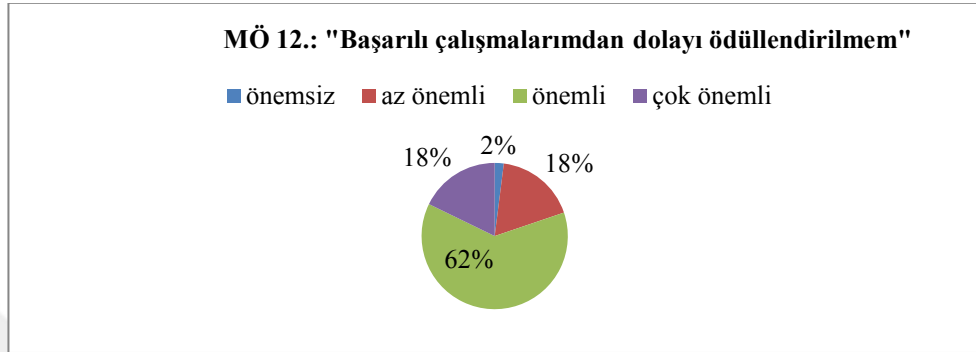


Grafik 11. MÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı

Almış olduğum eğitim sonucu edindiğim bilgileri uygulayabilme imkânının olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %30 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %70 seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 27. MÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı

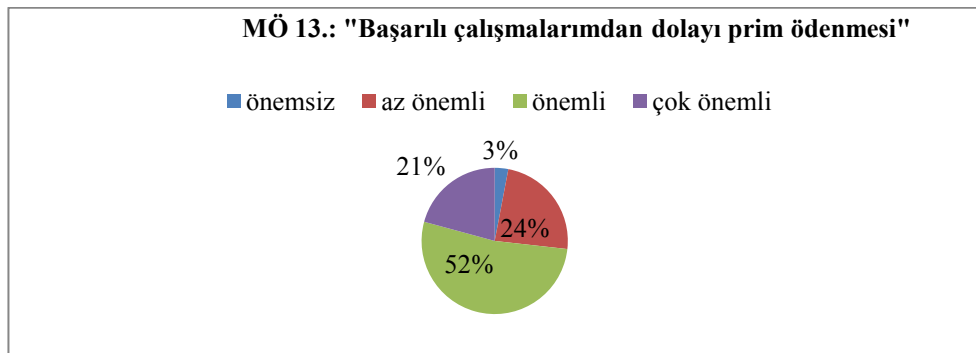
	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	18	17,8	17,8	19,8
Önemli	63	62,4	62,4	82,2
Çok önemli	18	17,8	17,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

**Grafik 12. MÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Başarılı çalışmalarımın dolaylı ödüllendirmem sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %20 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %62, çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %18 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 28. MÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı

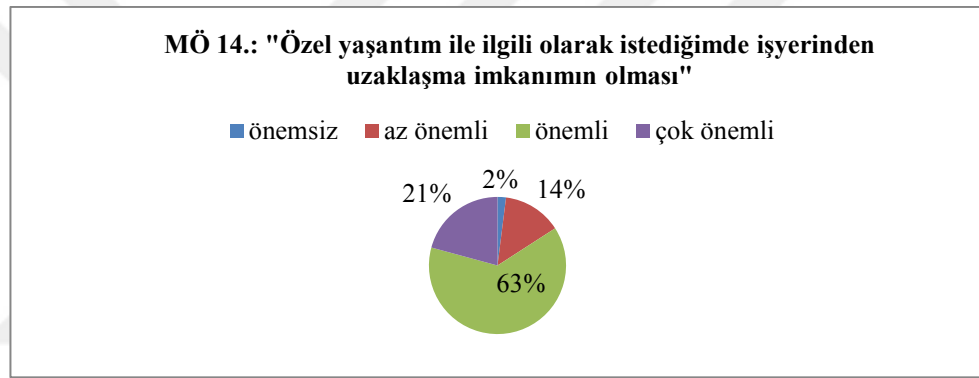
	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	3	3,0	3,0	3,0
Az önemli	24	23,8	23,8	26,7
Önemli	53	52,5	52,5	79,2
Çok önemli	21	20,8	20,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

**Grafik 13. MÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Başarılı çalışmalarından dolayı prim ödenmesi sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı yaklaşık %27 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise yaklaşık %73 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 29. MÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	14	13,9	13,9	15,8
Önemli	64	63,4	63,4	79,2
Çok önemli	21	20,8	20,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

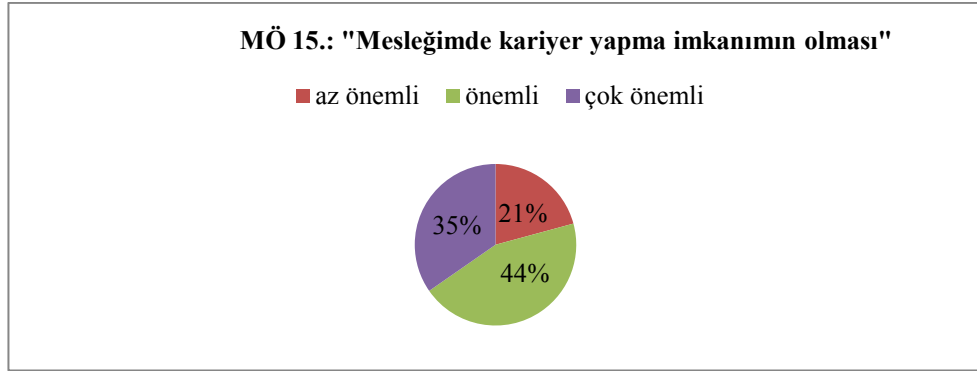


Grafik 14. MÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı

Özel yaşamım ile ilgili olarak istediğimde işyerinden uzaklaşma imkanının olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %16 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %63, çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %21 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 30. MÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Az önemli	21	20,8	20,8	20,8
Önemli	45	44,6	44,6	65,3
Çok önemli	35	34,7	34,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

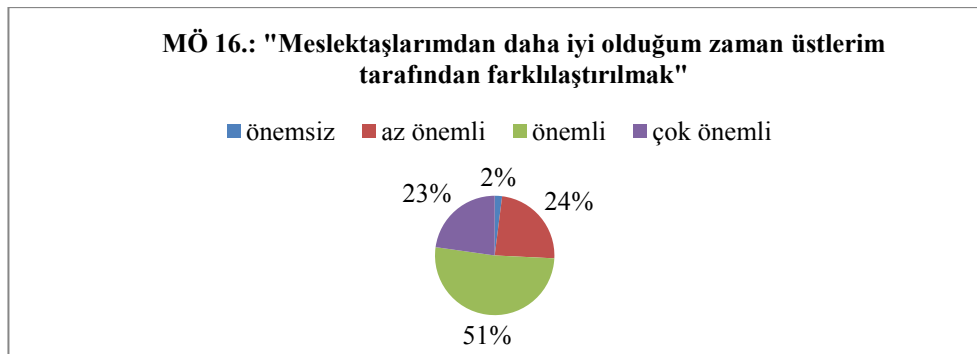


Grafik 15. MÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mesleğimde kariyer yapma imkanının olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz ve önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Az önemli diyenlerin oranı %21 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %79 seviyelerindedir.

Tablo 31. MÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	24	23,8	23,8	25,7
Önemli	52	51,5	51,5	77,2
Çok önemli	23	22,8	22,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

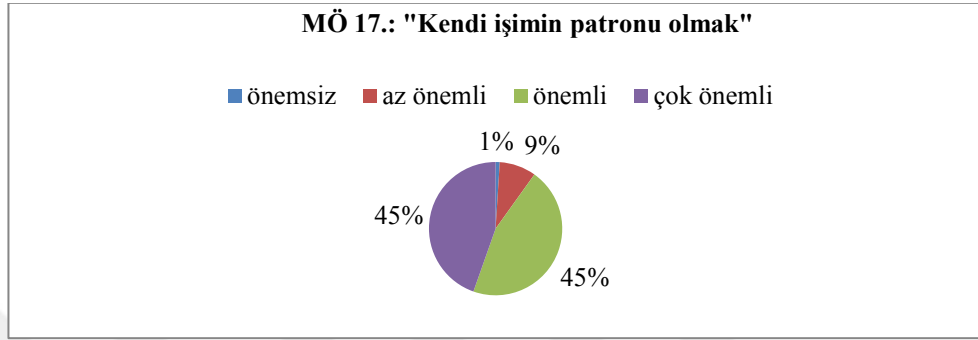


Grafik 16. MÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı

Meslektaşlarımdan daha iyi olduğum zaman üstlerim tarafından farklılaştırılmak sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %26 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %51, çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %23 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 32. MÖ 17. Soruya verilen cevapların dağılımı

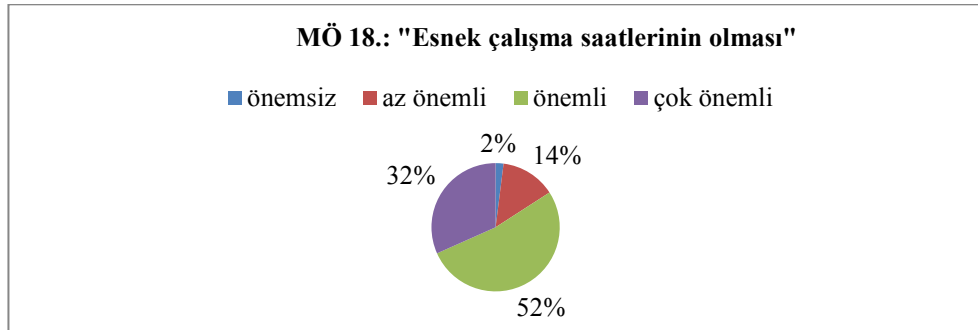
	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	9	8,9	8,9	9,9
Önemli	46	45,5	45,5	55,4
Çok önemli	45	44,6	44,6	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

**Grafik 17. MÖ 17. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Başarılı çalışmalarından dolayı ödüllendirmem sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %10 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %45 ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %45 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 33. MÖ 18. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	14	13,9	13,9	15,8
Önemli	53	52,5	52,5	68,3
Çok önemli	32	31,7	31,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

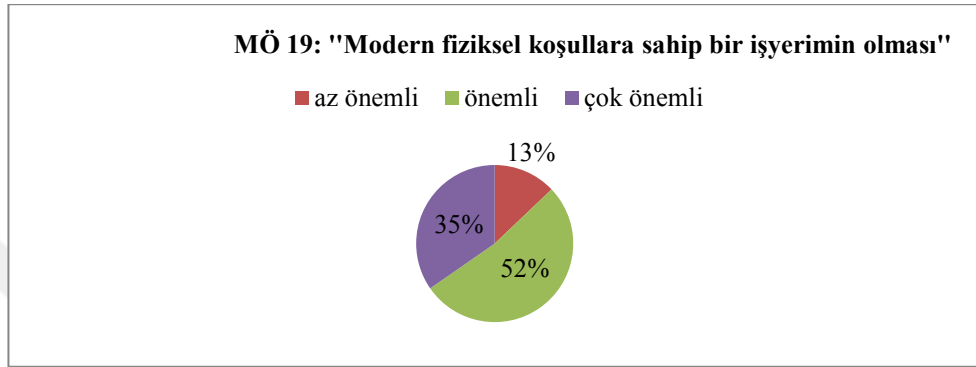
**Grafik 18. MÖ 18. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Esnek çalışma saatlerinin olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az

önemli diyenlerin oranı %16 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %84 seviyelerindedir.

Tablo 34. MÖ 19. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Az önemli	13	12,9	12,9	12,9
Önemli	53	52,5	52,5	65,3
Çok önemli	35	34,7	34,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

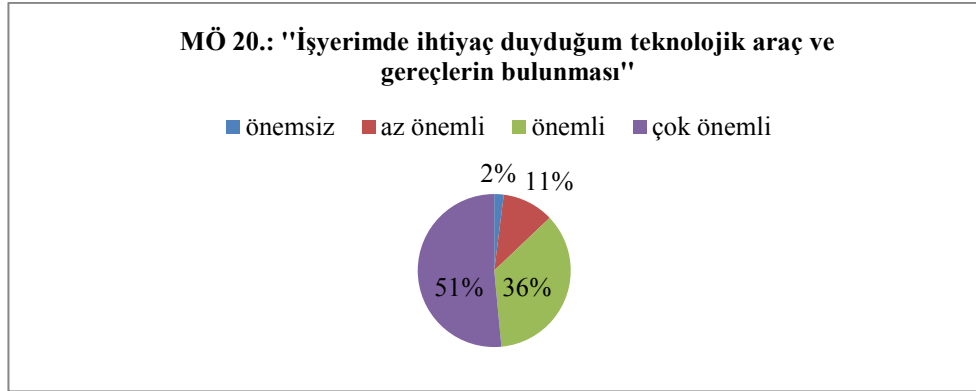


Grafik 19. MÖ 19. Soruya verilen cevapların dağılımı

Modern fiziksel koşullara sahip bir işyerimin olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz ve önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Az önemli diyenlerin oranı %13 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %52 ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %35 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 35. MÖ 20. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	11	10,9	10,9	12,9
Önemli	36	35,6	35,6	48,5
Çok önemli	52	51,5	51,5	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

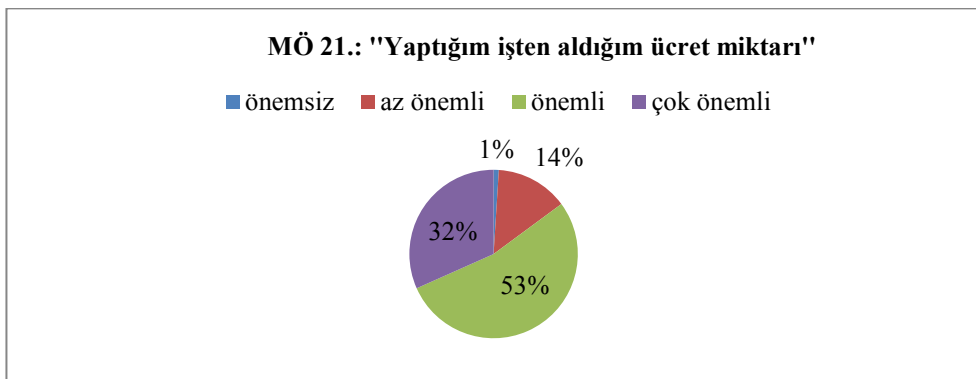


Grafik 20. MÖ 20. Soruya verilen cevapların dağılımı

Almış olduğum eğitim sonucu edindiğim bilgileri uygulayabilme imkanının olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %13 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %87 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 36. MÖ 21. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	1	1,0	1,0	1,0
Az önemli	14	13,9	13,9	14,9
Önemli	54	53,5	53,5	68,3
Çok önemli	32	31,7	31,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

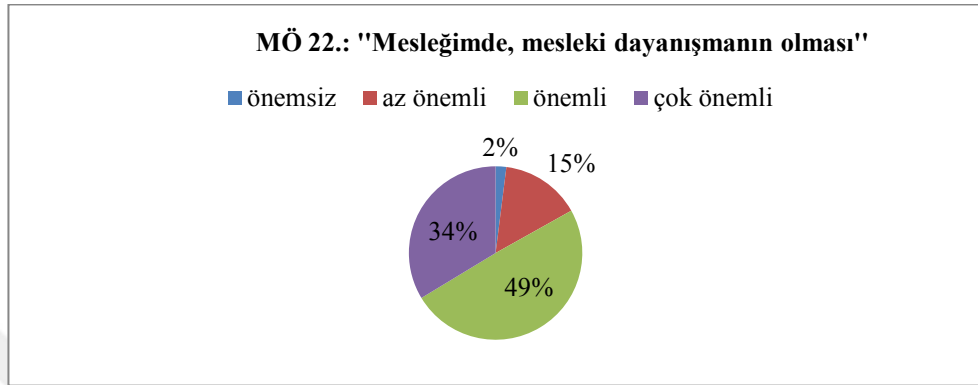


Grafik 21. MÖ 21. Soruya verilen cevapların dağılımı

Almış olduğum eğitim sonucu edindiğim bilgileri uygulayabilme imkanının olması sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %15 seviyesindeyken, önemli ve çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %85 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 37. MÖ 22. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Önemsiz	2	2,0	2,0	2,0
Az önemli	15	14,9	14,9	16,8
Önemli	50	49,5	49,5	66,3
Çok önemli	34	33,7	33,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

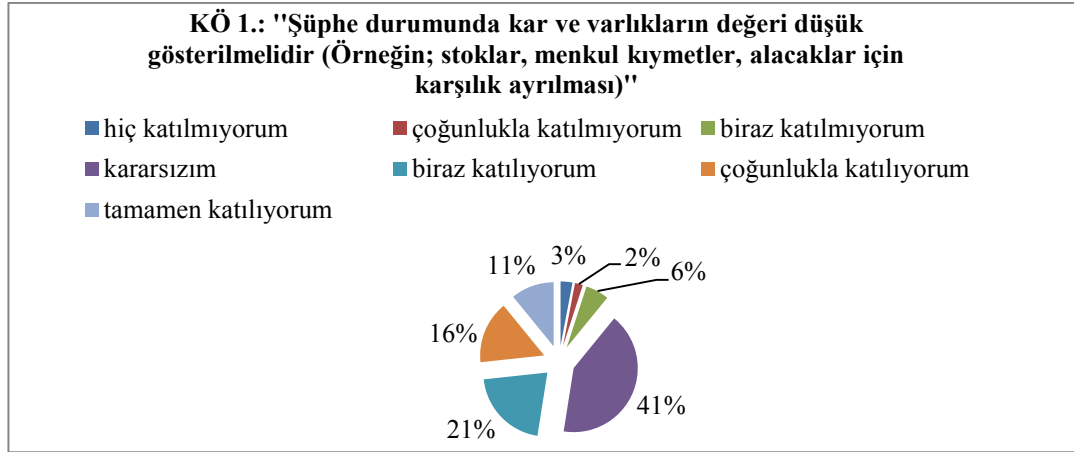
**Grafik 22. MÖ 22. Soruya verilen cevapların dağılımı**

Başarılı çalışmalarından dolayı ödüllendirmem sorusuna ankete katılan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden çok önemsiz diyen hiç kimse bulunmamaktadır. Önemsiz ve az önemli diyenlerin oranı %17 seviyesindeyken, önemli diyenlerin oranı %49 iken çok önemli olduğunu ifade edenlerin oranının ise %34 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda kültür ölçeğine verilen cevapların dağılımları tablo, grafikte verilmiştir ve yorumlanmıştır.

Tablo 38. KÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	3	3,0	3,0	3,0
Çoğunlukla katılmıyorum	2	2,0	2,0	5,0
Biraz katılmıyorum	6	5,9	5,9	10,9
Kararsızım	42	41,6	41,6	52,5
Biraz katılıyorum	21	20,8	20,8	73,3
Çoğunlukla katılıyorum	16	15,8	15,8	89,1
Tamamen katılıyorum	11	10,9	10,9	100,0
TOPLAM	101	100,0	100,0	

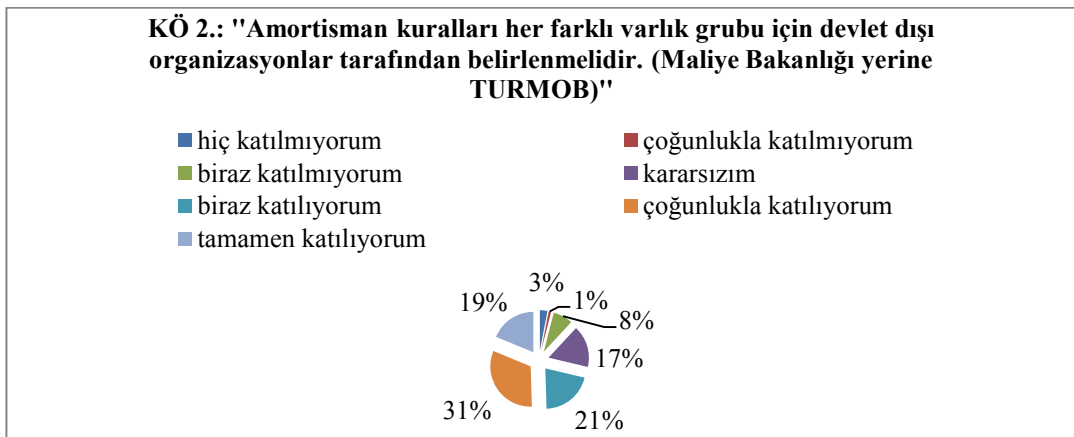


Grafik 23. KÖ 1. Soruya verilen cevapların dağılımı

Şüphede durumda kar ve varlıkların değeri düşük gösterilmelidir (Örneğin; stoklar, menkul kıymetler, alacaklar için karşılık ayrılması) sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %11 iken kararsızım diyenlerin oranı %41'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %48 bulunmuştur.

Tablo 39. KÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	3	3,0	3,0	3,0
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	4,0
Biraz katılmıyorum	8	7,9	7,9	11,9
Kararsızım	17	16,8	16,8	28,7
Biraz katılıyorum	21	20,8	20,8	49,5
Çoğunlukla katılıyorum	32	31,7	31,7	81,2
Tamamen katılıyorum	19	18,8	18,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

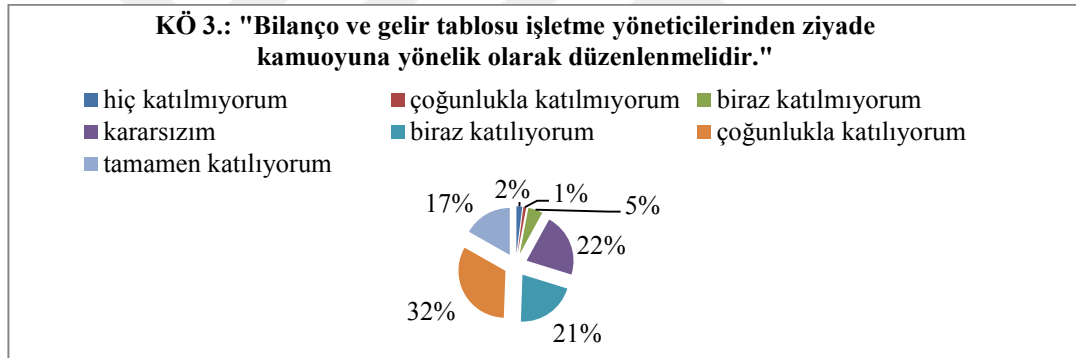


Grafik 24. KÖ 2. Soruya verilen cevapların dağılımı

Amortisman kuralları her farklı varlık grubu için devlet dışı organizasyonlar tarafından belirlenmelidir (Maliye Bakanlığı yerine TURMOB) sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %12 iken kararsızım diyenlerin oranı %17'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %71 bulunmuştur.

Tablo 40. KÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	3,0
Biraz katılmıyorum	5	5,0	5,0	7,9
Kararsızım	22	21,8	21,8	29,7
Biraz katılıyorum	21	20,8	20,8	50,5
Çoğunlukla katılıyorum	33	32,7	32,7	83,2
Tamamen katılıyorum	17	16,8	16,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

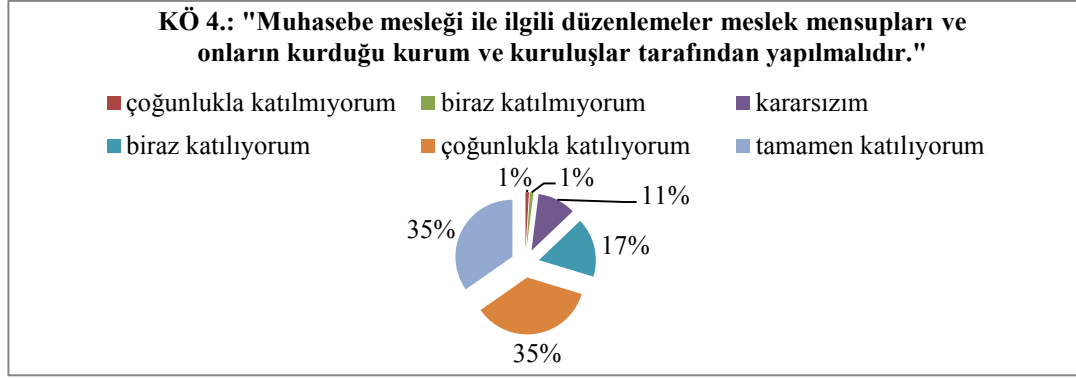


Grafik 25. KÖ 3. Soruya verilen cevapların dağılımı

Bilanço ve gelir tablosu işletme yöneticilerinden ziyade kamuoyuna yönelik olarak düzenlenmelidir sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %8 iken kararsızım diyenlerin oranı %22'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %70 bulunmuştur.

Tablo 41. KÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Biraz katılmıyorum	1	1,0	1,0	2,0
Kararsızım	11	10,9	10,9	12,9
Biraz katılıyorum	17	16,8	16,8	29,7
Çoğunlukla katılıyorum	36	35,6	35,6	65,3
Tamamen katılıyorum	35	34,7	34,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

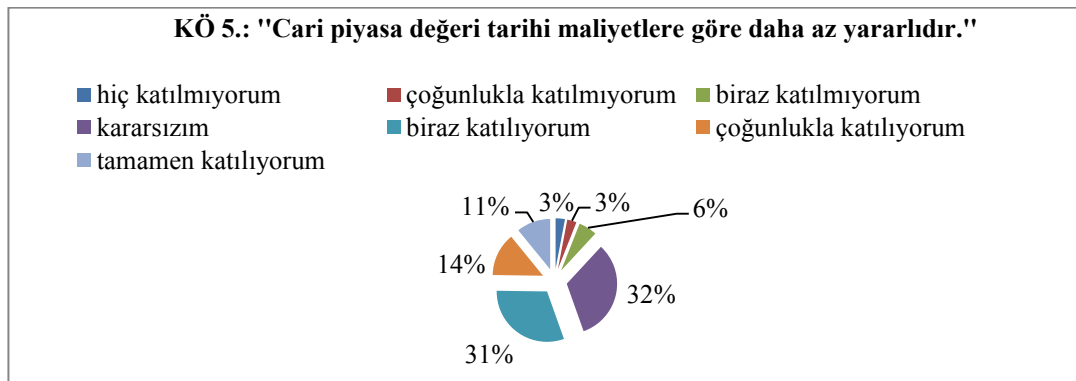


Grafik 26. KÖ 4. Soruya verilen cevapların dağılımı

Muhasebe mesleği ile ilgili düzenlemeler meslek mensupları ve onların kurduğu kurum ve kuruluşlar tarafından yapılmalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum diyen meslek mensubu bulunmamaktadır, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %2 iken kararsızım diyenlerin oranı %11'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %83 bulunmuştur.

Tablo 42. KÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	3	3,0	3,0	3,0
Çoğunlukla katılmıyorum	3	3,0	3,0	5,9
Biraz katılmıyorum	6	5,9	5,9	11,9
Kararsızım	33	32,7	32,7	44,6
Biraz katılıyorum	31	30,7	30,7	75,2
Çoğunlukla katılıyorum	14	13,9	13,9	89,1
Tamamen katılıyorum	11	10,9	10,9	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



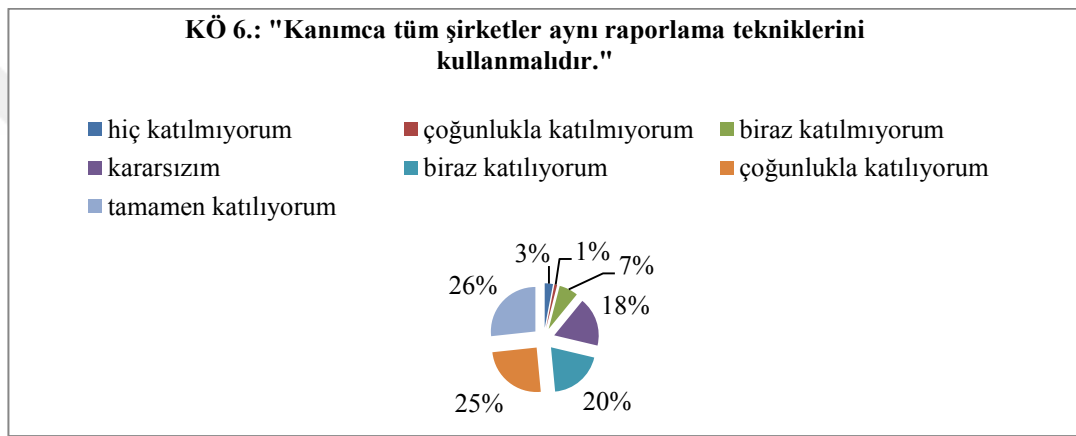
Grafik 27. KÖ 5. Soruya verilen cevapların dağılımı

Cari piyasa değeri tarihi maliyetlere göre daha az yararlıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %12 iken kararsızım diyenlerin oranı %32'dir.

Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %56 bulunmuştur.

Tablo 43. KÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	3	3,0	3,0	3,0
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	4,0
Biraz katılmıyorum	7	6,9	6,9	10,9
Kararsızım	18	17,8	17,8	28,7
Biraz katılıyorum	20	19,8	19,8	48,5
Çoğunlukla katılıyorum	25	24,8	24,8	73,3
Tamamen katılıyorum	27	26,7	26,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

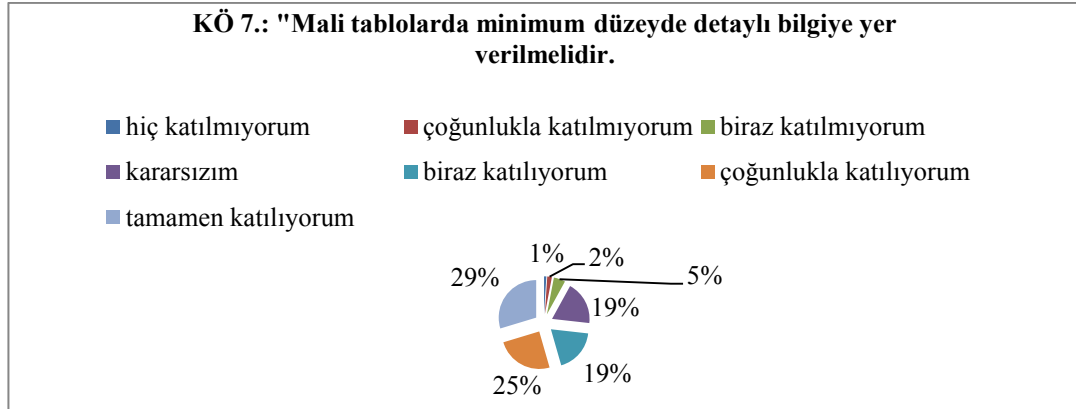


Grafik 28. KÖ 6. Soruya verilen cevapların dağılımı

Kanımca tüm şirketler aynı raporlama tekniklerini kullanmalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %11 iken kararsızım diyenlerin oranı %18'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %71 bulunmuştur.

Tablo 44. KÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Çoğunlukla katılmıyorum	2	2,0	2,0	3,0
Biraz katılmıyorum	5	5,0	5,0	7,9
Kararsızım	19	18,8	18,8	26,7
Biraz katılıyorum	19	18,8	18,8	45,5
Çoğunlukla katılıyorum	25	24,8	24,8	70,3
Tamamen katılıyorum	30	29,7	29,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

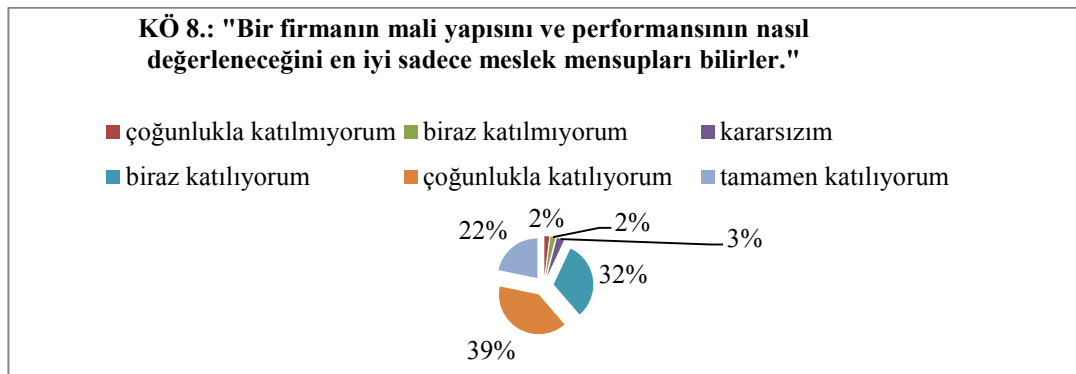


Grafik 29. KÖ 7. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mali tablolarda minimum düzeyde detaylı bilgiye yer verilmelidir sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %8 iken kararsızım diyenlerin oranı %19'dur. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %73 bulunmuştur.

Tablo 45. KÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çoğunlukla katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Biraz katılmıyorum	2	2,0	2,0	4,0
Kararsızım	3	3,0	3,0	6,9
Biraz katılıyorum	32	31,7	31,7	38,6
Çoğunlukla katılıyorum	40	39,6	39,6	78,2
Tamamen katılıyorum	22	21,8	21,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



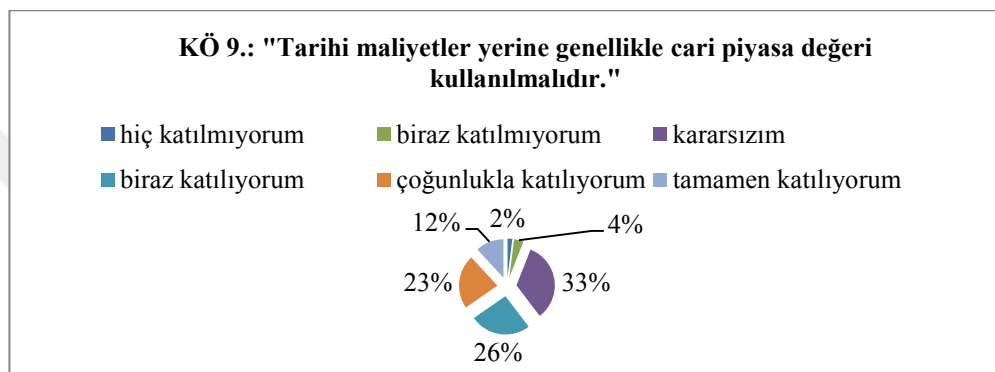
Grafik 30. KÖ 8. Soruya verilen cevapların dağılımı

Bir firmanın mali yapısını ve performansının nasıl değerlendirileceğini en iyi sadece meslek mensupları bilirler sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Hiç katılmıyorum diyen meslek mensubu bulunmamaktadır, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %4 iken kararsızım diyenlerin oranı

%3'dür. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %93 bulunmuştur.

Tablo 46. KÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Biraz katılmıyorum	4	4,0	4,0	5,9
Kararsızım	34	33,7	33,7	39,6
Biraz katılıyorum	26	25,7	25,7	65,3
Çoğunlukla katılıyorum	23	22,8	22,8	88,1
Tamamen katılıyorum	12	11,9	11,9	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

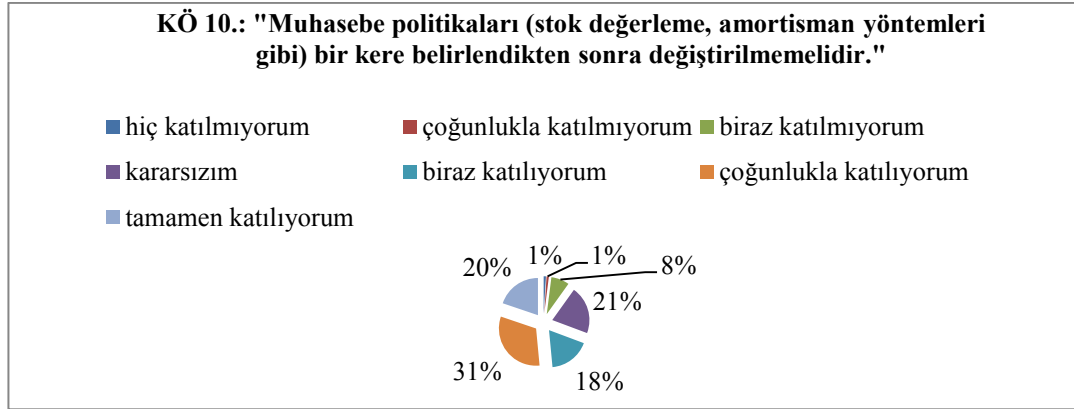


Grafik 31. KÖ 9. Soruya verilen cevapların dağılımı

Tarihi maliyetler yerine genellikle cari piyasa değeri kullanılmalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Çoğunlukla katılmıyorum diyen meslek mensubu bulunmamaktadır, Hiç katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %6 iken kararsızım diyenlerin oranı %33'dür. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %61 bulunmuştur.

Tablo 47. KÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	2,0
Biraz katılmıyorum	8	7,9	7,9	9,9
Kararsızım	21	20,8	20,8	30,7
Biraz katılıyorum	18	17,8	17,8	48,5
Çoğunlukla katılıyorum	32	31,7	31,7	80,2
Tamamen katılıyorum	20	19,8	19,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

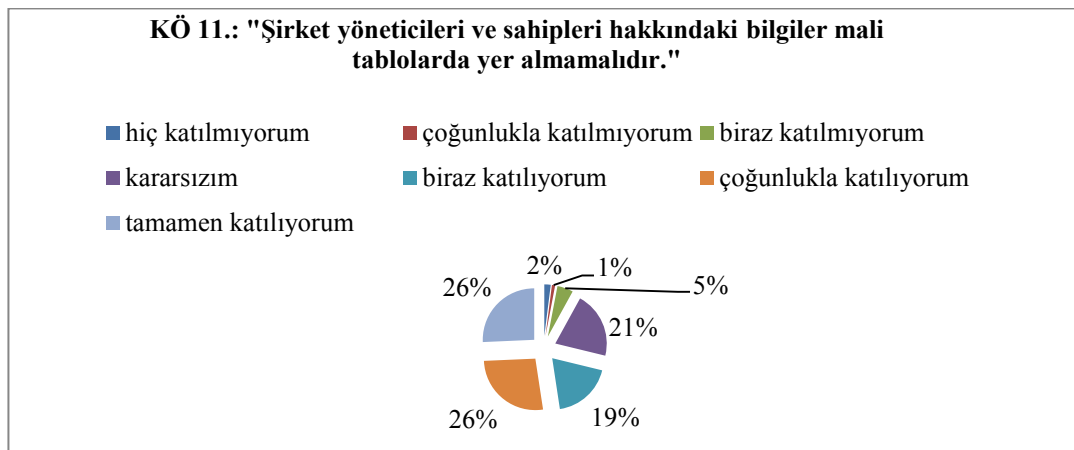


Grafik 32. KÖ 10. Soruya verilen cevapların dağılımı

Muhasebe politikaları (stok değerlendirme, amortisman yöntemleri gibi) bir kere belirlendikten sonra değiştirilmemelidir sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Çoğunlukla katılmıyorum, Hiç katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %10 iken kararsızım diyenlerin oranı %21'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %69 bulunmuştur.

Tablo 48. KÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	3,0
Biraz katılmıyorum	5	5,0	5,0	7,9
Kararsızım	21	20,8	20,8	28,7
Biraz katılıyorum	19	18,8	18,8	47,5
Çoğunlukla katılıyorum	27	26,7	26,7	74,3
Tamamen katılıyorum	26	25,7	25,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



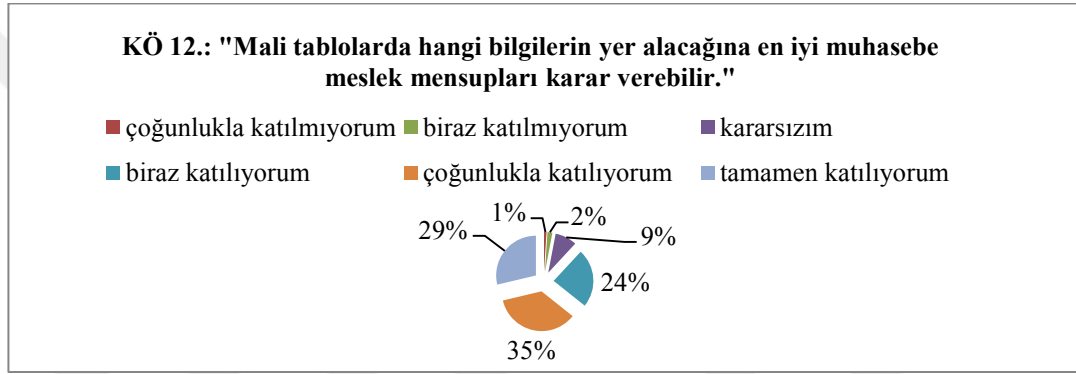
Grafik 33. KÖ 11. Soruya verilen cevapların dağılımı

Şirket yöneticileri ve sahipleri hakkındaki bilgiler mali tablolarda yer almamalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından Çoğunlukla katılmıyorum,

Hiç katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %8 iken kararsızım diyenlerin oranı %21'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %71 bulunmuştur.

Tablo 49. KÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Biraz katılmıyorum	2	2,0	2,0	3,0
Kararsızım	9	8,9	8,9	11,9
Biraz katılıyorum	24	23,8	23,8	35,6
Çoğunlukla katılıyorum	36	35,6	35,6	71,3
Tamamen katılıyorum	29	28,7	28,7	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

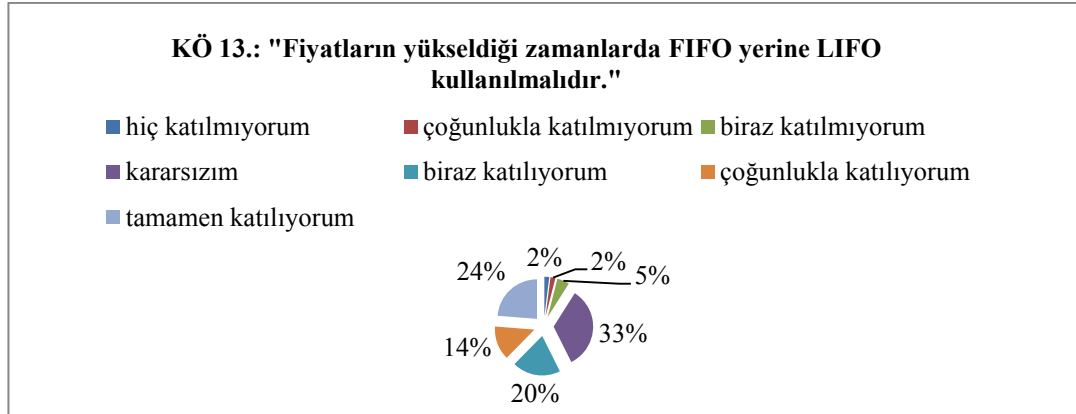


Grafik 34. KÖ 12. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mali tablolarda hangi bilgilerin yer alacağına en iyi muhasebe meslek mensupları karar verebilir sorusuna cevap veren meslek mensuplarından, Hiç katılmıyorum diyen hiçbir meslek mensubu bulunmazken, Biraz katılmıyorum ve Çoğunlukla katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %3 iken kararsızım diyenlerin oranı %9'dur. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %88 bulunmuştur.

Tablo 50. KÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Çoğunlukla katılmıyorum	2	2,0	2,0	4,0
Biraz katılmıyorum	5	5,0	5,0	8,9
Kararsızım	34	33,7	33,7	42,6
Biraz katılıyorum	20	19,8	19,8	62,4
Çoğunlukla katılıyorum	14	13,9	13,9	76,2
Tamamen katılıyorum	24	23,8	23,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

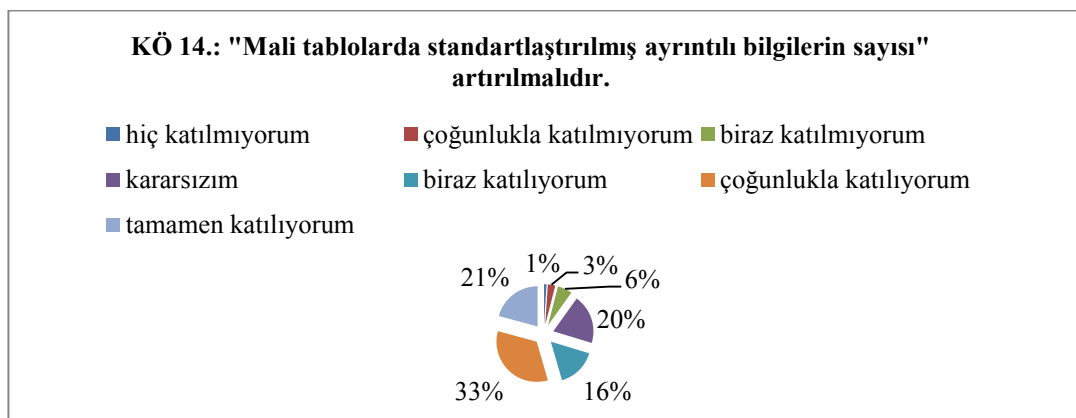


Grafik 35.KÖ 13. Soruya verilen cevapların dağılımı

Fiyatların yükseldiği zamanlarda FIFO yerine LIFO kullanılmalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından, Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %9 iken kararsızım diyenlerin oranı %33'dür. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %58 bulunmuştur.

Tablo 51. KÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Çoğunlukla katılmıyorum	3	3,0	3,0	4,0
Biraz katılmıyorum	6	5,9	5,9	9,9
Kararsızım	20	19,8	19,8	29,7
Biraz katılıyorum	16	15,8	15,8	45,5
Çoğunlukla katılıyorum	34	33,7	33,7	79,2
Tamamen katılıyorum	21	20,8	20,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



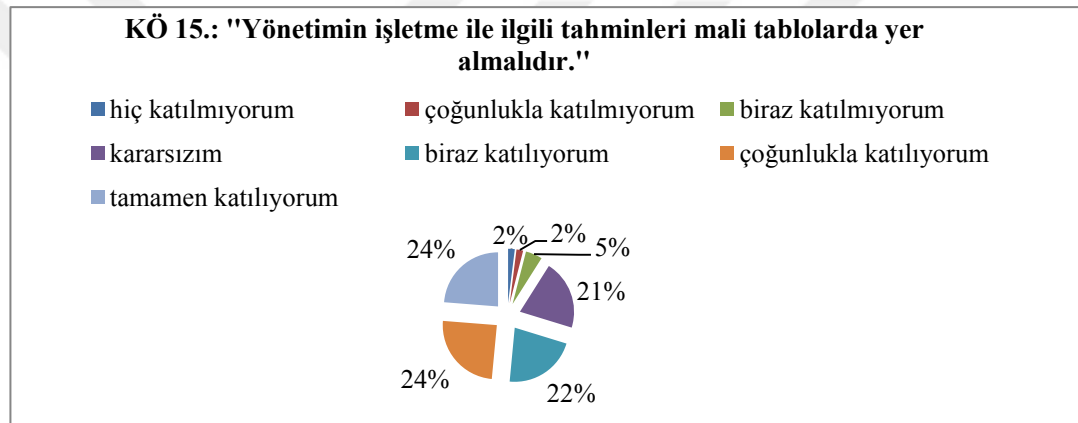
Grafik 36. KÖ 14. Soruya verilen cevapların dağılımı

Mali tablolarda standartlaştırılmış ayrıntılı bilgilerin sayısı artırılmalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından, Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla

katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %10 iken kararsızım diyenlerin oranı %20'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %70 bulunmuştur.

Tablo 52. KÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hiç katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
Çoğunlukla katılmıyorum	2	2,0	2,0	4,0
Biraz katılmıyorum	5	5,0	5,0	8,9
Kararsızım	21	20,8	20,8	29,7
Biraz katılıyorum	22	21,8	21,8	51,5
Çoğunlukla katılıyorum	25	24,8	24,8	76,2
Tamamen katılıyorum	24	23,8	23,8	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	

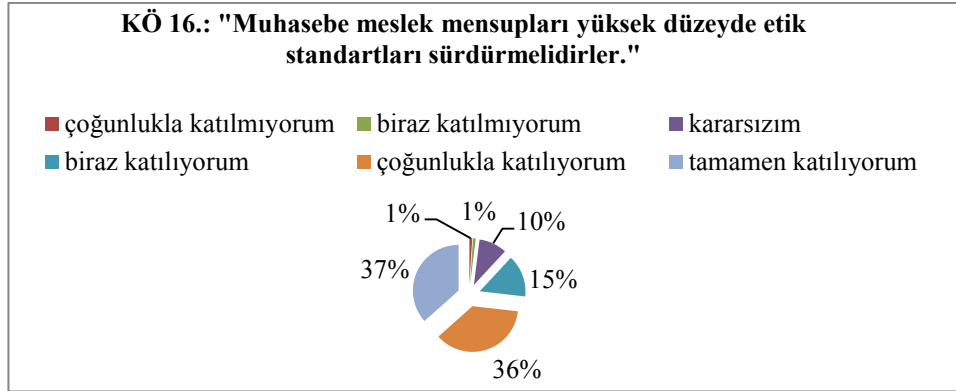


Grafik 37. KÖ 15. Soruya verilen cevapların dağılımı

Yönetimin işletme ile ilgili tahminleri mali tablolarda yer almalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından, Hiç katılmıyorum, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %9 iken kararsızım diyenlerin oranı %21'dir. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %70 bulunmuştur.

Tablo 53. KÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde	Gerçek Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çoğunlukla katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
Biraz katılmıyorum	1	1,0	1,0	2,0
Kararsızım	10	9,9	9,9	11,9
Biraz katılıyorum	15	14,9	14,9	26,7
Çoğunlukla katılıyorum	37	36,6	36,6	63,4
Tamamen katılıyorum	37	36,6	36,6	100,0
Toplam	101	100,0	100,0	



Grafik 38. KÖ 16. Soruya verilen cevapların dağılımı

Muhasebe meslek mensupları yüksek düzeyde etik standartları sürdürmelidirler. Yönetimin işletme ile ilgili tahminleri mali tablolarda yer almalıdır sorusuna cevap veren meslek mensuplarından, Hiç katılmıyorum diyen hiçbir meslek mensubu bulunmazken, Çoğunlukla katılmıyorum ve Biraz katılmıyorum diyenlerin oranı yaklaşık %2 iken kararsızım diyenlerin oranı %10'dur. Biraz katılıyorum, çoğunlukla katılıyorum ve tamamen katılıyorum diyenlerin oranı ise %88 bulunmuştur.

3.3.3. Yol (Path) Analizi Yardımıyla Hipotez Testi Bulguları

Çalışmamızın bu aşamasında II. Düzey istatistikî analizlerden sonra araştırma konusunun bir de Yapısal Eşitlik Modeli yol analizi yöntemi ile test etmenin elde edilen sonuçlardaki hata riskini en aza indirecek çapraz kontrol yöntemlerinden birisi olacağı düşünülmüştür. Bu yüzden araştırma modelinin test edilmesinde yapısal eşitlik modeli (YEM), kısmi en küçük kareler yöntemi ve yol analizi de kullanılmıştır. Çünkü regresyon analizi, testlerde değişkenlere ait ortalamaları kullanırken, YEM ölçüm ve artıksal hataları da hesaplamaya katmaktadır. Bu yüzden, yapısal eşitlik modeli analiz olarak daha güçlü bir altyapı sunmaktadır.¹⁷⁷

İlgili literatürde belirtildiği üzere YEM'de yol analizinin gerçekleştirilebilmesi için denkleme dahil edilecek veri (*case*) sayısının en az 250 ($N \geq 250$) ve üzeri olması gerekmektedir.

Ancak alan araştırmamızın sonucunda ulaşılabilen katılımcı sayısı 101'dir. Bu ve benzeri durumlarda yol analizinin farklı bir versiyonu olan Kısmi En Küçük Kareler (KEKK) yöntemi kullanılmaktadır.

¹⁷⁷ Cem Harun ve Harun Şeşen, "Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları", Seçkin Yayınevi, Ankara. 2015, s.131.

Yine ilgili literatürde belirtildiği üzere Kısmi En Küçük Kareler yöntemi ile analizin gerçekleştirilebilmesi için denkleme dahil edilecek sayının en az 50 en fazla 100 olması ($50 \leq N \leq 100$) öngörülmektedir.

Bu husus göz önünde bulundurularak örneklem grubunu temsil etmede (normal dağılım, çarpıklık ve basıklık gibi yönlerden) en iyi veriler (*case*) seçilmeye çalışılmış ve yapılan bu seçim neticesinde elde kalan ve örnekleme en iyi temsil ettiği düşünülen 99 veri (58 veri=Burdur, 41 veri=Bucak) kullanılarak Kısmi En Küçük Kareler yöntemi ile yol analizi yapılmıştır.

YEM, son dönemlerde dünyada pek çok alanda kullanılan, çok sayıda değişken arasındaki ilişkiyi modeller şeklinde inceleyebilen istatistiksel bir analizdir.¹⁷⁸ Araştırma modeli örtük (gizil) değişkenler ile test edilmiştir. Bunun nedeni, model örtük değişkenlerle test edildiğinde, değişkenler arası doğrudan ilişkiler hatadan arınmış olarak hesaplanabildiğinden gözlenen değişkenlerle yapılan yol analizine nazaran daha güvenilir sonuçlar ortaya koymasından kaynaklanmaktadır.¹⁷⁹

Bu çalışmada değişkenler ve göstergeler arasındaki ilişkiyi tanımlayan Smart PLS yöntemi ile yol modeli kullanılmıştır. Bu analiz sonuçların doğru yorumlanabilmesi açısından çok önemlidir. Bu analizden elde edilen sonuçlar %100 geçerli değildir. İnsan yapısının karmaşıklığını gidermek zor olduğundan bu yaklaşımın da eksik tarafları bulunmaktadır. Yol modelleri hipotezleri ifade eder. Bahsedilen bu yol modellerinden beklenen, farklı hipotezlerin birbirine olan etkisini açıklamaktadır. Araştırmacılar bu yaklaşımla kabul edilen ya da reddedilen hipotezleri ortaya koyarlar.¹⁸⁰

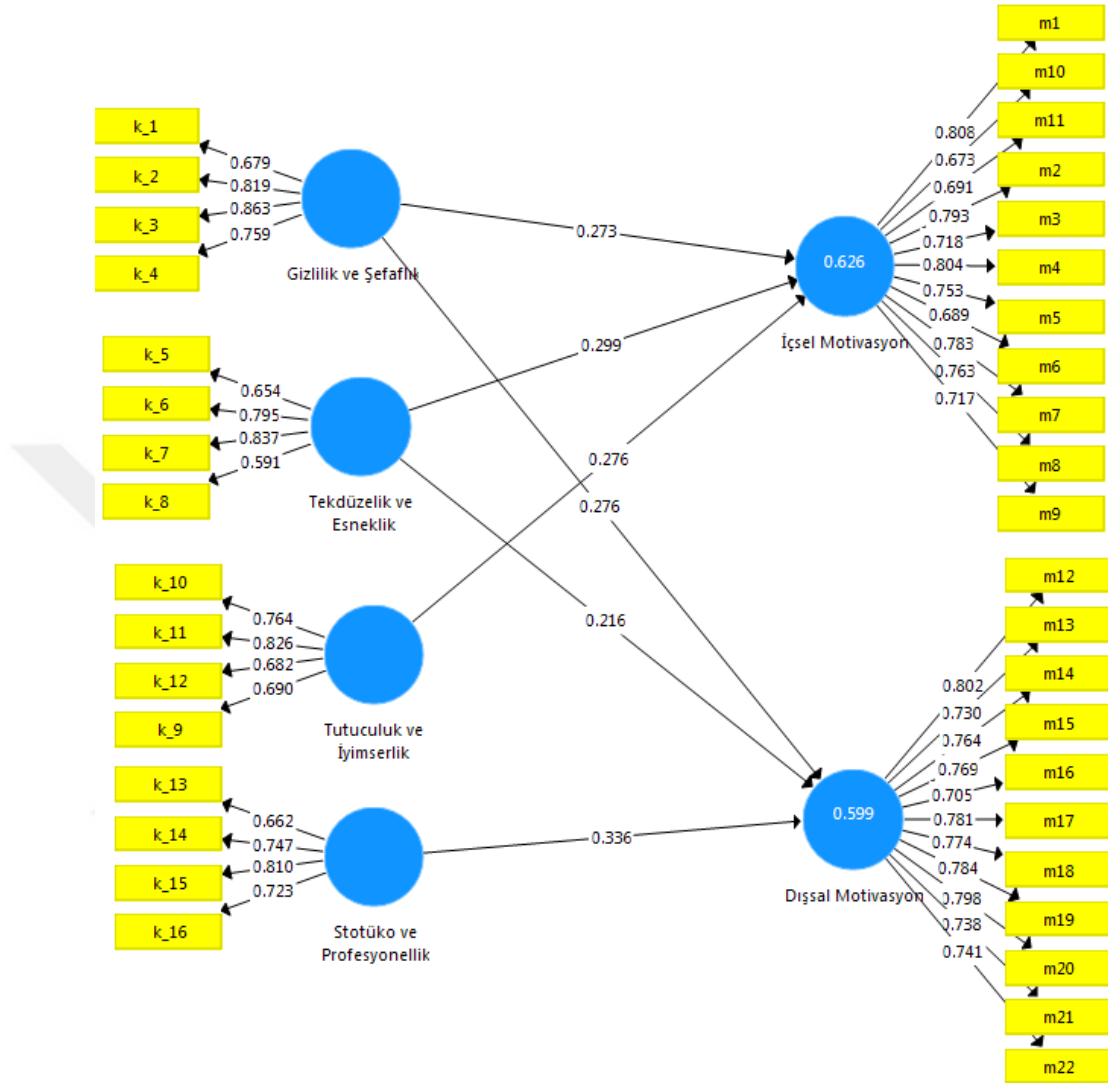
Muhasebe kültürü değerlerinin muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları üzerine etkisine ilişkin oluşturulan araştırma modelinde hipotezlerle ifade edilen parametreler, Löhmoller'in Kısmi En Küçük Kareler Yöntemi (PLS)

¹⁷⁸ Hasan Ayyıldız, Ekrem Cengiz, Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2006, s.64.

¹⁷⁹ Cem Harun ve Harun Şeşen, a.g.e., s.30.

¹⁸⁰ Tom Sander, Teh Phoey Lee, New Challenges of economic and Business Development, University, Riga, 2014, s. 356.

kullanılarak tahmin edilmeye çalışılmıştır.¹⁸¹ Analiz sonuçları Grafik 39'da gösterilmektedir.



Grafik 39. Örtük Değişkenlerle Yol Analizi Diyagram

Grafik 39 çalışmanın başındaki teorik modeli temsil etmektedir. Şekilde görülen daireler, bağımlı değişkeni temsil etmektedir. Ayrıca örtük (gizil) değişkenlerin ok yönündeki örtük değişkeni açıklama oranını ifade etmektedir. Oklar üzerinde yer alan değerler ise regresyon katsayısı (yük değeri) olarak ifade edilmektedir. Bu değerler bir değişkenin diğer bir değişken üzerindeki açıklama düzeyini göstermektedir.

McFarland ve Hamilton'a göre modelin uyumlu olduğunu söyleyebilmek için oluşan katsayıların 0.30 değerinin üzerinde olması gerekmektedir.¹⁸² Yapısal modelde

¹⁸¹ Lohmöller, Jan-Bernd. *Pfadmodelle Mit Latenten Variablen: LVPLSC İst Eine Leistungsfähige Alternative Zu LIDREL*. Hochsch. d. Bundeswehr, Fachbereich Pädagogik, 1981.

yer alan değişkenlere dair Smart PLS programı tarafından hesaplanan birliktelik katsayılarının tümü 0.30'un üzerindedir. Dolayısıyla yapısal modelde yer alan değişkenlerin ve aralarındaki öngörülen ilişkilerin, toplanan araştırma verilerini en uygun şekilde temsil ettiğine kanaat getirilmiştir.

Tablo 54. Tanımlayıcı İstatistikler: Ortalama, Medyan, Minimum ve Maximum Değerleri, Standart Sapma, Kurtosis ve Skewness Değerleri

Değişken	Ortalama	Minimum	Maximum	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık
MÖ 1	4.00	2.00	5.00	0.68	0.21	-0.72
MÖ 2	4.00	2.00	5.00	0.67	0.36	-0.78
MÖ 3	4.00	2.00	5.00	0.70	-0.12	-0.56
MÖ 4	4.00	2.00	5.00	0.73	0.48	-0.92
MÖ 5	4.00	2.00	5.00	0.72	-0.14	-0.73
MÖ 6	4.00	2.00	5.00	0.74	0.31	-0.87
MÖ 7	4.00	3.00	5.00	0.65	-0.67	-0.54
MÖ 8	5.00	2.00	5.00	0.72	0.06	-0.88
MÖ 9	4.00	3.00	5.00	0.65	-0.69	-0.45
MÖ 10	4.00	2.00	5.00	0.78	-0.42	-0.36
MÖ 11	4.00	2.00	5.00	0.73	-0.61	-0.27
MÖ 12	4.00	2.00	5.00	0.66	0.44	-0.36
MÖ 13	4.00	2.00	5.00	0.74	0.03	-0.36
MÖ 14	4.00	2.00	5.00	0.66	0.73	-0.46
MÖ 15	4.00	3.00	5.00	0.72	-1.09	-0.17
MÖ 16	4.00	2.00	5.00	0.72	-0.22	-0.29
MÖ 17	4.00	2.00	5.00	0.67	0.21	-0.69
MÖ 18	4.00	2.00	5.00	0.72	0.86	-0.52
MÖ 19	4.00	3.00	5.00	0.66	-0.75	-0.28
MÖ 20	5.00	2.00	5.00	0.75	0.37	-0.96
MÖ 21	4.00	2.00	5.00	0.69	-0.18	-0.42
MÖ 22	4.00	2.00	5.00	0.71	0.28	-0.62
KÖ 1	4.00	1.00	7.00	1.35	0.36	-0.23
KÖ 2	6.00	1.00	7.00	1.44	0.59	-0.87
KÖ 3	6.00	1.00	7.00	1.33	0.67	-0.79
KÖ 4	6.00	2.00	7.00	1.09	0.67	-0.98
KÖ 5	5.00	1.00	7.00	1.32	0.64	-0.37
KÖ 6	6.00	1.00	7.00	1.49	0.39	-0.83
KÖ 7	6.00	1.00	7.00	1.40	0.00	-0.72
KÖ 8	6.00	2.00	7.00	1.03	1.68	-1.09
KÖ 9	5.00	1.00	7.00	1.23	0.65	-0.35
KÖ 10	6.00	1.00	7.00	1.34	-0.14	-0.58
KÖ 11	6.00	1.00	7.00	1.41	0.29	-0.74
KÖ 12	6.00	2.00	7.00	1.09	0.55	-0.82
KÖ 13	5.00	1.00	7.00	1.45	-0.27	-0.27
KÖ 14	6.00	1.00	7.00	1.39	0.05	-0.74
KÖ 15	5.00	1.00	7.00	1.43	0.29	-0.72
KÖ 16	6.00	2.00	7.00	1.06	1.11	-1.09

¹⁸² McFarland D.J., Hamilton, D. Adding Contextual Specificity To the Techhonology Acceptance Model, Computers in Human Behavior, *Article in Pres*, Vol. 39 pp. 2004, s.439.

Alan araştırmasından elde edilen veriler istatistiki testlere tabi tutulmadan önce verilerin normal dağılıp dağılmadığı, doğrusallığı gibi yönlerden ön kontrolleri yapılmıştır. Yapılan bu ön kontroller neticesinde elde edilen sonuçlar ise, Tablo 54’de rapor edilmiştir.

Tablo 54’de görüldüğü üzere, motivasyon değişkenlerine verilen cevaplar da standart sapması en yüksek ortalamaya sahip değişken 0.78 ile 10’uncu ve standart sapması en düşük ortalamaya sahip 0.65 ile 7 ve 9’uncu değişkenler olmuştur. Kültür için standart sapması en yüksek ortalamaya sahip değişken 1.49 ile 6’ncı ve standart sapması en düşük ortalamaya sahip değişken 1.03 ile 8’inci değişken olmuştur.

Basıklık ve çarpıklık değerleri +2 ve -2 rakamları arasında yer almıştır. Bu yüzden veri seti de normal dağılımı sağlamaktadır.

Değişkenlere verilen cevapların ortalaması motivasyon için 8’inci ve 20’inci değişken de 5 (çok önemli) iken, geriye kalan tüm motivasyon değişkenlerin de 4(önemli) seçeneği olmuştur. Kültür için 1’inci değişken de 4(kararsızım), 5, 9, 13 ve 15’inci değişkenler de (biraz katılıyorum) iken, geriye kalan kültür değişkenlerin de 6(çoğunlukla katılıyorum) olmuştur.

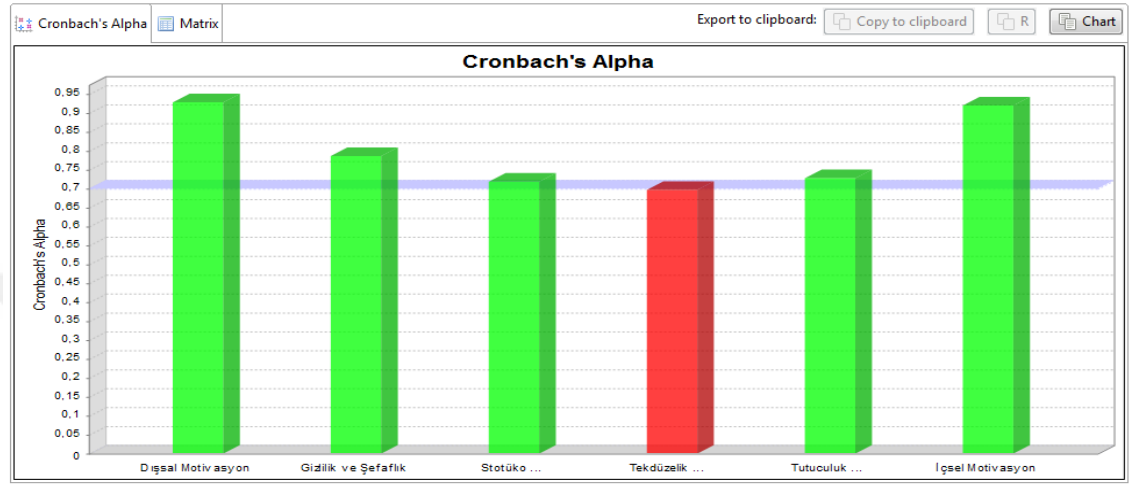
Değişkenlere verilen cevaplar da motivasyon için minimum değer 7, 9, 15, 19’uncu değişkenler de 3(az önemli) iken, diğer tüm motivasyon değişkenlerin de 2(önemsiz) seçeneği olmuştur. Kültür için 4, 8, 12, 16’ncı değişkenler de 2(çoğunlukla katılmıyorum) iken, diğer tüm kültür değişkenlerin de 1(hiç katılmıyorum) seçeneği olmuştur. Maximum değer motivasyonun tüm değişkenleri için 5(çok önemli) iken, kültür için 7(tamamen katılıyorum) olmuştur.

Sonuç olarak alan araştırmasından elde edilen verilerin kabul edilebilir referans aralıklarında bulunduğu, istatistiki analizler için elverişli olduğu, analiz sonuçlarını olumsuz etkileyecek herhangi bir çarpıklık, basıklık değerine sahip olmadığı ve dikkat çeken herhangi bir uç değer bulunmadığı görülmüştür. Yapılan bu kontroller sonunda araştırmanın hipotezlerini test etmek üzere istatistiki analizlere geçilmiştir.

Tablo 55. Cronbach's Alpha Değerleri

Boyutlar	Cronbach's Alpha	Standart Sapma	P Değeri
Dışsal Motivasyon	0.92	0.07	0.00
Gizlilik yerine Şeffaflık	0.78	0.03	0.00
Statükoculuk yerine Profesyonellik	0.71	0.04	0.00
Tekdüzelik yerine Esneklik	0.697	0.07	0.00
Tutuculuk yerine İyimserlik	0.72	0.06	0.00
İçsel Motivasyon	0.92	0.04	0.00

Cronbach's Alpha

**Grafik 40. Cronbach's Alpha Değerleri Çubuk Grafiği**

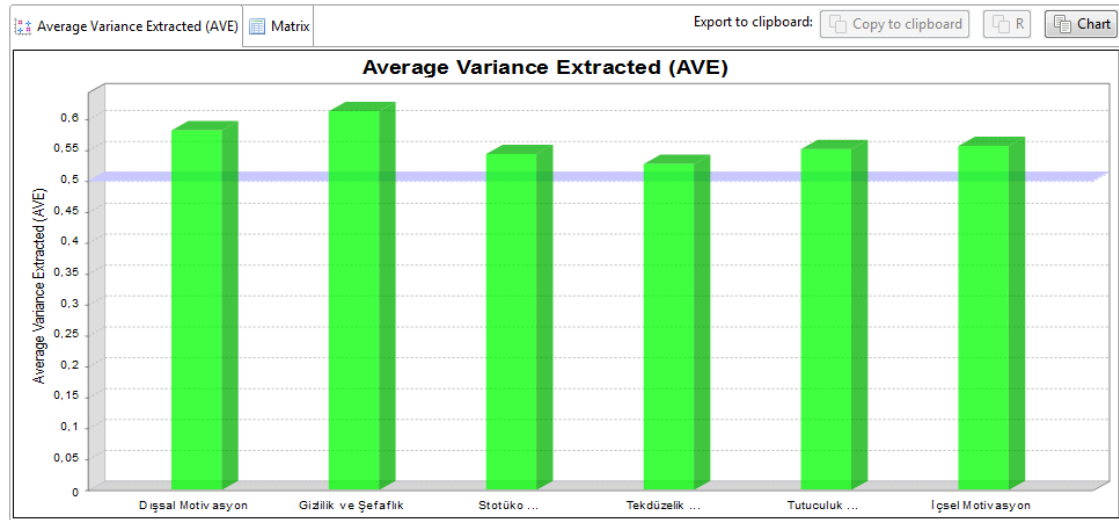
Cronbach Alpha değeri ölçüm modellerinin güvenilirliğini göstermektedir. Cronbach Alpha değerlerinin 0.70'in üzerinde olması her bir faktörü ölçmekte kullanılan değişkenlerin sadece tek bir faktörü ölçtüğü göstermektedir.

Tablo 55'in sonuçlarına göre, içsel motivasyon ve dışsal motivasyon 0.92'lik Cronbach Alpha da en yüksek güvenilirlik değerini almışlardır. Gizlilik yerine Şeffaflık 0.78, Statükoculuk yerine Profesyonellik 0.71 ve Tutuculuk yerine İyimserlik ise 0.72'lik güvenilirlik değeri almıştır. Tekdüzelik yerine Esneklik ise, 0.697'lik Cronbach Alpha güvenilirlik değeri ile 0.70'in altında kalmış olsa da bu değere çok yakın olduğu için güvenilirlik değerinin geçerli olduğu varsayılmıştır. Sonuç olarak, araştırma modelinin tüm boyutlarının Cronbach Alpha'nın güvenilirlik şartını sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 56. Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE) Değerleri

Boyutlar	AVE Değeri	Standart Sapma	P Değeri
Dışsal Motivasyon	0.58	0.05	0.00
Gizlilik ve Şeffaflık	0.61	0.03	0.00
Statüko ve Profesyonellik	0.54	0.06	0.00
Tekdüzelige ve Esneklik	0.52	0.06	0.00
Tutuculuk ve İyimserlik	0.55	0.05	0.00
İçsel Motivasyon	0.55	0.04	0.00

Average Variance Extracted (AVE)



Grafik 41. Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE) Değerleri Çubuk Grafiği

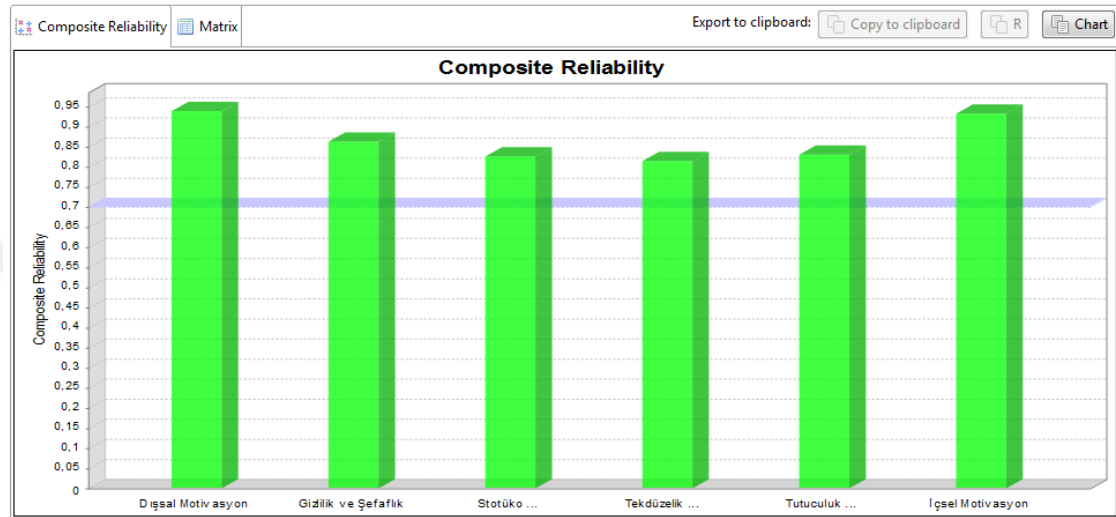
Yansıtıcı ölçme modelinin geçerlilik değerlendirmesi ayırt edici ve yakınsak geçerlilik üzerinde durmaktadır. Araştırmacılar yakınsak geçerlilik için, elde edilen ortalama varyansa (AVE) bakmak zorundadırlar. Fornell ve Larcker'a göre, 0.50 ve yukarısında değer alan bir AVE değeri, yeterince yakınsak geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Yani, gizil değişkenlerdeki varyansların yarısından fazlasının açıkladığının bir göstergesidir. Gizil bir yapının yapısal modelde başka bir gizil değişkenle kıyaslandığında belirlenen göstergelerle daha fazla varyans paylaştığını varsaymaktadır. Ayrımcılık geçerliliği için latent yapıların korelasyonu ve AVE'nin karekökü olan iki önlem alınmıştır. Korelasyon değeri her bir yapı için, ölçüm modelinin geçerliliğini elde etmek adınadır ve AVE'nin karekökünden düşük olmalıdır.¹⁸³

Tablo 56'nin sonuçlarına göre, Gizlilik yerine şeffaflık 0.61'lik çıkarılan ortalama varyans değeri ile en yüksek yakınsak geçerlilik ve ayırt edici değere sahiptir. Statükoculuk yerine profesyonellik 0.54, tutuculuk yerine iyimserlik 0.55, içsel motivasyon 0.55 ve dışsal motivasyon 0.58'lik yakınsak geçerlilik ve ayırt edici değere sahiptir. Tekdüzelik yerine esneklik ise, 0.52'lik çıkarılan ortalama varyans değeri ile en düşük yakınsak geçerlilik ve ayırt edici değere sahiptir. Sonuç olarak analizimiz geçerlilik ve güvenilirlik uyum kriterlerini sağlamıştır, yorumu yapabilir.

¹⁸³ Afthanorhan, W.M. A Comparison of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis. International Journal of Engineering Science and Innovative Technology, 2(5), 2013, s.200.

Tablo 57. Bileşik Güvenilirlik (CR) Değerleri

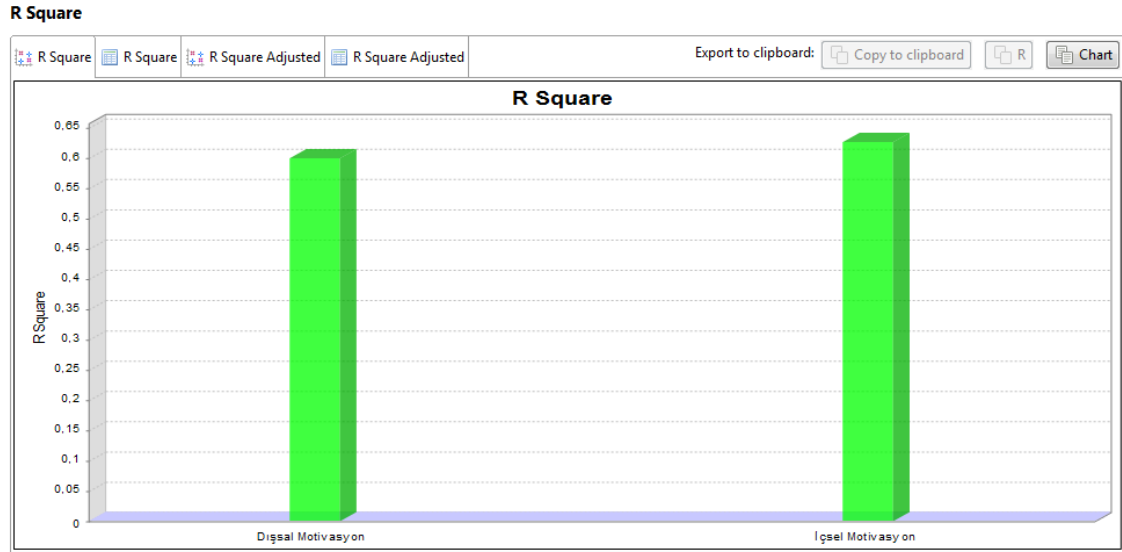
Boyutlar	CR Değeri	Standart Sapma	P Değeri
Dışsal Motivasyon	0.93	0.04	0.00
Gizlilik ve Şeffaflık	0.86	0.02	0.00
Statüko ve Profesyonellik	0.82	0.09	0.00
Tekdüzelğe ve Esneklik	0.81	0.03	0.00
Tutuculuk ve İyimserlik	0.83	0.02	0.00
İçsel Motivasyon	0.93	0.05	0.00

Composite Reliability**Grafik 42. Bileşik Güvenilirlik (CR) Değerleri Çubuk Grafiği**

Yapılan araştırmada iç tutarlılık güvenilirliğinin hesaplanmasında birleşik güvenilirlik CR (CR; Composite Reliability) değeri uyum iyiliği kriteri olarak kullanılmıştır. Composit Reliability de iç tutarlılık uyum iyiliği kriteri eşiği 0.70'dir. Tablo 3.53'ün sonuçlarına göre, içsel motivasyon ve dışsal motivasyon Composite Reliability de 0.93'le en yüksek iç tutarlılık uyum iyiliği kriteri değerini almışlardır. Gizlilik yerine Şeffaflık 0.86, statükoculuk yerine Profesyonellik 0.82 ve Tutuculuk yerine İyimserlik ise 0.83'lük iç tutarlılık uyum iyiliği kriteri değerini almışlardır. Tekdüzelik yerine Esneklik ise, 0.81'le en düşük iç tutarlılık uyum iyiliği kriteri değerini almıştır. Sonuç olarak, yapılan araştırmada birleşik güvenilirlik (Composit Reliability) değerinin iç tutarlılık uyum iyiliği eşiği olan 0.70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda iç tutarlık uyum iyiliği eşiğine uymayan kriter bulunmamaktadır.

Tablo 58. Muhasebe Kültürü Değerinin R² Değerleri

Boyutlar	R ²	Standart Sapma	P Değeri
Dışsal Motivasyon	0.59	0.06	0.00
İçsel Motivasyon	0.62	0.09	0.00



Grafik 43. R² Değerleri Çubuk Grafiği

İçsel belirleme katsayısı olan R² değeri modelin tahmini doğruluğunu ifade eden bir ölçüttür. R² değeri dışsal değişkeninin içsel değer üzerindeki toplam etkisini temsil etmektedir. Bu etki 0 ile 1 arasında tahmini doğruluğu sağlamaktadır. Hair ve diğerlerine göre, R² değeri 0.75 iyi, 0.50 orta, 0.25 ise zayıf seviyeyi göstermektedir.¹⁸⁴ Yol katsayıları ise, etkinin boyutunu ifade etmektedir. Ancak modeller arasındaki etki boyutları kıyaslamada çok fayda sağlamamaktadır. Bunun nedeni, açıklayıcı değişken sayısından ve aralarındaki korelasyonlardan etkilenmelerinden kaynaklanmaktadır. Çözüm olarak Cohen etki boyutu kabul edilmektedir. Cohen etki boyutuna göre 0.35, 0.15 ve 0.02'nin üzerinde sırasıyla güçlü, orta ve zayıf etki olarak kabul edilmektedir.¹⁸⁵ Bu değerlendirmeler göz önünde tutulduğunda, Tablo 3.54 ve Şekil 3.5'de model genel olarak incelendiğinde modeldeki içsel belirleme katsayısı olan R² dışsal motivasyon için 0.59, içsel motivasyon için 0.62'dir. Sonuç olarak içsel belirleme katsayısı içsel ve dışsal motivasyon için orta düzey değerler almış ve bu değerlerin 1'e çok yaklaşmaması araştırmanın yol modelinin tahmini orta düzey etkiye sahip oldukları görülmektedir.

¹⁸⁴ Joseph Hair, Marko Sarstedt, Donna, Smith, Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 2014. s.114.

¹⁸⁵ Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sinkovics, R.R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *New Challenges to International Marketing*, 20, s.186

Tablo 59. Dış Model İstatistikleri

	Dışsal Motivasyon	Gizlilik yerine Şeffaflık	Statüko yerine Profesyonellik	Tekdüzelik yerine Esneklik	Tutuculuk yerine İyimserlik	İçsel Motivasyon
MÖ 1						0.80
MÖ 2						0.79
MÖ 3						0.71
MÖ 4						0.80
MÖ 5						0.75
MÖ 6						0.69
MÖ 7						0.78
MÖ 8						0.76
MÖ 9						0.71
MÖ 10						0.67
MÖ 11						0.69
MÖ 12	0.80					
MÖ 13	0.73					
MÖ 14	0.76					
MÖ 15	0.77					
MÖ 16	0.70					
MÖ 17	0.78					
MÖ 18	0.77					
MÖ 19	0.78					
MÖ 20	0.79					
MÖ 21	0.73					
MÖ 22	0.74					
KÖ 1		0.67				
KÖ 2		0.81				
KÖ 3		0.86				
KÖ 4		0.75				
KÖ 5				0.65		
KÖ 6				0.79		
KÖ 7				0.83		
KÖ 8				0.60		
KÖ 9					0.65	
KÖ 10					0.75	
KÖ 11					0.84	
KÖ 12					0.70	
KÖ 13			0.67			
KÖ 14			0.73			
KÖ 15			0.80			
KÖ 16			0.72			

Tablo 59’da standardize edilmiş yükleri(regresyon katsayısı) hesaplanarak yakınsak geçerlilik analiz edilmiştir. Bu analiz sonucuna göre, dışsal motivasyon için açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.80’dir, açıklama gücü en düşük değer ise 0.70’dir. Gizlilik yerine şeffaflık için açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.86’dır, açıklama gücü en düşük değer ise 0.67’dir. Statükoculuk yerine profesyonellik için açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.80’dir, açıklama gücü en düşük değer ise 0.67’dir.

Tekdüzecilik yerine esneklik için açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.83'dür, açıklama gücü en düşük değer ise 0.60'dır. Tutuculuk yerine iyimserlik için açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.84'dür, açıklama gücü en düşük değer ise 0.65'dir. İçsel motivasyonda ise, açıklama gücüne sahip standardize edilmiş en yüksek değer 0.80'dir, açıklama gücü en düşük değer ise 0.67'dir. Sonuç olarak yük değerleri 0.60'ın üzerinde olduğu için, değişkenlerin standardize bir yüklemeye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 60. Çapraz Doğrulanmış Yapı Geçerliliği ($Q_i^{1/2}$) Değerleri

	SSO	SSE	$Q_i^{1/2}$
Dışsal Motivasyon	1,078.000	1,078.000	
Gizlilik yerine Şeffaflık	392.000	194.697	0.503
Statükoculuk yerine Profesyonellik	392.000	227.497	0.420
Tekdüzecilik yerine Esneklik	392.000	239.217	0.390
Tutuculuk yerine İyimserlik	392.000	220.142	0.438
İçsel Motivasyon	1,078.000	1,078.000	

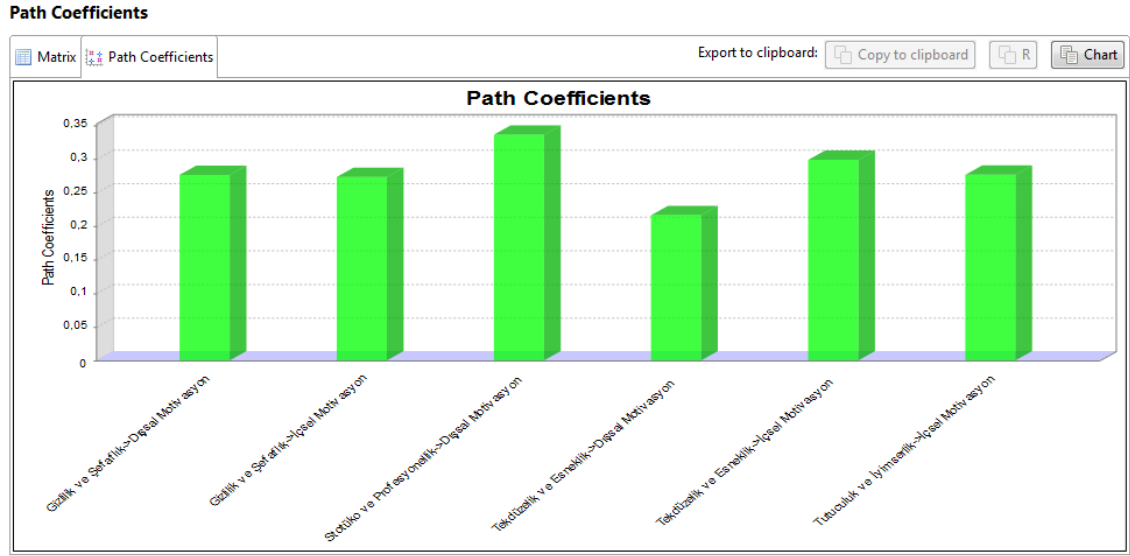
Q^2 değeri sıfır ile kıyaslanmaktadır ve sıfırın üzerinde olmalıdır. Modelin açıklayıcılık düzeyini göstererek modelin tahmini açıklayıcılık özelliğini ifade etmektedir.¹⁸⁶

Tablo 60'a göre, gizlilik yerine şeffaflık 0.503'lük değere, statükoculuk yerine profesyonellik 0.420'lik değere, tekdüzecilik yerine esneklik 0.390'lık değere ve tutuculuk yerine iyimserlik 0.438'lik değere sahiptir. Modele ilişkin değerlerin hepsi sıfırın üzerinde olduğu için araştırma modelinin tahmini açıklayıcılık özelliğinin olduğu söylenebilir.

Tablo 61. Yol Katsayısı Değerleri

	β Yol Değeri	Standart Sapma	T Değeri	P Değeri
Gizlilik yerine Şeffaflık → Dışsal Motivasyon	0.27	0.05	9.87	0.00
Statükoculuk yerine Profesyonellik → Dışsal Motivasyon	0.33	0.06	9.81	0.00
Tekdüzelik yerine Esneklik → Dışsal Motivasyon	0.21	0.05	9.67	0.00
Tutuculuk yerine İyimserlik → Dışsal Motivasyon				
Gizlilik yerine Şeffaflık → İçsel Motivasyon	0.27	0.04	11.86	0.00
Statükoculuk yerine Profesyonellik → İçsel Motivasyon				
Tekdüzecilik yerine Esneklik → İçsel Motivasyon	0.29	0.04	12.22	0.00
Tutuculuk yerine İyimserlik → İçsel Motivasyon	0.27	0.05	11.36	0.00

¹⁸⁶ Joseph Hair, Marko Sarstedt, Donna, Smith, Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 2014. s.114.



Grafik 44. Yol Katsayısı Değerleri Çubuk Grafiği

Tablo 61'e modele ait değişkenler arasındaki ilişkiler ve etkileme düzeyleri yer almaktadır. Buna göre, gizlilik yerine şeffaflık dışsal motivasyonu 0.27 düzeyinde etkilemiştir. Statükoculuk yerine profesyonellik dışsal motivasyonu 0.33'le en yüksek düzeyde etkileyendir. Tekdüzelik yerine esneklik dışsal motivasyonu 0.21 düzeyinde etkilemiştir. Bu etkiler doğrultusunda, muhasebe kültürü düzeylerinden gizlilik yerine şeffaflığın, statükoculuk yerine profesyonelliğin ve tekdüzelik yerine esnekliğin dışsal motivasyon üzerine pozitif yönde anlamlı etkisi vardır. Tutuculuk yerine iyimserliğin yol katsayısı 0.05'in üzerinde olduğu için anlamsızdır.

Gizlilik yerine şeffaflık içsel motivasyonu 0.27 düzeyinde etkilemiştir. Tutuculuk yerine iyimserlik içsel motivasyonu 0.27 düzeyde etkileyendir. Tekdüzelik yerine esneklik içsel motivasyonu 0.29 düzeyinde etkilemiştir. Bu etkiler doğrultusunda, muhasebe kültürü düzeylerinden gizlilik yerine şeffaflığın, tutuculuk yerine iyimserliğin ve tekdüzelik yerine esnekliğin dışsal motivasyon üzerine pozitif yönde anlamlı etkisi vardır. Statükoculuk yerine profesyonellik yol katsayısı 0.05'in üzerinde olduğu için anlamsızdır.

Bu bilgiler ışığında araştırma hipotezlerinin sonuçları Tablo 62'de verilmiştir.

Tablo 62. Hipotez Sonuçları

	Hipotezler	Sonuç
H _{1.1}	Statükoculuk yerine Profesyonelliğin İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Red
H _{1.2}	Statükoculuk yerine Profesyonelliğin Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H _{1.3}	Tekdüzecilik yerine Esnekliğin İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H _{1.4}	Tekdüzecilik yerine Esnekliğin Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H _{1.5}	Tutuculuk yerine İyimserliğin İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H _{1.6}	Tutuculuk yerine İyimserliğin Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Red
H _{1.7}	Gizlilik yerine Şeffaflığın İçsel Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H _{1.8}	Gizlilik yerine Şeffaflığın Dışsal Motivasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul

SONUÇ VE ÖNERİLER

Muhasebe işlem sürecinde sayısal veriler önemliliği olduğu kadar insan faktörü de önemlidir. Çünkü işlenmemiş halde muhasebeye gelen sayısal verilerin toplanması, ayrılması, düzenlenmesi ve işlenmesi gibi işlemler muhasebe bürolarında bulunan insanlar taraf yapılmaktadır. Bu kapsamda verilerin en hızlı, en doğru ve en iyi şekilde işlenebilmesi için insan faktörünün motivasyonunun en üst seviyede olması gerekmektedir.

Muhasebe meslek mensuplarının motivasyon seviyeleri her bir muhasebe bürosuna göre farklılık gösterebilmektedir. Muhasebe bürolarında çalışan bireylerin motivasyonunu ruh hali, eğitim seviyeleri, iş yerindeki çalışma şartları, diğer çalışanların davranışları, ücretler, iletişim ve işveren yaklaşımları etkilemektedir. Muhasebe meslek mensuplarının motivasyonuna etki eden faktörlerden biri de kültürdür. Kültür olgusu oldukça geniş bir içeriğe sahiptir. Toplumu oluşturan ve toplum değerleri içerisinde yer alan inançları, dil, din, toplumsal alışkanlıkları, tutumlar ve davranışları kapsar. Bu doğrultuda bakıldığında motivasyon ve kültür arasında önemli bir etkileşim olması beklenir. Toplumsal kültürün bir alt unsuru da örgüt kültürüdür. Örgütlerde var olan kültürel özellikler o örgütlerde çalışan bireylerin motivasyon düzeylerini etkilemesi varsayılmaktadır.

Çalışmada bu varsayımdan hareketle örgüte hakim olan kültürel değerlerin o örgütteki bireylerin motivasyonlarını etkileyip etkilemediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Hofstedenin ortaya koymuş olduğu kültürün beş boyutundan yola çıkarak bu boyutları muhasebeye uyarlayan Gray'in, 'muhasebe kültürü değerleri'nin muhasebe bürolarında çalışan bireylerin içsel ve dışsal motivasyonları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Muhasebe kültür değerleri "Statükoculuk yerine Profesyonellik", "Tekdüzelik yerine Esneklik", "Tutuculuk yerine İyimserlik", ve "Gizlilik yerine Şeffaflık" değerleridir.

Muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonunu ile çalıştıkları örgütlerdeki kültür eğilimleri ölçülmüştür. Muhasebe bürolarında gerçekleştirilen araştırma neticesinde profesyonellik boyutu aritmetik olarak öne çıkmıştır. Yol analizi neticesinde de dışsal motivasyonun profesyonellikten doğrudan ve pozitif olarak etkilendiği tespit edilmiştir. Muhasebe bürolarında profesyonellik, çalışanların kendi

işlerini yaparken muhasebe büroları yöneticilerinin istekleri değil profesyonel kaidelerin hüküm sürmesi demektir. Profesyonelliğin içsel motivasyon üzerinde etkili olmaması da açıklanabilir bir sonuçtur. Profesyonellik doğrudan iş yapma şekilleriyle ilgili olduğu için çalışanların öncelikle örgütten bekledikleri etkilerle ilgilidir. Dolayısıyla dışsal motivasyonu doğrudan etkilemektedir. Muhasebe meslek mensupları profesyonellik beklentisi içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç ile birlikte muhasebe meslek mensuplarına, TURMOB içerisinde yer alan profesyonel muhasebeciler ve muhasebe odalarında ele alınıp anlatılan eğitimler doğrultusunda profesyonel yaklaşım anlatılmalı ve artırılmalıdır.

“Tekdüzeliğe karşı Esneklik” muhasebe bürolarının aynı muhasebe uygulamalarını ve uygulamaların devamlılığını sürdürülmesi için büroların durumları ile bağlantılı muhasebe uygulamalarını tercih edebilme ve kullanabilme olarak tanımlanmıştır. Esnekliğin yüksek seviyelerde olduğu muhasebe bürolarında meslek mensupları içsel ve dışsal motivasyonlarının yüksek olabilmektedir. Dolayısıyla çalışanların esnek yapı beklentisi içerisinde olduklarını görülmektedir. Muhasebe meslek mensuplarının esnekliği seçmelerinin sebebi iş sürecinin yoruculuğundan kaynaklanabilir. Bu durum meslek mensuplarının yaygın olan tek tip uygulamaların ve tek düze çalışma şartlarının işlerini zorlaştırdığının göstergesi olabilir. Esnekliğe sahip olan meslek mensupları kendilerini daha iyiye yöneltecek işlev, işleyiş ve programları deneme yanılma yoluyla bulabilecek ve kendileri için en doğru olan çalışma sistemlerini kullanmaya başlayacaklardır. Bu doğrultuda esnekliği destekleyici adımların atılması ve vergi kanunlarının hazırlanması önerilebilir.

“Gizlilik yerine Şeffaflık” boyutu, mali tablolarda ne tür bilginin yer alması gerektiğine değinmektedir. Mali tablolarda gizlilik ne kadar fazla olur ise mali tablolardaki bilgi miktarı da o derece az olacaktır. Şeffaflığın yüksek olması hem içsel hem de dışsal motivasyonu doğrudan olumlu etkilemektedir. Muhasebe meslek mensuplarının gizlilik tutumunun iş yükünün daha az olmasına rağmen iş yükü fazla olan şeffaflık tutumuna yönelmeleri genel olarak mali tablolar içerisinde yer alan bilgilerin güvenilirliğinin artması ve herkes için genel geçer olması isteğine sahip olmalarından kaynaklanabilir. Şeffaflığın artırılabilmesi için yeni kanunlar ve zorunlukların uygulanmaya alınabilir. Bunun sonucunda ise meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyonları artırılabilir ve daha verimli çalışmaları sağlanabilir

“Tutuculuk yerine İyimserlik” risk almayı seven, gelecek belirsizlikleri yok edebilmek ve daha olumlu bir yaklaşımı tercih etme şekli ve iyimser bir kültür boyutudur. İyimserliğin yüksek seviyelerde olması içsel ve dışsal motivasyonun yükselmesini sağlamaktadır. Kültürel açıdan ve uzun yıllar hem ekonomik hem de siyasi belirsizlikler içerisinde yaşayan toplum üyelerinin bir parçası olan muhasebe meslek mensupları tutuculuğa daha yakın tutum sergilemeleri beklenirken iyimserlik beklentileri olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu durum sonucunda son yıllarda yapılan uygulamaların ve düzenlemelerin bireylerin motivasyonlarını artırdığı sonucuna ulaşılabilir. Uygulamalar ve düzenlemeler daha da iyileştirilebilir ve iyimserlik ortamı artırılabilir.

Muhasebe kültürü açısından önemli bir yere sahip olan muhasebe sistemleri genel manada meslek mensuplarının iş yapış şekillerini ve çalışma motivasyonlarını etkilemektedir. Uyumlaştırma süresince uluslararası standartlara ulaşmak ve hatta üzerinde bir muhasebe sistemi elde etmek meslek mensuplarının profesyonellik, esneklik, şeffaflık ve iyimserlik hallerini artırabilir ve sonuç olarak kalite elde edilebilir.

Araştırma konusu Türkçe literatürde muhasebe kültürü düzeylerinin (Statükoculuk yerine Profesyonellik”, “Tekdüzecilik yerine Esneklik”, “Tutuculuk yerine İyimserlik”, ve “Gizlilik yerine Şeffaflık” düzeyinin, muhasebe meslek mensuplarının, içsel ve dışsal motivasyonu üzerine etkisi, Smart PLS istatistik paket programı ile ölçülüp yorumlanmış ve benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan yapılan çalışma literatüre ve araştırmalara katkı sağlayacaktır.

Bu konuda yapılacak yeni araştırmalarla muhasebe kültürünün motivasyon üzerindeki etkisi daha fazla doğrulanabilir. Araştırmacılara değişik örneklerde bu sonuçların doğrulaması çalışmalarını yapmak önerilebilir. Diğer taraftan muhasebe bürosu sahiplerine ve yöneticilerine bürolarında şeffaflığı, esnekliği, iyimserliği ve profesyonelliği artırıcı uygulamalar gerçekleştirerek çalışanların motivasyonlarını artıracakları önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Abongwa, A., (2005), *An Empirical Investigation of the Relationship Between Culture and Accountants' Attitude Towards the Harmonization of International Accounting Standards in United States of America and Cameroon*, Doktora Tezi, Nova Southeastern University.
- Afthanorhan, W.M.A, (2013), Comparison of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology*, 2(5).
- Akat, İ., (1994), Gülay Budak, *İşletme Yönetimi*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Arslan, M., (2004), "Kültürel Bağlamda Din", *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*.
- Arslanoğlu, İ., (2000), "Kültür ve Medeniyet Kavramları." *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*.
- Arzova, B., (2001), "Motivasyon Artırmada En Önemli Pay Yöneticilerindir", *Ekopol: Ekonomi, Politika, Kültür ve Sanat Dergisi*, Sayı:9, Ocak-Mart, 20-21.
- Aycan, Z., (1998), "IX. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları: Endüstri ve Örgüt Psikolojisinde Toplumsal Kültürün Yeri", *Türk Psikologlar Derneği*.
- Aycan, Z., (2000), *Türkiye'de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları*, Türk Psikologlar Derneği.
- Ayyıldız, H., Cengiz, E., (2006), Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Bakan, İ., (2004), *Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Bakan, İ., (2008), *Örgüt Kültürü ve Liderlik Türlerine İlişkin Algulamalar İle Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması*, *KMU İİBF Dergisi Yıl:10 Sayı:14*.
- Barutçu, S., Sezgin, S., (2012), Satış Yönetimi Sürecinde Motivasyon Araçları ve Etki Düzeyleri: Tıbbi Satış Temsilcileri Üzerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C:4, S:2.
- Bingöl, D., (1990), *Personel Yönetimi ve Beşeri İlişkiler*, Beta Yayınları, Erzurum.
- Birdal, İ., Aydemir, N., (1992), *Yönetim Teorileri*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Bitlisli, F., (2010), *Uluslar Arası Muhasebe Standartlarının Uyumlaştırılmasında Kültürün Etkisi*, Isparta.
- Bozkurt, G., (1999), *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, 8. Baskı, İstanbul.

- Bozkurt, T., (1996), "İşletmelerde Kültürel Varsayımlar Üzerine Bir Kıyaslama", *IX. Toplumsal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmalar Dergisi*, Psikologlar Derneği, Ankara.
- Can, H., (1997), *Organizasyon ve Yönetim*, Siyasal Kitabevi Ankara.
- Can, H., (2002), *Organizasyon ve Yönetim*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Chanchani, S., Macgregor, S., (1999), "A Synthesis of Cultural Studies in Accounting", *Journal of Accounting Literature*, 18.
- Coşkun, M., (2012), "Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu.", *Batman University Journal of Life Sciences*.
- Cuche, D., (2013), (Çev: Turgut ARNAS), *Sosyal Bilimlerde Kültür Kavramı*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Çakır, M., (2010), "Kültürlerarası İletişimin Bir Yönü: Özün Ötekileştirilerek Yabancılaştırılması", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, S.1.
- Çavuşoğlu, A., (2011), *Kültür ve Zihniyet*, Laçın Yayınları, Kayseri.
- Çelik, M., (1997), "İşletmelerde Kalite Geliştirme Ve Kalite Çemberleri", Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yayını.
- Çetinkanat, C., (2000), *Örgütlerde Güdülenme Ve İş Doyumu*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Çiçek, D., (2015), "Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma", Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- de Mooij, M., Hofstede, G., (2002), Convergence and Divergence In Consumer Behavior: Implications for International Retailing, *Journal of retailing*, V.78, N.1.
- Dinçer, Ö., (1997), Yahya Fidan, İşletme Bilimine Giriş, Beta Basımevi, İstanbul.
- Doğan, E., (2015), Siyasal Reklamlarda Hofstede'nin Kültürel Boyutlarının Kullanımı: 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi. *University Faculty of Communication Journal/Istanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*.
- Doupnik, T., Tsakumis, G.T., (2004), "A Critical Review of Tests of Gray's Theory of Cultural Relevance and Suggestions for Future Research", *Journal of Accounting Literature*.
- Dursun, Ç., (2005), "Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek İş Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

- Dursun, İ.T., (2013), Örgüt Kültürü ve Strateji ilişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:4.
- Ercan, H., (2000), "Kariyer Yönetiminin Çalışan Motivasyonuna Etkileri Üzerine Bir Araştırma Örneği: Ford Otosan A.Ş. İnönü Fabrikası", Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Erdentuğ, A., (1986), "Kültür Alanı Yaklaşımı", *Bellekten*, 196.
- Erdoğan, İ., (1990), *İşletmelerde Davranış*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Erdoğan, İ., (1996), *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan, İ., (1999), *İşletmelerde Davranış*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Erdoğan, İ., (2004), Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine, *Eğitim Dergisi*, Özel Sayı: Popüler Kültür ve Gençlik.
- Eren, E., (1989), Yönetim Psikolojisi (3. Baskı), İstanbul: İÜ İşletme Fak. İşletme İktisadi Ens. Yay. No. 105.
- Eren, E., (2004), *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Eren, E., (2010), *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Ergül, H.F., (2005), Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Güz C.4 S.14 (67-79).
- Erkal, M., (1987), *Sosyoloji*, Filiz Kitabevi Yayını, İstanbul.
- Eroğlu, F., (2000), *Davranış bilimleri*, Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Eroğlu, F., (2004), *Davranış Bilimleri*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Eroğlu, F., (2015), *Davranış Bilimleri*, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Ertürk, M., (2000), *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul.
- Forsyth, P., (2006), *Yaratıcı Motivasyon Teknikleri*, Çeviren Derya DEMİRAY, Kaizen Resital Yayıncılık, İstanbul.
- Gray, S.J., (1988), Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally, *Abacus*.
- Güney, S., (2011), *Örgütsel Davranış*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Güngör, E., (1990), *Türk Kültürü ve Milliyetçilik*, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

- Gürsoy, A., (2007), "Sağlık ve Sosyal Antropoloji: Çocuk Sağlığının Kültürel Boyutları" *Toplumbilim Dergisi Sağlık Sosyolojisi*, Sayı 13.
- Gürüz, D., Gürel, E., (2006), *Yönetim ve Organizasyon: Bireyden Örgüte, Fikirden Eyleme*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Güvenç, B., (1996), *İnsan ve Kültür*, 7. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Güvenç, B., (1999), *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Güvenç, B., (2002), *İnsan ve Kültür*, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Hailey, V., (1999), "*Managing Culture*", Strategic Human Resource Management, Oxford University Press, Oxford.
- Hair, J., (2014), Marko Sarstedt, Donna, Smith, Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1).
- Harry, C., Mccusker, C., HUI, H., (1990), Multimethod Probes Of Individualism and Collectivism, *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Harun C., Şeşen, H., (2015), "Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları", Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sinkovics, R.R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *New Challenges to International Marketing*, 20.
- Hofstede, G., (1980), "Motivation, Leadership and Organization: Do American Theories Apply Abroad?." *Organizational Dynamics*, 9. 1.
- Hofstede, G., (1991), Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, *Cultures and Organizations: Software Of The Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hofstede, G., (2000), *Cultures Consequences, Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*, İkinci basım, Sage Publications, London.
- Hofstede, G., (2001), *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institution and Organizations Across Nations*, Beverly Hills, Sage Publishing, CA.
- Hofstede, G., (2010), Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, I. *Cultures Et Organisations: Nos Programmmations Mentales*. Pearson Education, France.
- Hofstede, G., (2011), Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*.
- <http://bitkiselumit.blogcu.com/motivasyon-nedir-sartlari-nelerdir/5505043> (10.11.2016)
- <http://w3.gazi.edu.tr/~cafoglu/motivasyon1.htm> (10.11.2016).

- <http://www.gazi.edu.tr/~cafoglu/motivasyon1.htm> (10.11.2016).
- <http://www.psikolojik.gen.tr/motivasyon.html> (10.11.2016).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS (08.11.2016).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KÜLTÜR, (21.10.2016).
- <http://www.uludagsozluk.com/k/belirsizlikten-kaçınma/> (05.11.2016).
- İnceoğlu, M., (1985), *Güdüleme Yöntemleri*, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okul Yayınları, Ankara.
- John Schermerhorn, James Hunt, Richard Osborn, *Basic Organizational Behavior*, John Wiley & Sons. Inc., New York.
- Kaldırmacı, N., (1987), *Motivasyon İçin Anahtar Bir Kavram; Psikolojik Sözleşme, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Erzurum.
- Kaplan, M., (2007), *Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi Ve Bir Uygulama*, Atılım Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Karabınar, S., (2005), *Kültür ve Muhasebe Açısından Muhasebe İklimi*, Seçkin Yay., Birinci Baskı, Ankara.
- Kartarı, A., (2006), *Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim*, Ürün Yayınları, İkinci Baskı, Ankara.
- Kaya, A., (2000), *Japon Yönetim ve Yöneticilik Tarzı*, *Standart*, Sayı: 461.
- Keser, A., (2006), *Çalışma Yardımlaşma Motivasyon*, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Kilmann, R.H., (1974), *The effect of interpersonal values on laboratory training: an empirical investigation. Human Relations.*
- Kim, S.H., (2005), *Kendinizi ve Başkalarını Motive Etmenin 1001 Yolu*, Çeviren; Ali Çimen, 6. Baskı, Timas Yayınları, İstanbul.
- Koçel, T., (1993), *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.
- Koçel, T., (1999), *İşletme Yöneticiliği*, 7. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Koçel, T., (2003), *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınevi, Genişletilmiş 9. Bası, İstanbul.
- Lohmöller, J. (1984), *Pfadmodelle Mit Latenten Variablen: LVPLSC İst Eine Leistungsfähige Alternative Zu LIDREL*. Hochsch. d. Bundeswehr, Fachbereich Pädagogik.
- Lustig, M.W., Koester, J., (2006), *Intercultural Competence : Interpersonal Communication Across Cultures*, Person Education Inc., USA.

- Luthans, F., (1992), *Organizational Behavior*, 6th Edition, New York: McGraw-Hill.
- Macarthur, J.B., (1999), “The Impact Of Cultural Factors On The Lobbying Of The International Accounting Standards Committee On E32, Comparability Of Financial Statements.An Extension Of Macarthur To Accounting Member Bodies”, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol.8, Issue 2.
- Maslow, A., (1970), *Motivation and Personality*, Harper & Publishers, Secont Edition.
- Maslow, A., (2015) *İnsan Olmanın Psikolojisi*, Çeviren: Orhan Gündüz, Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul.
- McFarland D.J., (2004), Hamilton, D. Adding Contextual Specificity To the Techhonology Acceptance Model, *Computers in Human Behavior*, *Article in Pres*, Vol. 39 pp.
- Mullins, R.F., (2002), Don Anderson, For Local İnflammation İn The Formation of Drusen in the Aging Eye. *American Journal of Ophthalmology*.
- Oğuz, E.S., (2011), “Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı” *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Journal of Faculty of Letters Cilt/Volume 28 Sayı/Number 2.
- Oktay, M., (1996), *Davranış Bilimlerine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- Oral, S., Kuşluvan, Z., (1997), Motivasyon Konusunda Oluşturulan Yaklaşımlar ve İşletmelerde Motivasyonu Artırmaya Yönelik Olarak Kullanılan Araçlar. *Verimlilik Dergisi*.
- Orman, Y., (2011), Gökhan Unakıtan, Selen Ufuk, Measuring Employee Expectations in a Strategic Human Resource Management Research: Job Satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.
- Ozankaya, Ö., (1992), Ulusal Toplumun ve Ulusal Kültürün Kurucu Ögeleri, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*.
- Öğüt, A., (2004), Tahir Akgemci, Tahir Demirsel, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İş gören Motivasyonu Süreci, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Öğüt, A., (2008), Ayşe Kocabak, “Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları”, *Türkiye Araştırmaları Dergisi*, C.23, S.1.
- Önen, L., Tüzün, B., (2005), *Motivasyon*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Özalp, (1995), “Uluslararası İşletmecilik: Seçme Yazılar II”, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir.
- Özdaşlı, K., Akman, H., (2012), “İçsel ve Dışsal Motivasyonda Cinsiyet ve Örgütsel Statü Farklılaşması: Türk Telekomünikasyon A.Ş. Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma”, *SDÜ Vizyoner Dergisi*, 4/7.

- Özkalp, E., Kirel, Ç., (2010), *Örgütsel Davranış*, Ekin Basım Yayım Dağıtım, 4. Baskı, Bursa.
- Öztürk, A., (1997), “Yönetim-Kültür İlişkisi ve Türk İşletmelerinin Yönetim Kültürünün Tanınmasına İlişkin Bir Çalışma”.
- Pekel, H.N., (2001), *İşletmelerde motivasyon-verimlilik ilişkisi: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Antalya Havalimanı çalışanları arasında bir örnek olay araştırması*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Perera, H., (1989), “Towards a Framework to Analyse the Impact of Culture on Accounting”, *International Journal of Accounting*, Vol: 24.
- Recht, R., (1998), Celeste Wilderom, Kaizen and Culture: On The Transferability Of Japanese Suggestion Systems, *International business review*.
- Robbins, S., Judge, T., (2003), *Organizational Behavior*, By Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Sabuncuoğlu, Z., (1995), Melek Tüz, *Örgütsel Psikoloji*, Ezgi Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- Sabuncuoğlu, Z., (1998), Melek Tüz, *Örgütsel Psikoloji*, 3. Baskı, Alfa Yayınlar, Bursa.
- Sabuncuoğlu, Z., (2003), Melek Tüz, *Örgütsel Psikoloji*, Furkan Ofset, Bursa.
- Sapancalı, F., (1993), Çalışanların Güdülenmesinde Kullanılan Özendirici Araçlar, *MPM Yayınları Verimlilik Dergisi*.
- Sargut, S., (2001), *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, 2. Basım, Ankara: İmge Kitabevi.
- Schwartz, S. H., Sagie, G, (2000), “Value Consensus and Importance:”, *A Cross-National*.
- Semerci, A.S., (2005), İş Motivasyonu ve Sonuçları: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasında Bir Uygulama, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Ankara, 2005.
- Sığrı, Ü., Tıgılı, M., “Hofstede'nin “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutunun Yönetimsel Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi”, *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, C.22, S.1.
- Solmuş, T., (2000), İnsan Kaynakları Yönetiminde Bir Uygulama Alanı Olarak Motivasyon, *Türk Psikoloji Bülteni*, Sayı 19.
- Soykaner, M., (2008), “Sağlık İşletmelerinde Personelin Performansını Etkileyen Faktörler: Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesinde Örnek Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şimşek, L., (1995), İş Tatmini, *Milli Prodüktivite Merkezi Verimlilik Dergisi*, Ankara.
- Taşdemir, S., (2013) Motivasyon Kavramına Genel Bir Bakış, Motivasyon Araçları Ve Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurumu Ölçeğinde Bir Model Önerisi, *Yüksek Lisans Tezi Bilgi Teknolojileri İletişim Kurumu*.
- Tezcan, M., (1991), *Gençlik Sosyolojisi Yazıları*. Gündoğan Yayınları, Ankara.
- Tezcan, M., (2000), *Türk Ailesi Antropolojisi*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Türkdoğan, O., (1988), *Değişme-Kültür ve Sosyal Çözülme*, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, İstanbul.
- TÜSİAD, (1991), *Türk Toplumunun Değerleri*, Yayın No: Tüsiad - T/9 1,6-145, İstanbul.
- Varıcı, İ., Özdemir, F., (2013), “Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Yönelişin Kültür Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Mali Çözüm İSMMMO*.
- Yakut, H., (2012), Örgütsel Davranışta Kültürler Arası Etik Çalışmaları Üzerine Bir Eleştiri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15.
- Yayla, A., (1999), *Türk Kültür ve Medeniyet Tarihi Ders Notları*, Basılmamış Ders Notu.
- Yeşil, S., (2011), *Uluslar Arası İşletmeler Açısından Kültürel Farklılıklar ve Yönelimi*, Adalet Yayınevi, Ankara.
- Yılmaz, A., (2014), “İş Kazaları ve Kültür: İş Kazalarının Önlenmesinde Kültürel Yaklaşım”, *Electronic Turkish Studies* 9.5.
- Yılmaz, D., (2007), “Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri.” Türkiye’de Kurulmuş Alman Firmalarında Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yılmaz, M.K., (2006), Stres ve Motivasyonun Satış Gücünün İş Tatmini Üzerine Etkisi: Erzurum’daki İlaç Satış Mümessilleri Üzerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Erzurum.



EKLER

EK-1.**ANKET FORMU**

Sayın katılımcı,

Bu anket formu, Yrd. Doç. Dr. Ferhat BİTLİSLİ danışmanlığında hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasının araştırma kısmıyla ilgilidir. Bulgular tamamen bilimsel amaçla kullanılacaktır. Soruları içtenlikle ve tarafsız olarak cevaplandırmanız çalışmanın bilimsel değerini artıracaktır. Anketteki soruları cevaplandırırken maddelerden size en uygun olanı seçiniz. İlginiz ve anketi yanıtlamak için ayırdığınız zaman için teşekkür ederiz.

Eyuphan ÖZDAŞLI

I. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet	Erkek ()	Kadın ()		
Yaşınız	20-25 ()	26-30 ()	31-35 ()	36-40 ()
	41-45 ()	46-50 ()	51-55 ()	56 ve üstü ()
Medeni durumunuz	Bekâr ()	Evli ()		
Eğitim düzeyiniz	Lisans ()	Lisans Üstü ()	Doktora ()	
Unvanınız	SM ()	SMMM ()		
İşletmede çalışma süreniz	0-5 yıl ()	6-10 Yıl ()	11-15 Yıl ()	
	16-20 Yıl ()	21-25 yıl ()	26 ve üstü ()	
Mesleki tecrübe süreniz	0-5 yıl ()	6-10 Yıl ()	11-15 Yıl ()	
	16-20 Yıl ()	21-25 yıl ()	26 ve üstü ()	
Ortalama aylık geliriniz	3001-4001 ()	4001-5000 TL ()	5001-6000 TL ()	
	6001-7000 TL ()	7001-8000 TL ()	8000 TL ve üzeri ()	
Günlük ortalama çalışma süreniz	2-4 saat ()	5-7 saat ()		
	8-10 saat ()	10 saat ve üzeri ()		
Görev yaptığınız iş yeri iş yaşamınızda kaçınıcı iş yerinizdir?	1 ()	2 ()	3 ()	
	4 ()	5 ve üzeri ()		

II. BÖLÜM: MOTİVASYON ÖLÇEĞİ

İşinizle ilgili aşağıdaki durumları ne derece önemseytiğinizi ifade ediniz.	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemli	Çok Önemli
1-İşimi tam olarak yapabilecek yetki ve güce sahip olmak					
2-İşimi iyi yapmak ve işimde başarılı olmak					
3-İşimi gerektiğinde genişleterek şirketime katma değer katabilmek					
4-Yaptığım işin kişisel yetenek ve becerilerime uygun olması					
5-Yaptığım işin saygın bir iş olduğuna inanmak					
6-Yaptığım işle ilgili sorumluluk sahibi olmak					
7-Yaptığım işin önemli bir iş olduğuna inanmak					
8-Mesleğimin gereklerini bağımsız bir şekilde yerine getirebilmek					
9-Mesleğimle ilgili konularda müşterilerimin sorunlarına çözüm üretebilmek					
10-Kendimi önemli bir şahsiyet olarak gördüğüm bir iş ortamına sahip olmak					
11-Almış olduğum eğitim sonucu edindiğim bilgileri uygulayabilme imkanımın olması					
12-Başarılı çalışmalarımın dolayı ödüllendirilmem					
13-Başarılı çalışmalarımın dolayı prim ödenmesi					
14-Özel yaşantım ile ilgili olarak istediğimde işyerinden uzaklaşma imkânımın olması					
15-Mesleğimde kariyer yapma imkânımın olması					
16-Meslektaşlarımdan daha iyi olduğum zaman üstlerim tarafından farklılaştırılmak					
17-Kendi isimin patronu olmak					
18-Esnek çalışma saatlerinin olması					
19-Modern fiziksel koşullara sahip bir işyerimin olması					
20-İşyerimde ihtiyaç duyduğum teknolojik araç ve gereçlerin bulunması					
21-Yaptığım işten aldığım ücret miktarı					
22-Mesleğimde, mesleki dayanışmanın olması					

BÖLÜM III: KÜLTÜR ÖLÇEĞİ

İşinizle ilgili aşağıdaki durumlara ne derece kabul ettiğinizi ifade ediniz.	Hiç Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Çoğunlukla katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1-Şüphe durumunda kar ve varlıkların değeri düşük gösterilmelidir. (Örneğin; stoklar, menkul kıymetler, alacaklar için karşılık ayrılması)							
2-Amortisman kuralları her farklı varlık grubu için devlet dışı organizasyonlar tarafından belirlenmelidir. (Maliye Bakanlığı yerine TURMOB)							
3-Bilanço ve gelir tablosu işletme yöneticilerinden ziyade kamuoyuna yönelik olarak düzenlenmelidir.							
4-Muhasebe mesleği ile ilgili düzenlemeler meslek mensupları ve onların kurduğu kurum ve kuruluşlar tarafından yapılmalıdır.							
5-Cari piyasa değeri tarihi maliyetlere göre daha az yararlıdır.							
6-Kanımcı tüm işletmeler aynı raporlama tekniklerini kullanmalıdır.							
7-Mali tablolarda minimum düzeyde detaylı bilgiye yer verilmelidir.							
8-Bir firmanın mali yapısının ve performansının nasıl değerlendirileceğini sadece en iyi meslek mensupları bilirler.							
9-Tarihi maliyetler yerine genellikle cari piyasa değeri kullanılmalıdır.							
10-Muhasebe politikaları (stok değerlendirme, amortisman yöntemleri gibi) bir kere belirledikten sonra değiştirilmemelidir.							
11-Şirket yöneticileri ve sahipleri ile ilgili bilgiler mali tablolarda yer almamalıdır.							
12-Mali tablolarda hangi bilgilerin yer alacağına en iyi muhasebe meslek mensupları karar verebilir.							
13-Fiyatların yükseldiği zamanlarda FİFO yerine LİFO							
14-Mali tablolarda standartlaştırılmış ayrıntılı bilgilerin sayısı artırılmalıdır.							
15-Yönetimin işletme ile ilgili tahminleri mali tablolarda yer almalıdır.							
16-Muhasebe meslek mensupları yüksek düzeyde etik standartları sürdürmelidirler.							

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Eyuphan ÖZDAŞLI

Doğum Yeri : Beyşehir /KONYA

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu :

Lisans Öğrenimi : Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe ve Finansal Yönetim Anabilim Dalı

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi : İngilizce (Orta)

İş Denevimi : SDÜ Yalvaç Meslek Yüksekokulu, Öğretim Elemanı