



T.C.

TOROS ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ULUSLARARSI TİCARET VE LOJİSTİK ANA BİLİM DALI
ULUSLARARSI TİCARET VE LOJİSTİK TEZLİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

**İŞLETMELERİN SAHİP OLDUKLARI BİLGİ VE İLETİŞİM
TEKNOLOJİLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINA
ETKİSİ, YENİLİKÇİLİĞİN ARACILIK ROLÜ, HAVAYOLU
TAŞIMACILIĞI SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA**

Büşra DÖYAN

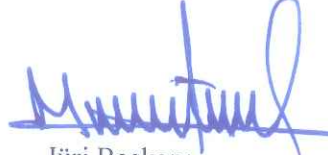
**DANIŞMAN
Doc. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AĞUSTOS 2018

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Büşra DÖYAN tarafından hazırlanan “İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Çalışanların İş Performansına Etkisi, Yenilikçiliğin Aracılık Rolü, Havayolu Taşımacılığı Sektöründeki İşletmelerde Bir Uygulama” başlıklı bu çalışma 09/08/2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Uluslararası Ticaret ve Lojistik Ana Bilim Dalı’nda yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.



Jüri Başkanı

Doç. Dr. Mehmet İNCE
(Tarsus Üniversitesi)



Jüri Üyesi

(Danışman)

Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN



Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Özlem KÖROĞLU

Savunma Sınav Jürisi Tarafından Tezin İmzalı Nüshasının Teslim Tarihi : 10.09/2018

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmada;

- Sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.....09...../.....09...../2018

Büşra Döyan

İmza



İŞLETMELERDE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINA ETKİSİ VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞIN ARACILIK ROLÜ, MERSİN BÖLGESİ HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Büşra DÖYAN

**TOROS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

2018

ÖZET

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri, gelişmeler yeni ürünlerin pazara hızlı girmesinin yanında müşterinin talep ve ihtiyaçlarına göre hızlı değişimler göstermektedir. Müşteri talep ve ihtiyaçlarının takibi için firmalar hızlı değişimlere ayak uydurmalıdır. Bu çalışmada işletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojilerinin çalışanların iş performansına etkisi ve bu etkide yenilikçi davranışın aracılık rolünün anlamlı ilişkilere sahip olup olmadığını incelerken, havayolu taşımacılığı sektöründe bilgi ve iletişim teknolojileri etkisiyle değişen iş performansı ile bu performansta yenilikçi davranışın aracılık rolü hakkında bilgi edinmemizi sağlayacaktır.

Araştırmalarda veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Bu kapsamda anketler Mersin ili havayolu taşımacılığı sektöründeki çalışanlara uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden ve toplam 40 ifadeden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik değişkenlerle ilgili 6 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde bilgi ve iletişim teknolojileriyle ilgili 23 ifade, iş performansı ile ilgili 4 ifade, yenilikçi davranış ile ilgili 6 ifade yer almaktadır.

Sonuç olarak bilgi ve iletişim teknolojileri ile iş performansı ve bu performansta yenilikçi davranışın aracılık rolü arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi ve İletişim Teknolojileri, İş Performansı, Yenilikçilik Davranış, Aracılık Etkisi, Havayolu Taşımacılığı

**THE EFFECT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES
ON THE JOB PERFORMANCE OF THE WORKERS AND ROLE OF THE
INNOVATIVE BEHAVIOR AS A MEDIATOR, RESEARCH ON MERSİN, IN THE
AIRLINE TRANSPORTATION SECTOR; AT THE MERSİN REGION**

(M. Sc. Thesis)

Büşra DÖYAN

**TOROS UNIVERSITY
SOCIAL SCIENCE INSTITUTE
2018**

ABSTRACT

Today, the development in the information and communication Technologies have shown quick change according to the needs and demands of customers besides new products' fast breaking into the market. Competition should keep pace with the fast changes in order to tackle the needs and development of the customers.

In this research, it's aimed to show whether the effects of information and communication technologies on the job performance of the workers and the role of innovative behavior as a mediator have significant relations with each other, and for what the job performance changed with the effect of information and communication technologies and the role of innovative behavior as a mediator in the airline transportation sector is useful

In the research, survey method applied as a tool for data gathering. The surveys are applied to the workers at the airline transportation sector in Mersin. The survey form is made of two sections and 40 statements. In the first section there are 6 statements about demographical variables. In the second section, there are 23 scales about the information and communication technologies, 4 scales for the job performance, and 6 scales for the innovative behaviors.

In conclusion, it is found that there are significant relations between the information and communication technologies with job performance, and the role of innovative behavior as a mediator in job performance.

Key Words: Information and Communication Technologies, Job Performance, Innovative Behavior, Mediator Effect, Airline Transportation

TEŞEKKÜRLER

Yüksek Lisans Tez çalışmamı yapılandıran, yol gösteren, bilgi ve tecrübesi ile çalışmalarına destek olan, yaşadığım zorluklarda yanımda olup doğru yolu bulmama yardımcı olan ve hep en iyisi için yönlendirmelerde bulunan değerli hocam Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN'a;

Çalışmalarım süresince kendi yoğunlukları, iş koşuşturmaları arasında her an yanımda olan, evdeki huzuru bulmamda desteklerini esirgemeyen, teşvik eden, sürekli motive eden ablam Mine YILMAZ ve eşi eniştem Özkan YILMAZ'a

Tez yazım sürecinde her an yanımda olup yardımlarını, şefkatlerini esirgemeyen, bana olan inançlarını kaybetmeyen ayrıca anket uygulama aşamasında ve verilerin toplanması süresince yardımına koşan başta ablam Feryal DÖYAN olmak üzere sevgilerini esirgemeyen canım DÖYAN Aileme;

Her sıkıştığım da mesafelerin bir önemi olmadığını ıspatlayan, her şartta ve her zaman beni dinleyen ve her şeyin çok güzel olacağına inanmamı sağlayan dostlarım Esra FİDAN ve Zeynep ERİŞ'e,

Bana ilham veren, yol gösteren, iş yükünün arasında her zaman bana ayıracak vakti bulan ve her fırsatta yardımcı olan değerli hocam Dr. Öğr. Ü. Ayhan DEMİRCİ ve Dilara Berrak TARHAN'a;

Son olarak çalışmamın alt yapısını oluşturmamı sağlayan bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen tüm hocalarıma ve tüm katılımcılara sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜRLER.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR.....	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ.....	2
1.1. Bilgi.....	3
1.2. Bilgi Hiyerarşisi:	4
1.2.1. Veri.....	4
1.2.2. Enformasyon	5
1.2.3. Anlayış	5
1.2.4. Bilgi	6
1.2.5. Bilgelik	6
1.3. Bilginin Sınıflandırılması	7
1.3.1 Açık bilgi.....	8
1.3.2. Örtülü bilgi.....	8
1.4. İletişim	9
1.4.1. İletişim kavramı.....	9
1.4.2. İletişim süreçleri.....	10
1.4.2.1. Kaynak (gönderici).....	11
1.4.2.2. Kodlama	11
1.4.2.3. Mesaj.....	12
1.4.2.4. Kanal.....	12

1.4.2.5. Alıcı.....	12
1.4.2.6. Kod açma.....	13
1.4.2.7. Geri besleme.....	13
1.4.2.8. Ortam	14
1.4.2.9. Zincir	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
1.4.2.10. Gürültü	14
1.5. İletişim türleri.....	14
1.5.1. Kişi içi iletişim	15
1.5.2. Kişiler arası iletişim	16
1.5.3. Örgüt içi iletişim	18
1.5.4. Kitle iletişimi	19
1.5. Bilgi ve İletişim Teknolojileri.....	19
1.6. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Gelişimi	20
1.7. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Boyutları.....	22
1.7.1. Bilişim teknolojileri eğitimi.....	23
1.7.2. Bilişim teknolojileri stratejisi	23
1.7.3. Bilişim teknolojileri ile haberleşme ve güncel takip uygulamaları.....	24
1.7.4. Bilişim teknolojileri iş zekası uygulamaları	25

İKİNCİ BÖLÜM

İŞ PERFORMANSI

2. İŞ PERFORMANSI.....	26
2.1. Kurumsal Çerçeve.....	27
2.1.1. Motive edici faktörler	27
2.1.1.1. İş ve çalışma düzeni,.....	27
2.1.1.2. Yöneticinin tavır ve davranışları	28
2.1.1.3. Bireysel gelişim fırsatı	28
2.1.1.4. Ücret	29
2.1.1.5. Kararlara katılım	30
2.1.1.6. Değerlendirme	30

2.1.1.7. Güven duyma	31
2.1.2 İşten ayrılma niyeti.....	32
2.2. Performans ölçümü ve önemi.....	33
2.2.1 İyi bir iş performans ölçme sistemi nitelikleri	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YENİLİKÇİ DAVRANIŞ

3. YENİLİKÇİ DAVRANIŞ	36
3.1. Yenilikçilik Kavramı, Tanımı ve Önemi.....	36
3.2. Yenilikçi Davranışın Tanımı ve Önemi.....	37
3.3 Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler	39
3.3.1. Bireysel faktörler	40
3.3.2. Mesleki faktörler.....	41
3.3.3. Organizasyonel faktörler	41
3.4. Yenilikçi Davranışın Süreci.....	42

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER

4. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER	44
4.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin ve İş Performansı İlişkisi.....	44
4.2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Yenilikçilik Davranış İlişkisi	46
4.3. Yenilikçi Davranış ve İş Performansı İlişkisi	48

BEŞİNCİ BÖLÜM İŞLETMELERİN SAHİP OLDUKLARI BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KABİLİYETLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINA ETKİSİ: YENİLİKÇİ DAVRANIŞIN ARACILIK ROLÜ, MERSİN İLİ İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARI	52
5.1. Araştırmanın Konusu	52
5.2. Araştırmanın Amacı	52

5.3. Araştırmanın Önemi.....	53
5.4. Araştırma Soruları.....	53
5.5. Araştırma Modeli Ve Hipotezler	54
5.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	56
5.7. Araştırmanın Yöntemi.....	57
5.7.1. Evren ve örneklem	57
5.7.2. Veri toplama araçları	60
5.7.3. Bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetleri (BİTK) ölçeği:.....	60
5.7.4. Yenilikçi davranış ölçeği (YD).....	62
5.7.5. İş Performansı ölçeği (İP):	63
5.7.6. Veri toplama ve değerlendirme tekniği	64
5.8. Araştırmanın Bulguları	65
5.8.1. Değişkenlerle ilgili betimleyici bulgular	65
5.8.2. Demografik gruplardaki farklılıklar	66
5.8.3. Değişkenler arası ilişkiler.....	67
5.8.4. Çalışanların yenilikçi davranışını yordayan değişkenler: regresyon analizi bulguları.....	68

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	75
KAYNAKÇA.....	83
EKLER	99
ÖZGEÇMİŞ	101

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1.1. Bilgi hiyerarşisi	4
Şekil 1.2. Veri, enformasyon, bilgi, bilgelik	6
Şekil 1.3. İletişim süreçleri	11
Şekil 1.4. Kişiler arası iletişim	16
Şekil 1.5. Araştırma modeli.....	55
Şekil 5. 1. Eğitim durumu.....	58
Şekil 5. 2. Cinsiyet.....	58
Şekil 5. 3. Medeni hal.....	59
Şekil 5. 4. Çalıştığı kurum.....	59

ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.1. Çeşitli evren büyüklüklerine ilişkin örneklem sayıları	57
Çizelge 5.2. Betimleyici istatistikler.....	60
Çizelge 5.3. Yapısal eşitlik modeli uyum kriterleri.....	63
Çizelge 5.4. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeklerin uyum iyiliği değerleri.....	64
Çizelge 5.5. Değişken ve boyutlarına ilişkin betimleyici istatistikler	65
Çizelge 5.6. t testi bulguları.....	66
Çizelge 5.7. ANOVA testi bulguları	67
Çizelge 5.8. Değişkenler arası korelasyon değerleri	67
Çizelge 5.9. Aracılık testi sonuçları (BTE-YD-İP)	70
Çizelge 5.10. Aracılık testi sonuçları (BTS-YD-İP).....	71
Çizelge 5.11. Aracılık testi sonuçları (HGTU-YD-İP).....	71
Çizelge 5.12. Aracılık testi sonuçları (İZU-YD-İP)	72
Çizelge 5.13. Aracılık testi sonuçları.....	73

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklama
ABD	Amerika Birleşik Devleti
BİTK	Bilgi ve iletişim Teknolojileri Kabiliyeti
BT	Bilgi Teknolojileri
BTE	Bilgi Teknolojileri Eğitimi
BTS	Bilgi Teknolojileri Stratejisi
HGTU	Haberleşme ve Güncel Takip Uygulamaları
İP	İş Performansı
KMO	Keşfedici Faktör Analizi
İZU	İş Zekası Uygulaması
Vb	Ve Benzeri
Vd	Ve Diğerleri
YD	Yenilikçi Davranış

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yapılanması 1970'li yıllara dayanmaktadır. Daha sonraki yıllarda internetin iyice yapılanmasıyla gelişen ve kullanımı artan bilgi ve iletişim teknolojileri günümüzde tüm işletmelerin vazgeçilmesi ve kara kutusudur. Her geçen gün değişen ve gelişen bilgi ve iletişim teknikleri bilgi ve iletişim teknolojilerini de sürekli yenilik ve gelişime açık tutmaktadır (Ahsan ve Shah, 2006).

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yakından takip edilen bilgi ve iletişim teknolojileri, işletmeler için piyasada kalma ve varlığını sürdürebilmede önemli bir rol oynayan iş performansını da yakından etkilemektedir (Aydın, 2016). Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde işletmeler istedikleri iş performansını elde edebilmektedirler. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı şirketlerin ilerlemesi ve gelişmesindeki bir diğer önemli kriter, şirketlerin benimsemiş oldukları yenilikçi davranıştır. Yenilikçi davranış sayesinde işletmeler yenilikleri ve gelişmeleri yakından takip etmede ve uygulamada sıkıntılar yaşamadan ürün veya hizmet verme işlemlerine devam edebilmektedir (Aydoğan ve Semiz, 2004).

Bu çalışmada bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansı üzerine etkileri ve bu etkide yenilikçi davranışın aracılık etkisi konusunda araştırmalar ve buna bağlı olarak gerçekleştirilen ölçümler aktarılmaya çalışılmıştır.

Altı bölümden oluşan tez çalışmasının ilk kısmında bilgi ve iletişim teknolojilerinin değişim ve gelişimi üzerinde durulmuştur. İkinci kısımda iş performansını etkileyen konular incelenmiştir. Üçüncü kısımda yenilikçilik ve yenilikçi davranış kavramları hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü kısımda, değişkenler arasındaki ilişkiler araştırılırken bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansına etkisi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yenilikçi davranışa etkisi ve iş performansında yenilikçi davranışın etkisi incelenmiştir, beşinci kısımda, bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansına etkisi ve bu etkide yenilikçi davranışın aracılık rolü ile ilgili havayolu taşımacılığı sektörüne yapılan anketlerin analizi gerçekleştirilmiştir. Son olarak altıncı kısımda da bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansına etkisi ve bu etkide yenilikçi davranışın aracı etkisi hakkında değerlendirmeler bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri, sürekli değişim göstermekle birlikte aynı zamanda birçok yere ulaşarak, aynı anda kolaylıkla dünyanın her yerine aktarılabilir, paylaşılabilir hale gelmiştir (Davenport, 1997).

Yaşadığımız çağda bilgi ve iletişim teknolojileri sürekli gelişim göstermektedir. İşletmeler piyasadaki varlıklarını devam ettirebilmek için yeni veya değişen bilgi ve iletişim teknolojileri hakkında hemen fikir sahibi olmalı ve bu yolla çalışanlarını ve müşterilerini doğru kanallarla bilgilendirmelidir. Değişen ve gelişen bilgi ve iletişim sistemleri sayesinde işletmeler, bilgiden yeni bilgiler elde etmenin yanında o bilgileri kullanma, sunma hatta saklama ve zamanı geldiğinde ortaya koyma imkanını ellerinde barındırmaktadırlar (Toffler, 1998).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde, işletmeler çalışanlarının sürekli yeni bilgiler elde etme avatajından yararlanmaktadır. Her yeni bilgi yanında yenilikleri getirirken buna uyum sağlamadaki en önemli görev iletişime düşmektedir, iletişim doğru kanallarla doğru şekilde gerçekleştirmesi önemli kriterlerdendir. İşletmeler doğru ve sistemli olarak geliştirdikleri bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde hem piyasadaki varlıklarını sürdürürken hem de aynı zamanda yeni stratejiler belirleyerek farkındalıklarını da ortaya koymaktadırlar (Daghfous, 2003).

1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Yaklaşık 20-25 senelik teknolojik ve dijital dünyanın hızla gelişmesiyle bilgi ve iletişimin önemi artmış, bilgi ile iletişimini iyi ve verimli kullanan kurum ve kuruluşlar piyasada hızla ilerleme kaydederek, maliyetlerini yüksek oranda azaltıp ekonomik alanda da hızla büyüme göstermişlerdir. Bilgi, belirli anlamlı sonuçlara varmak için insan algısal süreçlerin entegrasyonu olarak kabul edebilmektedir (Ackoff, 2004).

Yenilenme ve iyileştirme işlemleri için bilginin oluşum aşamaları tamamlandıktan sonra kişiler, kurumlar ve örgütsel açıdan dağılımının gerçekleşmesi ve bunun iletimi

kurum ve kuruluşların vizyonlarını belirlemede ana kriterlerini oluşturmaktadır (Sastry, 1999).

Bilginin iletişimle harmanlanarak yenilikçi davranış trendi oluşturduğu bu çağda yeniliklerin gerisinde veya gölgesinde kalan kurum ve kuruluşlar eskimeye ve zamanla yok olmaya mahkum hale gelmişlerdir. Bu sebepten kurum ve kuruluşlar her geçen gün yeni imkanlar dahilinde yeni ürün ve yeni bilişim teknolojilerini iletmeye yarayan her aracı yakından takip etmekte ve mümkün olan en kısa sürede kullanmaya başlamaktadırlar (Mustafa, 2016).

Doğru bilginin elde edilememesi veya bilginin doğru şekilde aktarılamaması durumunda kurum veya kuruluşlar istenilen geri bildirim veya iletişimi kuramadığından yanlış sonuçlara varılmakta bu da kurum ve kuruluşların yanlış karar vermelerine veya yanlış işleyişlerde bulunmalarına sebep olmaktadır (Can, 2010).

Verinin bilgiye dönüşümüne kadar gerçekleşen her adımda her alanda iletişimin büyük ve etkin rolü yeniliği ve gelişmeyi kendiyle birlikte getirmektedir. Bu durum kurum ve kuruluşların rekabetini artmasında hatta onları öne geçirecek büyük faydalar sağlamaktadırlar (Toffler, 1998).

Herekleitos, “değişmeyen tek şey değişimdir” diyerek asırlar önce her şeyin değiştiğini ve sürekli değişime tabii olacağını vurgulamıştır. Üstünden yıllar geçse de geçecek olsa da her şey bilgi ve iletişimin gücü ve hızı ile değişmeye ve yenilenmeye devam edecektir, yenilik gerçekleşirken firmalar ya yeniliğin yanında yer alıp çağı ve fırsatları yakalamayı başarmalı ya da eskinin terk edilmeye yüz tutan gerçeğiyle yok olmayı göze almaktadırlar.

1.1. Bilgi

Tüm canlı yaratıklar, duyu organları ve içinde buldukları çevre ile ilgili bilgi toplayarak hayatta kalırlar ve varlıklarını sürdürmek için bunları biriktirirler, işlerler ve eylemlere dönüştürmektedirler (Emin, 1996).

Bilginin amacı öğrenmeyi hızlandırmaktır ve bunu yaparken iyileştirmeleri de yerine getirerek bilginin hızını ve doğruluğunu artırmaktadır. Bu yolla hızla aktarılan bilgiler eylemlerin daha sağlıklı ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bilginin tanımlanması ve onu bir araya getiren öğeleri Russell Ackoff’un insan aklını sınıflandırmada kullandığı beş

bölüm esas alınmıştır, bunlar veri, enformasyon, anlayış, bilgi ve bilgelik olarak sınıflandırılmıştır (Ackoff, 2004).

1.2. Bilgi Hiyerarşisi:

En temel girdi olan verilerin bir araya gelerek oluşturdukları bilginin aşamalarını anlayabilmek için bilgi hiyerarşisine bakmak lazım. Bilgi hiyerarşisine ilişkin süreçleri Waltz'ın (1998) "Information Warfare: Principles and Operation" adlı kitabında yer almaktadır. Bu sıralamaya göre veri akla giden yolda dört aşamadan geçmektedir bunlar: Veri-Enformasyon-Bilgi-Akıl. Waltz'ın bu modeli dikkate alınarak aşağıdaki şekil oluşturulmuştur.



Şekil 1.1. Bilgi hiyerarşisi

Bilgelik: kavrayış öngörü.

Bilgi: nasıl yapacağını bilme, uygulanabilir bilgi.

Enformasyon: ilişkisel bilgi, desen.

Veri: semboller, kelimeler.

Bilginin hiyerarşisine yönelik geliştirilen kavramlar, bilgi biliminin alt yapısını oluşturmaktadır. Her girilen veri ile bilgilendirme artmakta bu yolla sağlıklı bilgilere ulaşabilmek kolaylaşmaktadır (Can, 2010).

1.2.1. Veri

Latince sözcük "datum"dan türemiş olan veri (data), verilmiş şey anlamına gelmektedir. Kendi başına bir anlam ifade etmemektedir, tek başına geçerliliği bulunmamaktadır ve herhangi bir ölçüm veya sonuçtan elde edilmemiştir (Can, 2010).

Tek başına karar vermede etkisi bulunmayan veri, işletmeler için yapı taşı niteliğindedir çünkü veri olmadan bilgilendirme gerçekleştirilememektedir. Yani veri tek başına bir anlam ifade etmezken toplanan veriler işlenerek gruplanır, sınıflandırılır böylelikle önce enformasyona daha sonra da bilgiye dönüşerek anlam kazanmaktadırlar. (Can,2010).

Bilginin veriyle olan ilişkisini ve farklılığını görmek önemlidir, veri bilginin temelini oluşturmaktadır. Bilgi ise, işlenmiş ve birleştirilmiş veriyi anlamlı bir biçime sokma” şeklinde tanımlanmaktadır (Hayes, 1969).

1.2.2. Enformasyon

Karar verme aşamasında etkili olan, bir araya getirilerek derlenmiş verilerin işlenmesiyle elde edilen gerçeklere enformasyon denilmektedir. Bilgi yolunda oluşturan temel karam veya semboller olan enformasyon bilgiye hem katkıda bulunmakta hem de veriden farklı olarak bilgiyi etkileyebilmektedir. Enformasyon, anlamlanmış olarak bir araya gelmiş veri diye tanımlanabilmektedir. Düzenlenmesi başkaları tarafından yapılan ve yalnızca ilgili kişi için anlam taşıyan veriler enformasyonu oluşturmaktadır (Barutçugil, 2002).

1.2.3. Anlayış

‘Neden’ sorusunun cevabını bulmaya çalışma aşamasının tamamı anlayış kısmını kapsamaktadır. Anlayışın veriden bilgiye uzanan yolda bir değeri bulunmamaktadır fakat seviyeler arası geçişi sağlamaktadır. Anlayışın asıl etkeni toplumun olaylara bakış açısını kapsamaktadır (Can, 2010).

Enformasyonla alakalı verilerin, bir amacı ortaya çıkarma yolunda bir araya gelerek verileri oluşturmaktadır. Veriler zamanla anlam kazanarak enformasyona temel oluşturmaktadırlar (Dervişoğlu, 2004).



Şekil 1.2. Veri, enformasyon, bilgi, bilgelik

kaynak: <https://allianceoptima.wordpress.com/2012/09/20/internette-veriden-bilgelige>

1.2.4. Bilgi

Veri ve enformasyonun alt yapısını oluşturan bilgi kavramı, geçmişten günümüze yüzyıllardır anlaşılmaya, tanımlanmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır (Yılmaz 2009). Bilgi insanın etrafında olanları tam olarak ve doğru şekilde kavramasını sağlayan kişisel enformasyondan oluşmaktadır (Barutçugil, 2002).

Bilgi, kişisel anlamda düzenlenmiş bilgilendirme ve verilerin bütünüdür. Veri ve bilgilendirmelerin doğru iletilmesi ve doğru değerlendirilmesi sonucunda çalışanlar, şirketler, kurum ve kuruluşlar hatta devletler doğru kararlar alarak doğru yönetim şekli elde edebilmektedirler (Aydın, 2016).

Yanlış veri ve bilgilendirmeler istenmeyen ya da tatmin edici olmayan kararların alınmasına neden olabilmektedir. Bu durum tabii ki hiçbir firma için istenilen sonuç değildir. Yanlış sonuçları elde etmemek için veriler iyi değerlendirilmeli, bilgilendirme doğru şekilde gerçekleştirilmeli ve bilgi aktarımı profesyonel bir şekilde yönetilmelidir (Davenport, 1997).

Her şirket yöneticisi bilgi varlığını koruma ve doğru uygulamaları benimseyerek şirketi ve çalışanlarını yönetmek istemektedir. Elde edilen bilgilerin ışığında yeni bilgiler elde edebilmekte, bireysel hatta örgütsel yetkinliklerin gerçekleşmesi ve geliştirilmesi sağlanabilmektedir (Ahsan ve Shah, 2006).

1.2.5. Bilgelik

Bilimsel temeller ile Chester I. Barnard (1995), mantıksal ve mantıksal olmayan düşünme süreçlerini değerlendirir ve mantıksal düşünce için kelimeler ve diğer sembollerle açıklanabilen, mantıksal olmayan düşünceler için, karşıt olarak, sadece yargı, karar ve faaliyet ile bilinebilir hale gelir, açıklamasında bulunmaktadır.

Bu düşüncesinin yanına yeniliklerin ortaya çıkmasında sezgisel görülen ani çıkış göze çarpmaktadır. Friedrich August Kekule 1850'lilerin ortasında rüyasında gözünün önünde dans eden atomlar (Anschütz, 1929) gördüğünü belirtmiştir. Bu durum modern bilimin en verimli kaynaklarından biri haline gelmiştir.

20. Yüzyılın en önemli kuramsal fizikçisi olarak değerlendirilen Albert Einstein Kuantum Teorisi'ni geliştirme aşamasında bir sabah gözünün önünde beliren atom ve atom parçacıklarıyla oluştuğunu aktarmıştır (Wheeler,1980).

Bilgeliğe ulaşmada yapı taşı olan bilgi, bilgiyi oluşturan veri ve iletişim gibi büyük öneme sahiptir. Eğer veriler, bilgilendirme veya bilgi kısmında eksiklik ya da yanlış bir nokta varsa bu durum yanlış bilgeliğe ya da bilgeliğin daima doğru olma yolundaki gelişimini durdurmaktadır (Barutçugil, 2002).

1887-1920 yıllarında yaşamış olan ünlü Hintli matematikçi Srinivasa Ramanujah 15 yaşında eline geçeni ispatları olamayan matematik kitaplarıyla çalışıp birçok formüle imza atmıştır. Fakat elindeki bilginin eski ve bazılarının ispatsız olması sonucunda onun da formülünde benzer hatalara rastlanmıştır. Ramanujah'ın başına gelenler bilgi kavramları olarak, eline geçirdiği matematik kitabı veri, kitabı incelemesi ve kavraması enformasyon, bilimsel çalışmalar sonucu elde ettiği yeni formüller de bilgidir. Ramanujah yukarıdaki bilgiler ışığında bilgeliğe ulaşmıştır, yeni bulduğu formülleri rüyasında gördüğünü belirtmiştir. Bilgelik herkesin elde edemeyeceği üst düzey bir sezgisel ve düşünsel olaydır. Bu yolla bilgeliğin geçmişteki bilgi ve deneyimlerle elde edilir zamanla geliştirilir veya yenilenebilir. Bilgelik deneyimlerle bilgilerin üzerinde bilinçli veya bilinçsiz olarak bir araya getirilmesidir (Hardy, 1937).

Bilgelik bilgiyi başka ortama aktarma işlemini kapsamaktadır. Bilgiyi aktarma işlemi sonucunda bu işlemde yararlan kurum, kuruluş için toplanan bilgilerden doğru şekilde yararlanılarak yeni ortamlar bulunup geliştirilmesidir (Ahsan ve Shah, 2006).

1.3.Bilginin Sınıflandırılması

Bilgi sınıflandırılırken, kullanılan uzlaşım sal kurallardan yararlanarak kişinin veriye yönelttiği anlamlar kıstas alınmaktadır (Köksal, 2004). Kavramların türüne, nereden geldiğine, kullanma şekline ve niteliğine göre sınıflanabilen bilgi, farklı firmalar için farklı bakış açısına sahip olmasından dolayı zaman zaman karmaşık bir hal alsa da bilgi kavramını, açık bilgi ve örtülü bilgi olarak ele alındığında bilginin sahip olduğu tüm kavramlar arasında kaybolmadan, bilgiyi sınıflandırabiliriz (Güçlü ve Sotirofski, 2006).

1.3.1 Açık bilgi

Açık bilgi, kolaylıkla elde edilebilen, sistemleştirilebilen, açık, anlaşılır, belirli bir düzene ve şemaya sahip olan bilgileri içermektedir. Açık bilgi; yazı yoluyla paylaşımın gerçekleştiği bilgileri kapsamaktadır (Can, 2010).

Açık bilgi, iş verenler ve çalışanlar, yani kullanıcıları için ortak dile sahip kendini ifade eden muhatabı için anlaşılır olan bilgilerdir. Açık bilgi kullanıcıları için (çalışanlar, yöneticiler) isabetli kararlar alabilme konusunda oldukça büyük bir öneme sahiptir. Açık bilgi ile alınan kararlar veya elde edilecek olan sonuçların ne olunacağı bilinmektedir, bunun sayesinde muhatabının karar alırken işini kolaylaştırmaktadır (Sarıhan, 1999).

Açık bilgilere örnek olarak dava açmak için bir avukata gittiğinizde ya da davalı olduğunuz konuyla ilgili bilgi almak istediğinizde avukatınız size dava ile ilgili haklarınızın yanında davanın sürecini ve doğabilecek tüm sonuçları da aktarması gerekmektedir. Bu hem işveren için hem de çalışan için açıklanması kolay ve karar alma işini kolaylaştıran açık bilginin tam kendisidir (Can, 2010).

1.3.2 Örtülü bilgi

Micheal Polanyi'nin (1966) örtülü bilgi için, "insan ifade edebileceğinden daha fazlasını bilmekte, fakat aktarmada eksiklikler olabilmektedir", sözü örtülü bilginin en güzel açıklamalarından birini oluşturmaktadır. Yani sembolize edilmesi zor, güç olan deneyimlere dayalı ortaya çıkan bilgilere örtülü bilgi denilmektedir.

Örtülü bilgi esasında yüksek oranda kişisel bilgileri kapsayarak, bu yönüyle açık bilgiden ayrılmaktadır. Çünkü insanın elde ettiği veri ve enformasyon ışığında kendi içinde bilgiyi oluşturmakta ve bunu zamanla özümsemektedir. (Ahsan ve Shah, 2006).

Bilindiği üzere insanların bilgiyi öğrenmesi onların doğduğu ortamdan başlayıp, yetiştirilme tarzına, inancına, gelir düzeyine, statüsüne kadar tüm etkenleri içinde barındırmaktadır. Örtülü bilgi bu etkenlerinin tamamını içinde barındırarak bilgiye ulaştığından herkesin deneyimleri sonucunda kendine özgü örtülü bilgi haline dönüşmektedir (Çarpar, 2003).

Bilgi ve deneyimler sonucu ortaya çıkan bilgilere en büyük örneklerden bir şüphesiz ki 1770 yılında doğan Ludwig van Beethoven'dan başkası olamaz. Beethoven piyano çalmaya daha 4 yaşındayken merak salmış ve 9 yaşına geldiğinde müzik eğitimini aldıktan sonra 13 yaşında ilk bestesini yaparmıştır. Beethoven'ı örtülü bilgiye örnek olarak verilmesindeki asıl amaç Beethoven'ın 1798'de başlayan işitme probleminin tamamen duymamasıyla sonlandıktan sonra oluşturduğu senfonileridir. Bunlar Beethoven'ın yıllarca öğrendiği, veri ve enformasyonla kendi için oluşturduğu bilgiyle ortaya çıkmıştır (Kubba and Young, 1996)

Sonuçta verilen bilgi kadar bilginin hangi amaçta kullanılacağı da önem teşkil etmektedir. Yıllarca okullarda öğrencilere aktarılan bilgiler iş pratiğe döküldüğünde değişmektedir. Okullar bilimsel açıdan veya mesleki konularda esas bilgileri aktarırken iş pratiğe döküldüğünde yani ticari faaliyetler gerçekleşirken iletilen bilgiler farklıdır. Örnek olarak otelcilik okuyan bireye garsonlukla ilgili menü çeşitleri, hangi mutfakta hangi taraftan servis yapacağını ne şekilde yapacağı aktarılırken, otelde garsonluk işini gerçekleştirirken müşteriyle nasıl konuşacağı, nasıl davranacağı hatta menüyü pazarlama konusundaki ince ayrıntılara kadar her şey belirtilir.

1.4. İletişim

Yönetimde amaç, örgüt içi iş birliğin sağlanarak istenilen faaliyetlerin en kısa sürede doğru şekilde yapılmasıdır. Bundan dolayı, iletişim bir örgütün başarısında ya da başarısızlığında ana etken süreçlerden biri olarak kabul edilmektedir. (Yüksel, 2005).

1.4.1. İletişim kavramı

İletişim, Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim olarak tanımlanmaktadır.

İletişim, fikir, düşünce veya eylemin bir kişiden başka bir kişiye aktarılma sürecinin tamamını kapsamaktadır. Bu süreçte fikir, düşünce veya eylemi başlatan kişi gönderici, fikir, düşünce veya eylemi kavrayan kişi alıcıdır (Francesco, 1998). İletişim, örgütlerde yöneticinin istedikleri işi, iş performansını elde etmek için kullandığı en temel araçtır. Yönetici iletişim aracı ile kendisine bağlı olan kişilerle ilişki kurmaktadır (Koçel, 2003).

İletişim ilk insanların mağaralara çizdikleri figürler ve hayvan resimleriyle başlamış, yıllar boyu medeniyetlerle birlikte ilerleme ve gelişme göstererek her yerde her alanda ihtiyaç duyulan ve kullanılan bir araç görevi üstlenmiştir. İletişim, gönderici ve alıcı arasındaki iki insan veya toplum arasında gerçekleşen bilgi alışverişini kapsamaktadır (Gökçe, 2001).

Başka bir deyişle iletişim, kişiler arasındaki, duygu, düşünce, bilgi, haber ve hatta akla gelebilecek her şeyin değişik şekilde kişiden kişiye veya bir yerden başka bir yere aktarılması sağlamaktadır (Erdoğan, 2002).

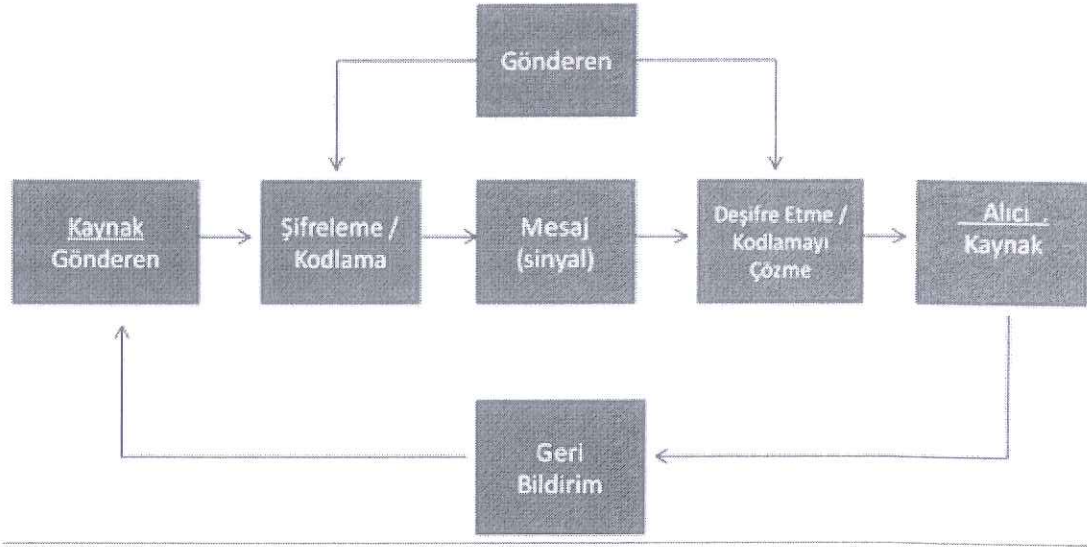
İletişim insanların birbirini anlamasında en önemli araçlardandır ve bu yüzden organizasyonlar için de iletişimin en hızlı, doğru ve anlaşılır şekilde yapılması büyük önem taşımaktadır (Dökmen, 2000).

İletişimin her alanda önem teşkil etmesiyle bu dönem 'iletişim çağı' adıyla anılmaya başlanmıştır. Buna bağlı olarak iletişimin süreçleri her zaman büyük öneme sahip olsa da bunun çeşitliğinin en fazla olduğu dönemde olduğumuzu kabul edilmektedir (Gökçe, 2006).

İletişim çağı ile sözlü veya yazılı iletişim için sadece kişilere ihtiyaç duyulmadan bilgilerin aktarılması mümkün hale getirmiştir. Özellikle bu dönemde doğan çocukların radyo, televizyonun yanında internete, sosyal medyaya sahip olması dijital dünya ile daha çabuk tanışmasını iletişimin sınırsızlığını da vurgulamaktadır (Hoppenbrouwer,2000).

1.4.2. İletişim süreçleri

İletişim sürecinin ana öğeleri, kaynak, kodlama, mesaj, kanal, alıcı, kodlama, geri bildirim, ortam ve şifredir. İletişimin gerçekleşmesi için bir kaynak ve alıcının olması gerekmektedir. Kaynak ve alıcı arasındaki bilgi alışverişi sayesinde bilgi akışı gerçekleşmektedir. (Gökçe, 2001)



Şekil 1.3. İletişim süreçleri

www.atacanute.com/2014/11/pazarlama-iletisimi.html

1.4.2.1. Kaynak (gönderici)

Kaynak aktarmak, iletmek istenilen bilgiyi, duyguyu, belirli ilkelere ve kurallara göre düzenlemektedir. Kişiler arasında dil, mimik ve jestler; sözlü iletişimde kullanılan kaynaklar iken, kitle iletişiminde kullanılan kitle iletişim araçları ile gerçekleşen iletişimin kendisidir. Kaynağı etkileyen birçok etken bulunmaktadır (David, 1960).

Kaynak, duyguların, fikirlerin ve hislerin aktarılmasında sözü ilk söyleyen kişi veya kişilerden meydana gelmektedir. İletişimin başlangıç sürecini, iletilmek istenen duygu, düşünce veya bilginin alıcının anlayacağı şekilde sembol ve şekillere dönüştürüldüğü kısmını kapsamaktadır. Kaynak, alıcıya göndereceği mesajın nasıl kodlanacağını, sözlerin ve işaretlerin hangi anlama geldiğinin farkına varılıp ona göre kullanılmasını sağlayan süreci oluşturur. Kaynak yoluyla gönderilecek mesaj kodlanmakta ve alıcı ile ilk bilgi akışı sağlanmaktadır. İletişim süreci yapısı gereği, önce kişi veya kişilerin duygu, düşünce, bilgi ve gereksinimlerini iletmek için kaynaktan başlamaktadır (Yüksel, 1987).

1.4.2.2.Kodlama

İletilmek istenen duygu, düşünce veya fikrin, iletişim için uygun hale getirilmesidir. Kaynak, alıcıya göndereceği mesajın nasıl kodlanacağını, sözlerin ve işaretlerin hangi anlama geldiğinin farkına varılıp ona göre kullanılmasını sağlayan sürecin bütünüdür. Kod,

insanlara anlamlı gelebilen biçimde yapılabilen herhangi semboller olarak tanımlanabilmektedir (Berlo,1960).

Anlatılmak istenileni vermeyen sözler ve işaretin kullanılması sonucunda yanlış kodlama meydana gelmektedir ve bunun sonucunda yanlış kodlanmış mesaj istenilmeyen hal veya davranışlara neden olabilmektedir. Kodlama, bilginin, fikrin veya eylemin iletme uygun şekilde, hazır bir ileti şekline dönüştürülmesi sürecinin tamamını kapsamaktadır (Yüksel, 1987).

1.4.2.3. Mesaj

Mesaj, kaynaktan alıcıya gönderilinceye kadar kodlanan, fikirler, sözler, bilgiler, duygular, davranışlar ve tutumların tümünü kapsayan süreci kapsamaktadır. Konuşulan ya da yazılan tüm kelimelerin jest ve mimiklerle kodlanarak gönderilen mesaj sürecini oluşturmaktadır. Mesaj, alıcıya göndermek istenilen uyarı, bilgi veya davranışın kaynak tarafından doğru anlaşılacak semboller kullanılarak kodlanması olarak tanımlanmaktadır (Gürgen, 1997).

Mesaj, açık ve anlaşılır olmasının yanı sıra doğru zamanda, uygun kanallar kullanarak gerçekleşen süreçte iletmeli ve kaynak ile alıcı arasında kalmalıdır. Mesaj, kaynaktan alıcıya gönderilen bir uyarı, düşünce, duygu, kanı ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış haline denilmektedir (Wilbur, 1973).

1.4.2.4. Kanal

Kanal, iletişim süreci içerisinde iletimin fiziksel olarak gerçekleşecek iletimiyle ilgili olan ögesidir, kanal, iletiyi kaynaktan alıcıya götüren araçtır. Mesajın göndericiden başlayıp alıcıya ulaşana kadar aktarıldığı tüm süreçlerde gerçekleşmektedir (Yüksel, 1987).

Sözlü iletişimde kanal havadır, telefon görüşmelerinde telefon hatları kanal görevi görmektedir (İzgören, 2000).

İnsanların duyu organları düşünüldüğünde beyne giden her ileti, kanalı oluşturmaktadır. Kanal aracılığı ile gerçekleşen iletişim sürecinde, iletiyi görünebilir, duyulabilir, dokunabilir (Girgiz, 2002)

1.4.2.5. Alıcı

Kaynaktan gelen iletileri belirli analizlerden geçirerek alıp yorumlayan ve bunlara sözlü, sözsüz tepkide bulunan kişi ya da gruplara alıcı denilmektedir (Zillioğlu, 1992).

Kaynağın mesajını iletilmesini hedefleyen kişi, grup, kurum veya kuruluşun kendisidir. Kaynağın ilettiği mesaj tek olmasına rağmen birden çok alıcıya ulaşabilmekte ve böylelikle örgütsel iletim mesajı gerçekleşmektedir (Jensen, 2003).

Alıcı mesajı sadece alma pozisyonundaysa bu durumda pasif alıcılıktır. Pasif alıcını aldığı mesajı geri iletmesi sonucunda aktif duruma geçmektedir. Etkin iletişimin gerçekleşmesi için alıcının aktif dinleyici olması gerekmektedir (Gizgir, 2002).

Etkin bir iletişim için ayrıca alıcı, mesajı almaya istekli olmalı, bilgi ve geri besleme sistemini sahiplenmeli, mesajları alma konusunda seçici davranmalı bu yolla gereksiz bilgileri ayıklayarak bilgi kirliliğinin önüne geçmelidir. Alınan mesajdan alıcı sonra kaynak olma özelliğine sahip olmalıdır, bu yolla alıcı elde ettiği bilgiyi yeniden iletişim sürecine geçirebilmektedir. Kod, insanlara anlamlı gelen bir biçimde yapılan herhangi semboller grubu olarak tanımlanabilmektedir (Berlo, 1960).

1.4.2.6. Kod açma

Kod açma süreci, alıcının elde ettiği mesajı anlamlandırması ve kavramasını kapsayan süreçtir. Alıcı, kaynak tarafından gönderilen sembollerden, simgelerden anlam çıkarmaktadır. Kod açma, alıcıya ulaşan ve alınan bir uyarının başka deyişle iletinin yorumlanarak anlamlı bir biçime sokulmasıdır. İletişim süreci içerisinde iletiler ancak kod açma yoluyla, kağıt üzerindeki anlamsız işaretler ya da bir takım ses ve görünüş sinyalleri olmaktan çıkıp anlam kazanmaktadır (Yüksel, 1987).

Kod açma kısmının önemi şöyle açıklanabilir, eğer gönderilen mesaj kaynağın aktarmak istediği gibi alıcı tarafından algılanmazsa iletişim gerçekleşmemiş veya yanlış mesaj alınmış olur (Yüksel, 1987).

1.4.2.7. Geri besleme

Alıcı ile gönderici arasında geri bilgi akışının gerçekleştiği süreçtir. Geri bildirimlerin gerçekleşmediği iletişimlere tek yönlü, bildirim gerçekleştiği iletişimlere çift yönlü iletişim denilmektedir (Dallas, 1979).

Geri beslemenin sayesinde kaynak mesajın doğru anlaşılıp anlaşılmadığını öğrenmektedir. Geri besleme, alıcının gösterdiği tepkinin kaynağa gönderilmiş parçasını kapsamaktadır (Kotler ve Armstrong 2004).

1.4.2.8. Ortam

İletişim sürecinin başından sonuna kadar içinde yer alan tüm kişi, nesne ve olayların kapsadığı alana denilmektedir. Başka bir deyişle, bütün insan ilişkilerinin gerçekleştiği ortamdır. Eyleme geçip geçmemek, konuşmak ya da susmak durumlarının hepsinde ileti niteliği bulunmaktadır. Ortamda dikkate alınan ve ortamı etkileyen etmenler arasında, insanlar arasındaki yaş farkı, statü farkı, kültür, çevre ve ilgi alanındaki farklılıklar gösterilebilir Her buldukları ortamlarda kişiler isteseler de istemeseler de iletişim ortamını oluşturmaktadırlar (Çalapkulu,2015).

1.4.2.9. Gürültü

En basit şekliyle gürültü, iletişim sürecindeki gönderilen ileti ile algılanan ileti arasında bir farka neden olan, iletişim sembollerine eklenti veya bu sembollerde kodlama hatasına denilmektedir (Yüksel, 1987). Kaynağın iletildiği mesaj ile alıcının aldığı mesaj arasında anlaşmazlıklara, farklılıklara sebep olan tüm unsurları içeren sürece gürültü süreci denilmektedir (Jensen, 2003).

1.5. İletişim Türleri

Bilginin paylaşımı iletişimin temelini oluşturmaktadır. Toplum, hem bireysel hem de bireyler arası ilişkiyi kurabilmek ve gelişmeleri takip edebilmek için bilgi alışverişinde bulunmaktadır (Gürüz ve Yaylacı, 2004).

Günümüzde iletişim sadece sözlü, sözsüz veya yazılı olarak gerçekleşmemektedir. Birçok iletişim türü ile karşı karşıya olduğumuz bu çağda iletişim türlerinden bazıları hızlarını giderek artırarak veriyi bir yerden başka bir yere ileten elektronik sistemler kanallarıyla gerçekleşmektedirler (Lazar, 2001).

Bir başka iletişim türü ise kişinin başkalarıyla iletişimi, kişiler arası iletişim, kitle iletişimdir. Diğer iletişim türüne toplumsal, örgütsel grup iletişimi örnek olarak gösterilebilmektedir (Yüksel, 2010).

İletişimin kullanıldığı kanallar iletişimin sağlıklı gerçekleşmesi için büyük öneme sahiptirler. Bu kanallar görsel iletişim kanalları, işitsel iletişim kanalları, dokuma kanalları ve telekomünikasyon kanallarını içermektedir. (Güngör, 2011)

İnsanlar mesaj iletirken sözlü iletide beden dillerini de kullanmaktadırlar, bu bir çeşit sözsüz iletişim kanalını oluşturmaktır. Sözsüz beden diliyle gerçekleştirilen iletimlerde mesajın ne içerdiğinden çok beden dilinin nasıl kullanıldığının ve bu beden dilinden çıkarılan anlamalar daha büyük önem taşımaktadır (İzgören, 2000).

Örgütsel iletişimde kaynağın alıcılarına (örgüte) iletildiği bilgi ile birlikte elde edilmesi hedeflenen sonuçların yapılması gereken uygulamaların örgüt içi ve örgüt dışı aktarılması açıklanmasını kapsamaktadır (Kaya, 1985).

1.5.1. Kişi içi iletişim

Kişi içi iletişimde bireyin kendi kendine düşünmesi, konuları anlamlandırması, duygularının farkına varması ve hatta kişinin görmüş olduğu rüyalar ile kendi içinde gerçekleştirdiği iletişimin örneklerindedir (Altınbaş ve Çamur 2001).

Kişinin kendi düşünceleri, hayalleri, hisleri, isteklerinin farkında olarak kendi içinde gerçekleştirdiği iletişime kişi içi iletişim denilmektedir. Kişi içi iletişimin ilk önce insanın içinde başladığını kabul ederek, kendi kendine sorduğu sorulara verdiği cevapları kapsamaktadır (Gürgen, 1997).

Kişi içi iletişimlerde birey hem kaynak hem de alıcı konumundadır. Yani karşılıklı iki kişinin bir araya gelerek meydana getirdikleri iletişimi kişi kendi kendine de oluşturmaktadır. Birey kendi benliğine sorular sorup cevap aramaktadır. Kişinin bazı zamanlara kendi kendine iletişim içinde bulunması onun iletişim ihtiyacını da karşılamaktadır (Lin ve Kang, 2002).

Kişi içi iletişimde, iletişim zihinde başlamaktadır, bu iletişim başkalarıyla gerçekleştireceği iletişimin de temelini oluşturmaktadır, çünkü insan çevresiyle gerçekleştireceği iletişim içerisinde ilk başta kendi zihninde sorduğu soruları zamanla çevresine yöneltmeye ve cevapları dışarıda aramaya başlamaktadır. Fakat kişi içi iletişimin her zaman sonucu dış çevreyle bağlantıyla sağlanmaz bazen kişi kendi içinde aradığı soruları, düşüncelerin cevaplarını zihinlerinde, yaşadıkları zaman içerisinde hatta rüyaların cevaplarına rastlayabilmektedir (Altıntaş ve Çamur, 2001).

1.5.2. Kişiler arası iletişim

Kişiler arası iletişim, iletişim terimi ile aynı anlama gelmektedir, yani kaynaktan başlayıp alıcıya ulaşan bilgilerin en az iki kişi arasında gerçekleşmesi durumuna denilmektedir. Karşılıklı iletişim halinde olan kişiler, bilgi, hareket veya sembol üreterek bunları birbirine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürmektedirler (Dökmen, 2005).

Kişiler arası iletişimde ilk kıstası göz teması oluşturmaktadır. İletişim kurulacak kişi ile gerçekleşen göz temasından sonra alıcıya doğru yönelir, ardından göz teması karşılıklı kısa bir süre gerçekleştikten sonra konuşmaya başlanmadan dokunulur (tokalaşmak), daha sonra istenilen tarafa doğru yöneldikten sonra göz teması rahatsız etmeyecek şekilde devam ettirilerek sözel iletişim kısmı başlatılmaktadır (İzğören, 2000).

Sözel iletişime geçmeden önce verilen her tepki ve mimik sözel iletişimin temelini oluşturmaktadır. Yani kişiler arası iletişim başlamadan rahatsız edici bir tepki veya mimik iletişimin yanlış ya da istenilen şekilde gerçekleşmemesine sebep olabilir (Dökmen, 2005).

Kişiler arası iletişimin sınıflandırılması aşağıdaki şekildedir:



Şekil 1.5. Kişiler arası iletişim

Kaynak: <http://slideplayer.biz.tr/slide/2771570/>

Dökmen (2005), kişiler arası iletişimi ikiye ayırdıktan sonra, sözlü iletişimi dil ve dil ötesi olarak ikiye ayırmıştır, sözsüz iletişimi, yüz ve beden, bedensel temas, çevre kullanımı ve araçlar olarak dörde ayırmıştır.

Sözlü iletişimin alt kümeleri olan dil ve dil ötesi olarak ikiye ayrılmıştır. Buna göre karşılıklı kişilerin meydana getirdikleri iletişim ve mektuplaşmaları dil ile iletişim olarak kabul edilmektedir. Dille iletişimin önemi, keşfedilen bilgilerin kişiler arasında aktarılarak iletişimin gerçekleşmesini sağlamaktadır (Erdoğan, 2003).

Dil ötesi iletişimde önemli olan sesin vurgusu, yüksekliği, tonu, hızı, nerelerde duraksadığı, hangi kelimelerin seçildiğidir. Yani dil ötesi iletişimde önemli olan, söylenen şeyden ziyade nasıl söylendiği önemlidir (Dökmen, 2005).

Sözsüz iletişim türlerinden olan yüz ve bedende, surat ifadesinin yanında, el, kol, beden hareketleri yani vücudun duruş anında ne anlattığının esas alındığı iletişim türüdür. İnsanlar sözlü ifadelere ihtiyaç duymadan elleriyle ya da kafalarıyla bir şeye onay verebilir veya reddedebilirler. Hatta bunun için dudaklarını veya kaşlarını bile kullanmaları da yeterli olabilmektedir (İzgören, 2000).

Yapılan araştırmalarda iletişimde beden hareketlerinin önemini bizlere göstermiştir. (James, 1995) tarafından sözsüz iletişim üzerine araştırma yapılmış, (Hartley ve Bruckham, 2002) raporlarına göre; iletişimde, söz %7 etkili iken iletişimde asıl etkenin %55 ile beden dili, bunu takiben %38 ile ses tonu olmuştur.

Sözsüz iletişim türlerinden bir diğeri olan bedensel temasta insanların kendi aralarında yine kültürlerinin etkisi ile gerçekleştirdiği iletişim türlerindedir (İzgören, 2000). Sözsüz iletişim türlerinden mekan kullanımında, insanların çevresi ile oluşturduğu iletişimdir (Altıntaş ve Çamur, 2001). Örneğin samimi insanlarla olan mesafemiz kısa iken hoşlanmadığımız kişilerle aramıza koyduğumuz mesafe fazladır ve kişilerin iletişim esnasında bıraktıkları bu mesafeler iletişime anlamlar katmaktadır. Bu durum sadece tanıdığımız kişilerle de sınırlı değildir. Herhangi bir mekanda kişiler, aralarında 25cm bırakmak isterler, çünkü kişiden 25 cm'ye kadar olan uzaklığa özel alan denilmektedir ve genelde insanlar bu sınırın aşılması durumunda rahatsız olmaktadırlar, asansörlerde insanların bu sınırı aştıklarından rahatsız olup mümkün olduğunca konuşmamayı denmektedirler. 1,50 metrelik alana kişisel alan denilmektedir ve kişiler bu alana yakınlarını, dostlarını ve sevdiklerini alırken 2.50 metrelik alana sosyal alan dahil

olmaktadır ve genellikle aramızda mesafe olmasını istediğimiz kişilerin bulunduğu alanları dahil olduğu alanları kapsamaktadır.

Sözsüz iletişimde son olarak araçlardan bahsedecek olursak bunlar kişisel olarak tercih ettiğimiz üzerimizde bulunan veya kullandığımız eşyaları kapsamaktadır. Bu eşyalara takılar, tokalar, rozetler, kullandığımız telefon markasının yanı sıra kişisel tercihler dışında kurum ve kuruluşların tercih ettikleri eşyalarda olmaktadır. Örneğin, kurum veya kuruluşlar toplantılarda otorite göstergesi olarak dikdörtgen ve büyük ebatta masalar tercih ederken, şeffaflıklarını belirtmek için ise ofislerini camlarla herkese açık ortam haline dönüştürmektedirler (Altıntaş ve Çamur, 2001).

1.5.3. Örgüt içi iletişim

Örgüt içi iletişimde, örgütün yapısı, işleyişi ve kültürüne bağlı olarak yapılan iletişim türüne denilmektedir. Bireyler örgütün işleyiş ve kültürüne göre neleri yapıp neleri yapmamalarını öğrenerek ve buna göre davranışlar sergilemektedirler. Kişisel iletişim gibi sözlü veya yazılı şekilde gerçekleşebilmektedir. Örgüt içindeki yönetimin büyüyerek karmaşık hal alması, uzmanlaşma yolundaki ilerleme, firmanın gelişmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin hızla artması örgütlerde iletişimin önemini arttıran başlıca faktörler arasında yer almaktadır (Arslan ve Arslan, 2003).

Örgüt içi iletişimin özelliği örgütün amaçlarının gerçekleşmesini sağlayan bilgilerin aktarılmasıdır. Örgütsel iletişimin amacı, yeniliklere ve gelişmelere ayak uyduran bir sisteme sahip olabilmektir. Tek yönlü olmayan dinamik bir yapıya sahiptir (Mumby, 1996).

Örgüt içi iletişimin başarılı bir şekilde sürdürebilme, çalışan ve yöneticilerin ortak amaçlarının gerçekleşmesi, motivasyonlarının artması, doğru iletişimi yakalamaları en az üreten güç ve sermaye kadar önem teşkil etmektedir. Ayrıca örgüt içinde sağlanan samimi ve etkili iletişim, çalışanların örgüt amaçlarını ve kurallarını benimseyerek ve kavrayarak örgüt ile bütünleşmesini kolaylaştırmaktadır (Gürgen, 1997).

Örgüt içi iletişimde etkin olabilmek için yöneticiler ve çalışanlar iletişime istekli olması sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra tüm çalışanlar örgütün kendileriyle eşit etkileşim ve iletişimde bulunduğu farkında olmalıdırlar. Örgüt içi iletişimde üstler astlarının problemlerine vakıf olmalı onlarla gerçekleştirdikleri doğru iletişim ile sorunlarını

gidermeli, sorumlulukları hakkında bilgilendirmeli ve motivasyonlarını arttırmaları sağlanmalıdır (Jensen, 2003).

1.5.4. Kitle iletişimi

İlk olarak 1940'ların başında Harold D. Lasswell tarafından kitle iletişim kavramı kullanılmıştır. Lasswell'e göre: Kitle iletişim, bilgi, düşünce ve tutumların büyük ve dağınık bir kitleye, bu amaç için geliştirilmiş araçlarla iletilmesi anlamında kullanılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda hem de bireye maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu tarafından kolayca elde edilebilmektedir (Mutlu, 1994). Kitle iletişimde, kitleyi halk olarak açıklayabiliriz, yani kitleler toplumun bütününe veya bir kısmını kapsayan ve etkileyen güç unsurudur. Kitle iletişimde, iletişim kitle iletişim araçları ile kurulmaktadır.

Kitle iletişimde belirli bir kaynaktan alıcılara (hedef kitleye) tek yönlü olarak bilgiler aktarılmaktadır. Her tek yönlü iletişimde olduğu gibi bu iletişimde de mesajın ulaşp ulaşmadığı veya doğru anlaşılıp anlaşılmadığı tam olarak bilinmemektedir (Uluata, 1991).

Kitle iletişimin sağlanmasında rol alan kitle iletişim araçları, kültürel, ekonomik, eğitim, politik, eğlence, gündem gibi birçok kamusal görevi yerine getirerek ve bu sayede toplumun güç simgelerinden biri haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları ile kısa sürede geniş kitlelere istenilen haberler, maddeler, olaylar, yenilikler, gelişmeler, buluşlar aktarılır. Bu amacın gerçekleşmesi için kitle iletişim araçları olan, posta, telgraf, fax, gazete, radyo, uydular, televizyon ve bilgisayar kullanılmaktadır (Işık, 2000).

Kitle iletişim ilk başlarda işaretlerle başlamış olsa da iletişimin zamanla yenilenmesi ile kitle iletişimde de gelişim ve yenilikler kaydedilmiştir. Dilin gelişmesiyle devam eden kitle iletişim, yazının icadıyla, mektup, telgraf, gazete, fax hatta kitaplar ile geniş kitlelere ulaşmıştır. Sonraki süreçlerde internet, bilgisayar, mobil telefonların kullanımı ile kitle iletişimi hızlı bir şekilde toplumun bilgi ve iletişim konusundaki yeniliklerden daha çabuk ve aynı anda haberdar olması durumu gerçekleşmiştir (Gökçe, 2006).

1.6. Bilgi ve İletişim Teknolojileri

Bilgi, fikir ve eylemlerin kolayca akışını gerçekleştiren teknolojik araçlara, bilgi iletişim teknolojileri denilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgiye ulaşılmasını ve oluşmasını sağlayan her türlü görsel, işitsel, basılı ve yazılı araçları kapsamaktadır. Bilginin toplanması, işlenmesi, erişilmesi ve dağıtılmasına hizmet eden teknolojiler, uygulama ve hizmetlerin bütünü ve sistem üzerindeki bilgileri tümü olarak da açıklanabilmektedir (Sarıhan, 1999).

Bilgi ve iletişim teknolojileri, radyo, televizyon, cep telefonu, uydu sistemleri, bilgisayar ve internet ağının donanım ve yazılımı ile bunlarla alakalı video konferans ve uzaktan eğitim, öğretim gibi çeşitli servisleri ve uygulamaları içermektedir (Davenport, 1997).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin amacı; bilgiye kolay ulaşmayı sağlamanın yanısıra, bilginin aktarılması, bilgileri toplama, saklama ve aktarma faaliyetindeki masrafları azaltması ve hızlı haberleşmeyi sağlaması da bulunmaktadır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla ilerleyişi dünyanın her yerinde her an gerçekleşen olaylar hakkında toplumun kolaylıkla haberdar olmasının önünü açmaktadır (Ahsan ve Shah, 2006).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve sağladığı olanaklar sayesinde sağlık, eğitim, günlük yaşam, mühendislik, iletişim, sanatları, sanayi, ticaret ve bankacılık gibi birçok alanda kolaylıklar ve ilerlemeler kaydedilmektedir (Yüksel, 1987).

1.7.Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Gelişimi

Bireylerin olgusal ve düşünsel olayları bilgi haline getirmesi ve bu bilgilerin nesilden nesile aktarılmasındaki ana unsurlardan biri dildir. Dilin oluşumuna kadar süre gelen süreçte toplum, çizimleriyle şekilleriyle iletişimini sağlamıştır, fakat dil, insanlara olayların ve olguların aktarılması için ifadenin ne kadar önemli olduğunu ve bu ifadenin aktarılmasının da önemini ortaya çıkarmış bu da iletişim araçlarının gelişimini olanaklı hale getirmiştir (Hoppenbrouwers ve Weipand, 2000).

Dilin ortaya çıkışından, internetin yapısının oluşturulup geliştirilmesine kadarki tarihsel süreç içerisinde tüm iletişim araçları ile düşün ve sanat ürünleri, olay ve olguların aktarılmasında önemli işlevleri olmuştur. Sürekli gelişmekte olan iletişim araçları sadece

bilginin aktarımını değil aynı zamanda aktarılan bilginin biçimini, niteliğini ve içeriğini de etkilemiş ve değişime uğratmıştır (Işık,2000).

Teknolojik gelişmelerin iletişim alanlarında kullanılması yeni mesleklerin ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır bunlar görsel, sözlü, basılı birçok düşün ve sanat ürününü beraberinde getirmiştir. Bilgi iletişim teknolojilerinin bilgi sermayesine olan katkılarının yanında üretim geliştirmeye de katkıları bulunmaktadır (Selçuk, 2008).

Bilgi, bilişim, bilgi ve teknoloji çağı diye adlandırdığımız bu çağın temelleri ABD'ye dayanmaktadır. Globelleşen dünya 1990'larda bütün bir sanayi şirketlerinin iç içe geçmesi, stratejik ortaklıklar ve ağlar kurulması yönünde gelişmeler gösterirken artık şirketlerin ulusal kökenli olmasındaki önem ortadan kalmıştır (Kenny, 2000).).

Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan toplumda, hayat boyu eğitim ilkesi benimsenerek bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan ülkelerin de en temel politikası haline gelmiştir. Bu ilke, daha iyi yaşam tarzı için bilgili bir toplumun yaratılması üzerine temel oluşturmuştur. Ayrıca bu toplum değişme, yenilenmeye ve gelişmeye her zaman daha kolay adapte olmaktadır (Information Society Commission, 2002).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin temelini ABD'ye dayanmasındaki en önemli aktör hiç şüphesiz Silikon Vadisidir. Silikon Vadisi dünya lojistik kümelemeleri arasında en başarılı olmuş sadece Amerika'ya değil tüm dünyaya bilgi ve iletişimin doğru düzgün ve zamanında aktarılması ile ortaya çıkan yeni teknolojilerin örneklerini sunmuştur. Vadinin temelleri 1951 yılında atılmıştır ve 1990'ların sonuna doğru bazı başarılı bilgisayar teknolojisi üzerine çalışan şirketler Silikon Vadisinde ortaya çıkmaya başladı. Bu firmalar aralarındaki bilgi alışverişi ve iş birliği ağının oluşumunda da bir bilgi havuzu ortaya çıkararak bundan yararlandı ve bir nevi firmalar arası iş bölümü, iş birliği, istenilen alana kolaylıkla odaklanma gibi şirketlere önemli katkılarda bulunmaktadır (Kenny, 2000).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sık kullanımı ile ortaya ulusal ve uluslararası platformlarda başarılı kümelenme örnekleri çıkmaktadır. Bu sayede firmaların gelişimi, artarken ülkelerin de bilgi ve iletişim teknolojileri kullanarak yenilikçi davranışı benimseyerek ilerlemesini ve gelişmesinin de yolunu açmaktadır (Aydın, 2016).

Değişen teknoloji, yenilikleri beraberinde getirdi. Bu yolla postadan e-maile, ticaretten e-ticarete, eğitimden e-eğitime gibi değişimler hayatımızın her alanında yer almaya başlamıştır. Bu gönderilerin gerçekleştiği alan olan internet ağı toplum tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bu ağ sayesinde toplumun her kesimi arasında zamana bağlı kalmadan bilgisayar üzerinden veri gönderme, görüntü gönderme ve hatta ses gönderme avantajlarından yararlanılmaktadır (Nonaka,1999).

Bilişim firmalara her geçen gün yeni iletişim yolları sunarak paylaşımlarını arttırırken, bilginin bilgi olma hatta yenilenme yolundaki en önemli adımını gerçekleştirilmesinde de büyük rol oynamaktadır. (Harrold's, 2000).

1.8. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Boyutları

Türk Dil Kurumunun sözlüğünde bilişim; insanoğlunun ekonomik ve toplumsal alandaki iletişiminde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin özellikle elektronik makineler aracılığıyla düzenli ve akla uygun biçime işlenmesi bilimidir. Bilgi ve iletişim teknolojisi, bilgi ve iletişimde kullanılan bütün araç ve gereçlerin oluşturduğu sistem olarak tanımlanmıştır (Güçlü ve Sotirofsk, 2006).

Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgiyi elde etme, saklama, iletme ve kullanılması amacıyla kullanılmaktadır. Teknoloji tipik olarak bilgisayarları, telekomünikasyon araçlarını, uygulamaları ve diğer yazılımları içeririrken, bilgi ise veri, ses, görüntü, video vb. unsurları içermektedir. Bilgi ve teknolojik unsurların arasındaki bağlantıyı kanallarla kitlelere aktarma işlemi de iletişim ile gerçekleşmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri genellikle iş süreçlerini BT hizmetleri aracılığıyla desteklemek için kullanılmaktadır (Hanna ve Rance, 2011).

Bilgi ve iletişim teknolojileri sağladıkları olanaklar sayesinde kurum ve kuruluşların ürün ve hizmet üretim faaliyetlerinin daha hızlı, etkili ve verimli hale gelmesini amaçlamaktadır. Bu bağlamda bilişim teknolojilerinde temel hedef, firmalar tarafından yürütülen hizmetlerde etkinliğin ve verimliliğin artmasını ve elektronik ortamlarda sunulan hizmetlerin yaygınlaştırılmasıdır. Verimliliğin artması ve sunulan hizmetlerin yaygınlaşması sonucunda firmalar arasındaki bilgi paylaşımı ve birlikte çalışabilirliğin oranında da artış meydana gelmektedir (Çarpar, 2003).

Kurum ve kuruluşların bilişim hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilişkisi sonucunda ortaya çıkan boyutlar ile işletmeler belirli değerlendirmeler elde etmektedirler.

Bu değerlendirmedeki boyutlar dört ana maddede toplanmıştır. Bunlar bilişim teknolojileri eğitimi, bilişim teknolojileri stratejisi, güncel haberleşme takip uygulamaları ve son olarak iş zekası uygulamalarından oluşmaktadır (Pekkan ve alışkan, 2018).

1.8.1. Bilişim teknolojileri eğitimi

Bilişim teknolojileri eğitimleri değişen ve yaygınlaşan bilişim hizmetleri sayesinde giderek önemli hale gelmiştir. İş başında eğitim ve iş dışında eğitimin yakından takibi, analizi ve yorumlanması bilişim teknolojileriyle birlikte kurum ve kuruluşlara kolaylık sağlamaktadır. İş başındaki eğitim, kişinin bilgi, beceri ve tecrübesini arttırmakta ve bundan sonraki kazanımlarına da yol göstermektedir (Kalkandelen, 1976). Böylece eğitimde meydana gelen aksaklıklar veya yanlış anlaşılmaların önüne gelimekte ve çalışanların yeni bilişim teknolojilerine uyum sürekliliğinin sağlamaktadır. Bunun yanı sıra çalışanların yeni bilişim teknolojilerine uyum sağlaması ve kabullenme süreci gelişim gösterirken, aynı zamanda bu uyum sağlama ve kabullenme bilişim teknolojileri sayesinde yakından takip edilmektedir.

İş dışındaki ve iş başındaki eğitimle uygulanması olanaksız olan öteki durum ve sorunların çözüm yollarının gösterilmesi de mümkün hale gelmektedir. İş dışındaki eğitim, işlerin standart düzeyde görülmesi zorunlu olan durumlarda da yararlı olmaktadır (Kalkandelen, 1976). Yeni bilişim teknolojileri sayesinde işletme kültürüne uyum sağlamada karşılaşılan problemlerin giderek azaldığı gözlemlenmiştir. İş dışındaki eğitimler sayesinde güncel sorunla yakından takip edilerek bu konularla ilgili çözüm yolu bulmayı da hızlı hale getirmektedir. Bu yolla kurum ve kuruluşlar yeni bilişim teknolojilerini araştırmada ve bulmada sürekli gelişme göstermektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin değişimi, hızı ve farkı bu konudaki eğitimlerinde hızını ve farkını arttırmaktadır.

1.8.2. Bilişim teknolojileri stratejisi

Bilişim teknolojileri kullanan bütün organizasyonlar başarılı olmak için bilişim teknolojilerine bağlıdırlar. Eğer bilişim süreçleri ve hizmetleri uygun bir Şekilde yönetilmiş, uygulanmış ve desteklenmiş olursa iş süreçlerinde başarı daha çabuk yakalanacaktır. Bu Şekilde iş süreçleri, verimli zamanların kaybından daha az zarar görürken, maliyeti azalmış, kar artmış, halk ile ilişkileri geliştirilerek istenilen iş hedefleri gerçekleşmiş olacaktır (Cartlidge, 2007)

Bilişim teknolojilerinin kullanımı ile firmalarda üst yönetimin bilişim teknolojilerini kullanmasında sürekli artış meydana gelmektedir, bunun sayesinde bilişim teknolojileri stratejilerinin hedefi iş hedefleri ile uyum sağlanmaktadır. Bilişim teknolojileri kullanımı, uygulama planının işletme stratejisi ve planları ile uyumu giderek arttırmaktadır bu yolla iş hedeflerini destekleyen yıllık bilişim teknolojileri faaliyetleri belirlenip uygulamaya geçmedeki stratejiler oluşturulmaktadır ve bilişim teknolojileri departmanının strateji üretmedeki etkinliğinde artış meydana gelmektedir (Yıldız, 2007)

Firmaların uzun dönemde bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak oluşturacakları planlar ve bu planların uygulanmaya geçirilmesi sürecine verdikleri önem gün geçtikçe artmaktadır, bu yolla iş çıkarlarına göre stratejiler oluşturulup değerlendirmeler yapmakta avantajlar elde edebilmektedirler. Bilişim teknolojileri işletme verimliliğine olan ilişkilerinde devamlı beceri ve hassasiyet artışı gözlemlenmektedir, firmalar bu ölçme ve hassasiyet devamlılığı ile gelişmeleri kolaylıkla yakından takip edebilmekte ve firmaların bu yeni gelişimler göre şekillenmesinde önemli yeni stratejiler oluşturmaktadırlar (Berman, 1994).

1.8.3. Bilişim teknolojileri ile haberleşme ve güncel takip uygulamaları

Bilişim teknolojileri, eğitim, haberleşme, ticaret, sosyalleşme gibi alanlarda kullanılıyor olsa da asıl kullanım amacı bilgi alışverişini gerçekleştirmektir. Bilişim sistemleri sayesinde güncel konuların yakından takibi, çeşitli bilgilere aynı anda ulaşılabilirliği, kişilerin yapacakları işlemlerden anlık haberdar olmaları gibi avantajlardan yararlanılmaktadır (Can, 2010).

Bilişim teknolojileri, kurum ve kuruluşlara rakiplerinden üstün veya farklı performans göstermesi için yeni fırsatlar sunmaktadır. Aynı zamanda maliyetlerini değerlendirme ve tasarruf yapmalarına da imkanlar sağlarken pazar koşullarının değişimi ve gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bilişim teknolojilerinin sayesinde pazarlama yapısında değişiklikler meydana gelmektedir, firmaların elde ettiği rekabet üstünlüğü ile çalışanların iş performansında artış meydana gelmekte ve buna bağlı olarak verimlilikte artış gözlemlenmektedir. (Porter ve Millar, 1985).

Bilişim teknolojileri ile oluşturdukları haberleşme ve güncel takip uygulamaları sayesinde çalışanların ve müşterilerin internet bağlantı hızlarında artış görülmüştür. Bununla birlikte elektronik posta ve internet aktarmalı kullanımındaki artış ile iç ve dış

haberleşme için önem kazandığı görülmüştür. Çalışanların ofis otomasyonu kullanımında da artış meydana gelmiştir (Soyver, 2000).

Akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlarda mobil veri erişim ve iletişim sistemleri kullanım sıklığı ve etkinliği artmıştır, her an her yerde kullanılan, yararlanılan internet sayesinde, internet sitelerine ziyaret oranında artış meydana gelmiştir. Tüm bunların sonucu olarak kurum ve kuruluşların satış hacminde büyümenin meydana geldiği görülmüştür (Soyver, 2000).

1.8.4. Bilişim teknolojileri iş zekası uygulamaları

İş zekası kavramı insan ve teknoloji kavramları ile tanımlanıyor olsa bile iş zekasını meydana getiren kavram verinin bilgiye dönüştürülmesi olarak gözükmektedir (Howson, 2007).

İş zekası, örgütün tamamından toplanan verilerin analiz edilmesi ve yorumlanmasına imkan sağlayan teknolojik süreçler topluluğu olarak da tanımlanabilir. Bir bilişim teknolojileri danışmanlık şirketi olan Accenture (Accentur, 2007) sunmuş olduğu raporda iş zekasını altı bileşenden meydana geldiğini savunmuştur. Bunlar:

1. veri yönetimi
2. dönüşüm araçları ve süreçleri
3. veri depoları
4. veri analizi
5. sunum araçları
6. operasyonel süreçler

Altı bileşenin bir araya gelmesiyle oluşan iş zekasının sonucunda kurum ve kuruluşlarda bilgisayar destekli üretim ve tasarım etkinliğinde artış, bilgisayar ile satış tahmini ve raporlama etkinliğinde artış, elektronik iş gücü planlama ve değerlendirme etkinliğinde artış, bilgisayar muhasebe ve maaş sistemlerinin etkinliğinde artış, stok ve tedarikçi yönetim sistemlerinde artış, müşteri ve müşteri hizmetleri yönetim hizmetlerinde artış olduğu gözlemlenmiştir (Accentur, 2007).

İKİNCİ BÖLÜM

İŞ PERFORMANSI

2. İŞ PERFORMANSI

Performans, belirlenen şartlarda ve şekilde çalışanın bir işin yerine getirilme düzeyi ve davranış şekli olarak tanımlanabilir (Bingöl, 2003).

Global pazarda ilerlemek söz sahibi olmak ve bu pazarda tutunmak adına işletmeler sürekli olarak tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının farkında olmasının yanı sıra onların gelecekte neye ihtiyaçları olacağını da tahmin etmek adına birçok halkla ilişkiler çalışması yürütmektedir (Turun, 2010).

Hammaddeden başlayan ve tüketicinin ürün veya hizmetin kullanımından sonrasını da takibine alan işletmeler, tedarik zinciri yönetimini doğru ve etkili yönetebilmek için her geçen gün bilişim sistemleri ile olan alakalarını daha fazla güçlendirirken aynı zamanda yeni oluşumlara da kapılarını açmaktadır. Bu işlemlerin yürütülebilmesi için işletmeler, tüketici kadar çalışanlarının da istek ve ihtiyaçlarını tespit edebilmeli ve iş performansını etkili ve verimli şekilde arttırarak piyasada olan varlığını sürdürmeyi hedefleyebilmelidir (Barutçugil, 2006).

İşletmeler için iş performansı demek başarı demek, iş performansından istedikleri verimi alabilmeleri için başarıda en büyük paydan birine sahip olan, insan kaynakları departmanına ayrı önem vermektedirler. İnsan kaynakları sayesinde işletmeler çalışanlarının motivasyonlarını, performanslarını, verimliliklerini arttırmada ciddi adımlar ve geri dönüşümler almaktadırlar. İnsan kaynakları bunlarla birlikte çalışanın ne zaman neye ihtiyacı olduğunu anlamaya çalışıp çalışanı için doğru seçenekler sunarak çalışanın iş performansını arttırmakta ve motivasyonunu yüksekte tutmanın yolunu bulmaktadır (Turunç, 2010)

İşletmeler çalışanlarının performansı için özellikle ücretlendirme ve terfi gibi uygulamalara dayalı ödüllendirme metotlarını uygulayarak, çalışanın motivasyonu yüksek tutmayı amaçlamaktadırlar (Rousseau ve Mclean, 1993). Ayrıca performansa göre ödüllendirme şeklinin çalışanları motive etmede önemli bir rolü olduğu kabul edilmektedir. Bireyler için belirlenmiş bireysel ödüllendirme metotları da iş performansının artmasında

etkilidir. İş yerinde belirlenmiş performans standartları ile çalışanları belirlenen hedefe ulaşmak için de ayrı bir motivasyonla çalışmaktadırlar (Dysvik ve Kuvaas, 2011).

Firmalar, çalışanların iş performansını yüksek tutmak ve işe olan ilgisizliğinin önüne geçmek için çalışanların motivasyonunu arttıracak eylemler gerçekleştirmektedir (Öztürk ve Dündar, 2003). Motive edici faktörler veya iş tatmini ile çalışanların iş performansının artması ya da işten ayrılma niyetinin orta çıkması arasından ilişki bulunmaktadır.

2.1. Kurumsal Çerçeve

İş performansının iyileşmesinde, artmasında ve işten ayrılmaların önüne geçilmesi kıstasında kurumsal çerçeve tutumları şu şekildedir (Yıldız vd, 2014):

2.1.1. Motive edici faktörler

İşletmeler iş performansını arttırmak isterken işten ayrılmaları da azaltmak için değişik yöntemler denemektedirler. İşletmelerin tek amacı işin doğru zamanda ya da zamanında önce işin tamamlanmış olması ve çalışanın görevlerini yerine getirirken iş performansının yüksek olması sağlamaktır. Robbins ve Judge (2012)'ye göre motivasyon, çalışanın istenilen hedefe ulaşmada ortaya koyduğu, fikir, düşünce ve eylem olarak açıklanmıştır.

Bireylerin motivasyonlarını yükselten unsurlar her birey için ayrı öncelik sıralamalarına sahip olsa da bunlar genel olarak çalışanlara karşı, adaletli olmak, iş ve çalışma saatlerinin düzenli olması, yöneticilerin tüm çalışanlara tavır ve davranışlarında eşitlik, işletmenin sunduğu bireysel gelişim fırsatları, ücret ve yan haklar, çalışanların kararlarda söz sahibi olabilmesinin yolunu açmak, değerlendirmelerde bulunabilmeleri ve işletme ile iş verene duyulan güven olarak sıralanabilmektedir (Yıldız vd, 2014).

2.1.1.1. İş ve çalışma düzeni,

Bireylerin istekli bir şekilde işlerini yapabilmesi için, işi monotonluktan çıkararak eğlenceli hale getirmeye çalışılmalı, bu yolla bireyin işe karşı bakış açısını güzelleştirilerek coşkusu, öğrenme isteği artırılabilir. Her örgütte, istenilen işi ortaya koyarken çalışanların, kullandığı bilişim teknolojileri, edindikleri bilgiler, iş ortamı ve çalışanlar

arası ilişkiler, örgüt içinde gruplaşmalar, anlaşmazlıklar sonucunda ortaya stresin çıkmasına sebep olmaktadır (Aydın, 2004).

Çalışanların ortamındaki rahatsız edici faktörler motivasyonun düşmesine neden olabilmektedir. Örneğin, gürültü kirliliği, kir, ortam aydınlatması, havalandırma sistemleri işe odaklanma konusunda büyük öneme sahiptirler. Çünkü insanlar bu unsurlardan rahatsızlık duymalarına rağmen işlerini yapmak durumundalarsa o zaman işin hemen bitmesini ve bir an önce iş ortamından uzaklaşmayı isteyebilirler, bu durumda iş motivasyonunda düşüş meydana getirmektedir (Eren ve Hayatoğlu, 2011).

İş ortamları çalışanların keyifle bir arada olacağı ve bulunacağı temiz, kullanışlı, konforlu yerler haline getirilmeli, mekandaki ferahlatıcı ortam çalışanların çalışma isteklerini ve işe bağlılıklarını artırırken bu yolla iş performansı da verimlilik gözlemnecektir (Dysvik ve Kuvaas, 2011).

2.1.1.2. Yöneticinin tavır ve davranışları

Örgüt içinde performansın artmasında en önemli rollerden biri yöneticiye düşmektedir. İş görenlerin performanslarının artmasını sağlamak yöneticinin sorumluluğundadır (Çalık, 2003). İş performansında etkili olan bir diğer önemli faktör, yöneticinin tavır ve davranışlarıdır. Yöneticilerin unutmaması gereken en önemli şey onların orda diğer ekip arkadaşları gibi çalışan olduğudur. Artan yetki ve sorumluluklar ile birlikte iş performansında da etkili olan yöneticiler daima çalışanlarına lider olup onların işleri kavramasında ve sürdürmesinde yardımcı olmalıdırlar. İnsanoğlu mükemmel değildir, bu gerçekten yola çıkarak çalışanların da mükemmel olmadığını ve çalışanlarda keşfedilen özellikleriyle, onlara uygun işleri verip örgüte dahil olmasını yönetici sağlamalıdır (Çekmecelioğlu, 2007). Yöneticiler aynı zamanda her çalışanına aynı mesafede olmalıdır. Çünkü bireyler çalışma ortamında bir diğer kişiye gösterilen imtiyazların farkına varıp kendileri için geçerli olmayan bu ayrıcalık karşısında motivasyonlarını ve iş yerine, işine olan güvenlerini kaybetmektedirler. Bu hem iş yeri için hem de alışılmış örgüt içi akış için gerçekleştirilen işlem açısından duraksama ve aksama anlamına getireceğinden iş performansında düşüş meydana getirmektedir (Ölçer, 2005).

2.1.1.3. Bireysel gelişim fırsatı

Çalışanlar kendi bilgi ve tecrübelerini çalışma hayatında gösterdiklerinde motivasyonları artmaktadır. Çalışanların örgütle bütünleşmesini, doğru insanın doğru işe yerleştirilmesi, örgütte değişmekte olan kadro talebini karşılama ihtimali bireyin gelişiminde ve kariyer yönetiminde önemli rol oynamaktadır (Aytaç, 1997). Kendi becerilerinin yanında yeni bilgi ve becerilere sahip olmalarını sağlayacak fırsatlardan da yararlanmak istemektedirler. İşyerinde kapsamlı araştırmalar yapılması sağlanıp bireylerin kendi becerileri dışında ne gibi alanlarla alakalı olduğu öğrenilip buna göre herkesin ilgisini çekecek eğitimler düzenlenmeli ve bu eğitimlerin sonunda sahip olacakları beceriler konusunda çalışanlar bilgilendirilmeli ki yeni aldıkları eğitimler onlarda merak uyandırsın ve iş yerinde oluşan bu yeni eğitim havası ile çalışanların iş yerindeki monotonluktan kurtulması sağlanırken aynı zamanda iş performanslarının da artması sağlanmalıdır (Zimmerman, 2008).

Çalışanın ekibin iyi bir parçası olması örgüt için de kendi iş performansı açısından da önem teşkil etmektedir, çalışan ilk olarak birey olarak örgütteki tutum ve davranışları ile daha sonra örgüte uyum, örgütle paylaşım ve iletişimi ile değerlendirilmektedir. İş yerinde ekibe uymak ekibi tamamlamak önem arz etmektedir (Yıldız vd, 2014). İşin devamlılığı ve koordinasyonun artarak devam etmesinde ekip çalışmasının önemi büyüktür. Bireysel eğitimlerde bir araya gelen bireylerin paylaşımları artarken bu durum kendi aralarındaki iletişimi de kuvvetlenmektedir, böylece iş yerinde doğru iletişim frekansı yakalanmış olan birey kendini örgütün dışında hissetmeyerek motivasyonunu arttırmaktadır (Rousseau ve McLean, 1993).

2.1.1.4. Ücret

Sosyo-ekonomik kalkınmasını tamamlayamamış ya da gerçekleştirememiş toplumlarda çalışanların en çok motive eden ücret faktörüdür (Perry, 2003). Çalışanların motivasyonunda en etkili faktörlerden olan ücret, çalışanlar için en azından asgari şartlarda yaşamlarını idame edebilecekleri bir ücret olmalıdır, çok az kişi aldığı ücretten dolayı yüksek tatmine sahip olmuştur. İş yerinde en azından asgari şartlarda yaşamını idame edebileceği bir ücret almayan bireyin motivasyonu ve işe olan ilgisi gün geçtikçe azalarak, yok olacak ve bu durumun sonucunda çalışanın iş yerinden ayrılmasıyla noktalanacak durum gerçekleşecektir (Ölçer, 2005).

Çalışanları motive edici faktörlerden olan ücretin çalışanlar arasında anlam kazanması, ücretin çalışanların ortamda başkaları ile ücretini kıyaslamasından sonraki aşamada anlam kazanmaktadır (Peery, 2003). Yani kimin ne kadar ücret aldığı ve ücret arasındaki farkın fazla olup olmaması alınan ücretin, ederinin ortaya konmasında önemli etken olarak kabul edilmektedir. Örneğin aynı işi yapan, aynı saatlerde çalışanlar için ödenen ücret farklılık gösteriyorsa bu çalışanlar arasında verilen emeğe hassasiyet gösterilmediği kanaatinde bulunmasına ve bireyin bunun sonucunda motivasyonunu hızla kaybetmesine yol açmaktadır. İş görenlerin aldıkları maaş eşit veya dengeli değilse, terfiler orantısız ve haksız gerçekleşiyorsa, yöneticiler yeterince objektif değilse bu durum çalışanlar için önemli stres kaynağı oluşturabilmektedir. Ayrıca iş görenin maaşı, onun işe olan katkısını ve performansını göstermesi açısından da bir mesaj niteliği taşımaktadır (Yılmaz ve Ekici, 2006). İş tatmini ve çalışanların elde ettiği maddi çıkarlar, mesleki ilerleme, kariyer geliştirme ve iş akışının gerçekleşmesinde önemli etkiye sahiptir. Bunların sonucunda hem bireysel hem de örgütsel yüksek iş performansı elde edilebilir.

2.1.1.5. Kararlara katılım

Yeni bir ürün ortaya çıktığında, o ürünün ortaya çıkmasında rol sahibi olan birey veya örgüt için büyük bir mutluluk kaynağıdır. Yapılan onca işin geçirilen onca zamanın karşılığını görmek elbette çalışanların performansını arttırmaktadır Fakat ürünlerin ortaya çıkmasına kadar geçen zamanda çalışanların iş performanslarının yüksek olması gerekmektedir (Çakar ve Ceylan, 2005). Çalışanlar yaptıkları işlerde kararlara katılmak ve kendi düşüncelerini ortaya koymak isterler, bu yolla yaptıkları işlere katkıda bulunurlar. Çalışanların kararlarda söz sahibi olması, çalışanların iş tatmini arttırırken, işle ilgili tehditler hissetmesi azalır, bireyin kendine olan güven ve saygısı artar ve mesleğe olan ilgi ve alakasında artış meydana gelmektedir (Genç, 2005). Ortaya çıkan hizmet veya üründe aldığı kararlardan dolayı gerçekleşen müşteri tatmini sonucunda çalışanların iş performansı artacaktır ve bu yolla çalışanlar yeni yöntem ve uygulamalarla ürün ve hizmetlerin kalitesini arttırmaya çalışmak için içten gelen bir yüksek motivasyona sahip olacaklardır (Çakar ve Ceylan, 2005).

2.1.1.6. Değerlendirme

Çalışanlar yaptıkları işlerin değerlendirilip bu değerlendirmelere göre yol almayı istemekte veya beklemektedirler. Yapılan değerlendirmelerle çalışanların işe olan ilgi ve

alakalarının arttığı görülmektedir. Çalışanlar değerlendirmelere bakarak yaptıkları işin beğenilip beğenilmediği konusunda bir fikir sahibi olarak beğenilmeleri durumunda iş performanslarının arttığı gözlemlenmektedir. Örgüt içinde eğer adaletsiz başarı değerlendirmeleri gerçekleştirilerek çalışanlar için kariyer planlamaları olursa bu durum çalışanlar arasında çatışmaya dolayısıyla da strese sebep olmaktadır (Çiftçi, 2007). Ortaya çıkan strese bağlı olarak çalışanların iş performansında düşüşler meydana gelmektedir.

Değerlendirmenin etkin ve sistemli gerçekleşmesi için bu değerlendirmenin katılımcı performans değerlendirmesi olması gerekmektedir. Yani çalışanla karşılıklı görüşerek bu değerlendirme gerçekleşmelidir. Katılımcı performans değerlendirmesi ile çalışan kendisi ile ilgili görüş ve düşüncelerden haberdar olurken aynı zamanda örgüt içi iletişimin güçlenmesinde etkili olan bu yöntem ile çalışanların birbirini daha iyi tanmasına fırsat tanınmış olacaktır (Knudsen vd, 2008).

2.1.1.7. Güven duyma

İnsanlar geleceğine güvenle bakabilmek için çalışmaktadırlar. Fakat çalıştıkları iş yerine güven duymazlarsa bu çalışanların zamanla iş performansını kaybetmesine ve işten ayrılmasına kadar götürecek bir sürecin habercisi olmaktadır. İş yerindeki geleceğine karşı karamsar olan bireyler çalışmak için olan isteklerini kaybetmektedirler (Ölçer, 2005).

İşletmeler, çalışanlara ümit vermeli, işlerini doğru ve zamanında yapmaları sonucunda işyerinde iyi kariyer fırsatı kazanmaya ve yaşamaya olanakları olduğunu onlara göstermelidir. Değerlendirmelerin nesnel ölçütler ile yapıldığı konusunda şüphelerin olması gerekmektedir (Zimmerman, 2008). Çalışanların çalışmaları ve deneyimlerine rağmen terfi edilmemesi veya terfide subjektif tutumlar, başkaları için geçerli olan hızlı veya adaletsiz terfi, hırs ve başarı arzusunun önüne geçilmesi gibi etkenler stres kaynağı olabilmektedir (Palmer ve Hyman, 1993). Bu durumun sonucunda çalışanın hem örgüt içindeki iletişimi düşer hem de buna bağlı olarak çalıştığı işe güveninde azalmalar meydana gelmektedir.

Her an işini kaybedeceğini düşünen, ne yaparsa yapsın bunun karşılığını alamayacağını düşünen çalışanı işletme zamanla kaybedecektir. Bunun için işletmelere çalışanlara karşı her zaman eşit olduğuna ve gerçekleştirdiği etkinliklerle çalışanları için fırsatlar sunduğunu gözler önüne sermelidir (Fabusoro vd, 2008).

İş performansının artmasında etkili olan bir diğer faktör çalışan için ilgi çekici bir işte çalışıyor olmasıdır. Bu bağlamda yöneticilere büyük işler düşmektedir, hangi çalışanın neye ne kadar eğilimi olduğunu bilerek kişiler arası ayırım yapmadan gerçekleştirilen iş dağılımı sonucunda ilgili ve alakalı olduğu işte çalışan birey iş performansını her an yüksekte tutmak için içten gelen bir heyecana sahip olacaktır (Bowling, 2007).

İş performansında bir diğer dikkat edilmesi gereken kriter kişisel sorunlara yaklaşım konusu olmalıdır. İş yerlerinde her bireyin kendine göre sorun ve sıkıntıları meydana gelebilmektedir, bu sorunlara karşı yöneticiler hem hassas olmayı başarıp hem de aynı zamanda bu hassasiyetin suiistimal edilmemesini sağlamanın yolunu bulacak şekilde bireyi değerlendirmeye almalıdır. Çalışan bu yolla bireysel sorunlarına karşı iş yerinde kendisine karşı gösterilen hassasiyetin sonucunda mutlu hissedip iş performansını arttırmaktadır (Turunç,2010).

Her gün iş yerine gelebilmek için kişinin gösterdiği çaba ile beraberinde ortaya koyduğu iş performansının sonucunda gerçekleşen başarı hem bireysel olarak hem de örgüt açısından yüksek iş performansı anlamına gelmektedir. Çabalarının karşılığını gören her bireyin günden güne işe ola güveni ve bağlılığı artarken çalışanın iş performansında artışın gerçekleşmesini de sağlayacaktır. Böylelikle hem çalışanlar hem de iş yerinde istenilen performanslar ortaya koyularak sektörde devam edebilmek adına sağlam adımlarla ilerleme gerçekleştirmektedirler (Çekmecelioğlu, 2007).

2.1.2 İşten ayrılma niyeti

İşletmeler, çalışanlarına bilgi teknolojileri eğitimleri ile yapmış oldukları yatırımlar ve çalışanların zamanla iş hakkında elde ettikleri bilgiler ile birlikte işten ayrılma niyetine girmeleri işletmeler için oldukça maliyetli olduğundan (Alexander, 1994) işten ayrılma niyeti, işletmelerin en önemli sorunlarından biridir. İşten ayrılma niyeti sadece işten ayrılan ya da motivasyonu düşen çalışan için değil aynı zamanda işveren için de önem teşkil etmektedir (Knudsen vd, 2008). Kimi zaman çalışanlar istenilen performansı göstermelerine rağmen kendi istedikleri iş tatmininin gerçekleşmemesi ya da yöneticilerin haksız davranışları sonucunda işten ayrılma niyetine girebilmektedirler. Bu durum işletmeler için büyük bir sorundur çünkü her çalışanın işe alınması, alındıktan sonra aldığı eğitimler, kazanılan örgüt içi iletişim ve işletmeye dair özel bilgilerle donatılan bir

çalışanın işten ayrılması hem maddi hem de manevi zarar anlamına gelmektedir. Bu aynı zamanda diğer çalışanlar içinde, işte güvensiz bir hava oluşmasına sebep olabilir. İşletmelerin yatırımlar yapıp eğitime tabi tuttıkları çalışanlarının işten ayrılması durumunda işletme için yeni maliyete ve kaybedilen çalışan nedeniyle hem örgütte istenmeyen eksiklik hem de istenmeyen çalışan kaybına sebep olmaktadır (Top vd, 2010).

İşten ayrılma, firmanın çalışanına yapmış olduğu tüm yatırımları, çalışanın bir anlık kararıyla çöpe atabilmesi anlamına gelmektedir. Genellikle işten ayrılma niyetine giren bireylerin bunu kısa zaman sonra fiili olarak da gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir (Turunç ve Çelik, 2010).

İş yerleri ve yöneticiler çalışanlarının işten ayrılma niyetine girmesini önlemek için yukarıdaki motive edici 7 maddeden yararlanırken aynı zamanda her işletmenin kendi içinde barındırdığı zorluklar göz önüne alınarak buna göre de çalışanların motivasyonlarını yükseltecek ve iş performansını arttıracak yöntemler bulmaktadırlar (Eren ve Hayatoğlu, 2011).

2.2. Performans ölçümü ve önemi

Rekabet edebilmek, istediği ürün veya hizmeti elde edebilmek için çalışanlarının iş performansından verimlilik bekleyen firmalar için insan kaynakları departmanı büyük önem taşımaktadır. Çünkü örgüt içi performansının artırılmasında insan kaynaklarının verimliliğinin önemli bir etkisi görülmektedir (Turunç, 2010).

Performans ölçümleri işletme için ayrı bir bilgi kaynağı oluşturmaktadır. Tüm işletmeler kendi içlerinde belirli kriterler oluşturarak performans ölçümünü gerçekleştirmektedirler Uygulanan yönetim ve gerçekleşen üretim ile işletmeler sürekli yeni bilgilere kavuşurken diğer taraftan da bu bilgileri çalışan örgütte doğru iletilip iletilmediğini de denetlemektedir (Akal, 2000). İşletmeler hiç kuşkusuz elde ettikleri bilgilerin doğru iletilip iletilmediğini ortaya koyan iş performansını da takip etmektedirler. Bilginin yanlış iletilmesi sonucunda elde edilen üründe veya uygulanan hizmette aksaklıklar veya hatalar ortaya çıkabilmektedir (Grady, 1991).

Performans ölçümleriyle elde edilen bildiler tüm işletmeyi yöneten ve yönlendiren bilgileri kapsamaktadır. Sürekli gelişmekte ve ilerlemekte olan işletme, elde ettikleri bilgi

kaynaklarıyla kendilerine yeni rotalar oluşturdıklarından bu ölçümler işletmeler için son derece önem teşkil etmektedir (Zerenler, 2003).

İş performansı ölçümünde ana konu işletmenin stratejisine uygun tercihlerde bulunulurken aynı zamanda maliyetleri azaltmayı ya da ayarlanan bütçeye göre karda kalmayı başarabilmeyi getiren süreci doğru bir şekilde yürütebilmektir. İş performans ölçüğü işletme içi yapıcı ve ek değer yaratıcı özelliklere sahip olmalıdır (Marr ve Schiuma, 2003). Diğer taraftan gerçekleştirilen ölçümler tutarlı, planlı, programlı, az kaynak harcayarak hızlı bir şekilde doğru hedefe ulaşmada etkili rol oynamalıdır. Bu şekilde hedefe ulaşmak için ekip dayanışmasına yatkın, yaratıcı, sabırlı, analitik düşünme yeteneği iyi olan ve aynı zamanda iş performansı ölçüğü kültürünü benimsemiş olan çalışanlarla iş performans ölçüğünün gerçekleştirilmesi ve doğru sonuçlara varabilmesi mümkün olacaktır (Fidanboy, 2008).

İş performansında gerçekleşen yanlış uygulamalar veya varılan yanlış sonuçlar sonucunda iş performansında artışın meydana gelmesi yerine, iş performansının düşmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte, bu yanlışların çözümü için harcanan zaman, gereksiz bilgi toplanmasına yol açarak zaman kaybına neden olmaktadır (Bilgen, 2001).

İş performansı ölçümlenmesinde bunun gibi hataların gerçekleşmemesi için iş performansını değerlendiren tüm departmanların, bölümlerin ve ilgili kişilerin bilgilerine başvurulmalı ve karara varmadan önce ortak bir görüş üzerinde hem fikir olunmalıdır. Bu yolla doğru iş performansı ölçme şeklini seçip uygulamada da meydana gelebilecek aksaklıkların veya yanlış anlaşılmalara önüne geçilebilmektedir (Zerenler, 2003).

2.2.1 İyi bir iş performans ölçme sistemi nitelikleri

Belirtilen işin doğru zamanda doğru şekilde yapılması veya tamalanması (Eren ve Hayatoğlu, 2011) iş performansı kavramını ifade etmektedir.

İş performansının doğru bir şekilde ölçülmesini sağlamak için belirli nitelikler bulunmaktadır. Bunlar, bilgi vericilik; bu iş performansı ölçümünde işletmenin hem iç hem de dış çevreleri ile ilgili iş performansı analizi yapılmasını sağlamaktadır (Marr ve Schiumo, 2003). Gelişme sağlayan iş performansı ölçümünde, işletmeler mevcut durumlarını geliştirmeyi ve bunu yaparken çalışanların işe katılımlarını arttırmayı planlamaktadır. Bu yolla işletme yöneticileri karar alma ve alınan kararlar doğrultusunda

ilerlenmesi konusunda belirli yollar seçerek iş performansını arttırmayı planlamaktadır. Bu tür iş performansı ölçümleri sonucunda, çıkan sonuçlar çalışanlara direk olarak iletilerek, kendi durumlarını değerlendirme ve geliştirme şansı tanınmaktadır (Şimşek ve Nursay, 2002).

Anlaşılmak, bir diğer iş performansı ölçme niteliğindedir, çünkü elde edilen bilgilerin çalışanlar tarafından kolay anlaşılır ve açık olarak anlayacağı şekilde iletilmesi sağlanmalıdır. İletilen bilgilerin doğru ve açık bir şekilde iletilmesi durumunda çalışan ne yapması gerektiğini anladığından iş performansı istenilen düzeyde tutulmaktadır (Zimmerman, 2008).

İş performansının istenilen düzeyde gerçekleşmesinde, güncellik ve zamanlama büyük öneme sahiptir. İşletme içi iletişimde bilgi doğru zamanda doğru şekilde sunulmadığı ve eklenen yeni bilgilerin anlaşılır bir şekilde ifade edilemediği yerlerde istenilen iş performansında düşüşler meydana gelmektedir (Barutçugil, 2002).

İşletmelerde çalışanlar, iş yerinde meydana gelen değişime ayak uydurabilmeli ve bu değişimin gerekliliği çalışanlar açısından anamlanmalıdır. Eğer iş yerinde çalışan birey gerçekleşen değişimin nedenini anlayamazsa benimsemez bu durumda iş performansında aksama ve hatta düşüşler meydana gelmektedir (Han vd, 1998).

İşletmeler iş performanslarının ölçümünde esnek olmayı başarabilmelidir, aksi halde iç ve dış çevrede sahip olamadığı esneklik, örgüt içi ve dışında dayanıklılığını zorlayabilir hatta bu durum doğru düzenlemelerin yapılamaması durumunda işletmeleri yeniden yapılandırmaya götürebilecek süreçler içine alabilmektedir (Şimşek ve Nursay, 2002).

İşletmeler sürekli yenilenen bilgi ve iletişim ile kendi vizyonlarını da değiştirmektedir. Her yeni değişim kendi içinde yeni yapılanmalar ve yeni uygulamalar getirmektedirler. Bir işletme değişen koşullara ayak uydurmaya çalışırken kendi stratejilerini ve iletişim politikasını göz önüne alarak gerçekleştirdiği işletme performans ölçeği ile istediği iş performansına kavuşmayı hedefleyebilir ve başarılı olabilmektedirler (Sastri, 1999).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YENİLİKÇİ DAVRANIŞ

3. YENİLİKÇİ DAVRANIŞ

Kimi akademisyen yenilikçi davranışı düşünsel bir süreç olarak değerlendirirken kimi de çok basamaklı ele alıp bu düşünsel sürecin uygulanmasını da dahil etmektedir. Bununla birlikte tanımlamada kullanılan yaratıcılık kavramı da yenilikçilik ile karşılaştırılmakta kimi akademisyen tarafından birbiri yerine kullanılmaktadır. Bu karmaşa içinde yaratıcılığı daha düşünsel ele alıp yenilikçiliği de yaratıcılığın bir çıktısı, bir nevi uygulanışı şeklinde tanımlamak karışıklığın önüne geçecektir (Çalışkan, vd, 2011).

3.1. Yenilikçilik Kavramı, Tanımı ve Önemi

İnovasyon kavramı yenilikçilik kavramını sağlamakta sığ kalmaktadır çünkü ürünler ya da uygulamaların yanında örgütün etki alanını da içerecek şekilde tanımlanması daha doğru ve kapsayıcıdır (Çalışkan, 2007).

Yenilikçilik sözcüğü yenileşim, yani inovasyon Türkçeye inovasyon olarak çevrilmiştir. Fakat inovasyon 16. Yüzyılda yaygın olarak bir deney sonucu ortaya koyulan önceliklere hiç benzemeyen ürün veya uygulama biçimi anlamlarıyla kullanılmıştır. (Aksay, 2011).

Yenilikçilik kelimesi, Latince “innovatus” sözcüğünden kaynağını almakta olup toplum, kültür ve yönetim alanında yeni sistem veya yönetimlerin kullanılmaya başlanması olarak ifade edilmektedir (Elçi, 2006).

Yenilikçilik kavramı , firmalarda yeni bir ürün yaratma veya üretim ve işletme süreçlerinde olumlu değişkenler oluşturma (Gareth, 2001), olarak ya da mal ve hizmet üretiminde yeni metodların uygulanması ve çalışma şartlarında yeni uygulamaların geliştirilmesi (Samuel, 2000) olarak tanımlanabilmektedir.

Yenilikçilik var olduğu firmalarda hızlı değişim etkisine sahip olabilmektedir. Buna bağlı olarak yenilikçiliğin benimsendiği firmalar, değişimlere, gelişimlere ve yeniliklere daha kolay uyum sağlamaktadırlar (Han vd, 1998). Yeniliklere kolay uyum sağlayan firmalar her geçen gün artan rekabet ortamında farkındalıklarını ve farklılıklarını ortaya koymaları daha kolay olduğundan piyasadaki duruşları da buna bağlı olarak daha

sağlam şekilde devam etmektedir. Yakın dönemde gerçekleştirilen çalışmalar değişim ve yeniliğin işletmeler ve yöneticiler açısından ne kadar hayati önem taşıdığını ispatlar niteliktedir (Caldwell ve O'Reilly, 2003). Yeni fikir, düşünce, ürün veya hizmetlerde beklenen ya da beklenmedik tüketici isteklerine yenilikçi firmaları diğer firmalara göre avantajlı konuma ve tercihte ilk sıraya yerleşmesine neden olacaktır. Global anlamda rekabet sürecinin performansı, modern çağda örgütlerin yenilik yapma stratejilerini özümsemelerine bağlıdır (Freeman ve Soete, 2003).

Yenilikçiliğin talebinde en önemli kriterlerin başında globalleşmenin sebep olduğu dayatmalar gelmektedir. Çünkü bilgi ve bilgi teknolojilerinin sürekli değişim ve gelişim göstermesi yenilikçiliği ve yenilikçi davranışı zorunlu hale getirmektedir. Bunun sonucunda işletmeler farklarını ortaya koymak için hem yenilikçi politikalar ve uygulamalar ile verim ve performanslarını arttırmayı başarabilmiştir. Yenilikçilik globalleşen piyasada ayakta kalmanın en önemli koşullarından sayılmaktadır. Firmalar yenilikçi davranışı gerçekleştirebilmek için doğru stratejik yolları bulmalı ya da keşfetmelidir (Deshpande vd,1993).

3.2. Yenilikçi Davranışın Tanımı ve Önemi

Yenilikçi davranış, karar alma, misyon ve vizyon üzerinde etkin rol oynama gibi özellikleri üzerinde barındıran üst düzey yöneticilerce benimsendiği takdirde organizasyon için mükemmel çıktılar verebilmektedir. (Çalışkan, 2007). Yenilikçi davranışın önemini vurgulayan başka bir açıklamaya göre, rakiplerinden farklı eylemlerde bulunarak pazar paylarını artıran, sürekli değişim ve gelişime ayak uydurmasında kolaylıklar sağlayan durum firmaların yenilikçi davranışı benimseyip uygulamasından olarak kabul edilmektedir (Caldwell ve O'Reilly, 2003).

Bir başka tanıma göre, yenilikçi davranış, bir örgüt üyesi veya firma çalışanının irade ve isteği dahilinde ürün, hizmet, prosedür ve süreçlere yönelik düşünceleri özümseyip kabullenerek, bu fikirleri kendi işine, birimine veya organizasyonun bütününe uygulamasıdır (West ve Farr, 1989).

Yenilikçi davranış yıkıcı olabilir veya kendisiyle birlikte baştan aşağı bir yenilik getirebilir. Eski düzeni yok sayıp o düzene bağlı ürün ve hizmetleri de demode hale getirebilir. Ama bunların yanında var olan bilgiyi şekillendirip, inşa ederek yeni oluşumlara sebep olabilir. Bu durumda yenilikçilik var olan işin işletme açısından daha

verimli gerçekleşmesini ve artan verim ile birlikte piyasadaki rekabet edebilme gücünü de korumaktadır (Nemli, 2003).

Rekabet stnlğ sağlayarak stratejik değere sahip ve dinamik bir kabiliyet olan yenilikçi davranışa firmalar son zamanlara daha fazla yoğunlaşmışlardır. Böylelikle işletmeler ve çalışanlar sorunların giderilmesi için yeni yöntemler bulabilmek, faydalı olabilecek yeni fikirler üretebilmek, yeni mal ve hizmetler sunabilmek, yeni yönetim politikalarını uygulamak için avantajlı pozisyona sahip olabileceklerdir (alışkan, 2013).

Baldwin'in (1996) alışmasında; yenilikçi davranışı benimseyen işletmeler, yenilikçi olmayanlara göre; pazarlama, mali, üretim veya hizmet, insan kaynakları gibi departmanlarında çeşitli konularda daha yetkin olabildiğini ve bununla birlikte nihai tüketicinin isteklerini daha çabuk fark ederek, üretim veya hizmetini ona göre daha çabuk şekillendirebildiğini ileri sürmektedir.

Yenilikçi davranış, organizasyon içerisinde görev yapan bir çalışanın farkında olarak ürünler, süreçler ve prosedürlere ait yeni fikirleri kendi iş rolüne, iş birimine veya organizasyonuna uygulaması veya benimsemesi olarak tanımlanmaktadır (West ve Farr, 1989). Yenilikçi davranış, sadece kişisel iş tanımı dahilinde yeniliğe ilişkin davranışları kapsamakla kalmayıp çalışanın departmanı veya tüm organizasyon düzeyinde yeniliğin oluşturulmasını ve uygulanmasını kapsamaktadır (Kılıç, 2014).

Yenilikçi davranış sadece üretim veya hizmet sunan işletmelerde değil aynı zamanda toplumu da etkileme özelliğine sahiptir (Aydın, 2016). Çünkü yenilikçi davranış ile birlikte toplumun yaşam kalitesi artmakta, ekonomik açıdan ferahlamanın yanında sosyal faydalar da sağlamaktadır. Aynı zamanda sürekli yenilenme ile birlikte üretim veya hizmet yönündeki eksik olan ya da çözümlenemeyen sorunların çözümlenmesi ve eksiklerin giderilmesi kolaylaştırmaktadır (ztrk, 2005).

Schumpeter (1939) Business Cycles adlı eserinde üretim fonksiyonunda faktör miktarı değiştikçe, ürün miktarının da değişeceğini açıklamıştır. Eğer faktörlerin sayısının yerine üretim fonksiyonunun formu değişiyorsa yenilikçilik oluşmaktadır. Yenilikçiliğin olmadığı ve faktörlerin maliyetlerinin değişmemesi durumunda tek başına firmanın toplam maliyetlerinin düzenli bir şekilde artması gerekmektedir.

Schumpeter, The Theory of Economic Development adlı eserine bakıldığında burada değer oluşturma ile alakalı bazı yolların altını çizmektedir. (Schumpeter, 2008);

- Yeni ürün çıkarmak; tüketicilerin henüz aşına olmadığı bir ürünü veya bir ürünün daha kalitesini çıkarmak.
- Yeni bir üretim metodu çıkarmak; bilimsel olarak yeni bir buluş olmasına gerek yoktur, bir ürünün ticarileştirilmesi için yeni bir yol da olabilir.
- Yeni pazara açılmak; pazarın daha önce girilmemiş bir alana girmek ya da önceden hiç girilmemiş bir pazara girmek.
- Hammadde tedarikinde yeni kaynak hakimiyeti ya da yarı mamüllerde var olan veya yeni keşfedilen kaynağa hakim olmak
- Herhangi bir endüstride yeni bir organizasyon kurmak; tekelleşmek veya var olan tekeli ortadan kaldırmak.

Schumpeter yukarıdaki ekonomik değer oluşturma maddelerinden ilk ikisinin direkt üründe ve süreçte yenilikçilik ile ilişkili olduğunu söylemektedir. Üçüncü maddeye bakıldığında bu pazarlama alanındaki yenilikçiliği, diğerlerinin de örgütsel yenilikçilik ile ilişkisi olduğunu söylemektedir.

Rekabetin her geçen gün arttığı piyasalarda yeni girişimlerde bulunmak için de yenilikçi davranışın benimsenmelidir. Üretkenlik bandında fırsatlar göz önüne alınarak fikir ve çözümler geliştirilmeli kategorilere ayrılmalı ve sunumlar geliştirilmelidir. Üretimde geçilen veya seçilen yenilikçi davranıştan sonra bir diğer önemli kısım pazarlamada yenilikçi davranışı benimsemektir (Nemli, 2003). Pazarda var olmak isteyen işletmeler tüm bu bilgileri elinde bulundurup yenilikçi anlayışla ürün veya hizmet pazarlamasına giderken, maliyetlerini azaltmayı, verimliliği arttırmayı, kaliteyi arttırmayı planlamakta ve bunun başarılı gerçekleşmesi için yenilikçi anlayışa ihtiyaç duymaktadır (Öztürk, 2005).

3.3 Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler

90 yılların başından günümüze kadar yenilikçi davranışı etkileyen faktörler ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Günümüzde işletmelerin sahip olduğu bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma kabiliyetlerinin işletmelerin en değerli varlıkları olan çalışanların

yenilikçi davranışlarını etkileyen önemli bir unsur olarak düşünülmektedir (Pekkan ve Çalışkan, 2018).

İşletmelerin var oluşunun temellerinden olan rekabet günümüzde sadece mali kazanç ile ölçümlenmemektedir. Sektörde ayakta kalmak ve hatta sağlam bir şekilde var olabilmek için tüketicinin ihtiyaçlarına hızlı cevap vermelidir (Marr ve Schumo, 2003). Bu ihtiyaçlar kimi zaman tüketicinin farkında olduğu ihtiyaçlardır, bunları tüketiciye sunmanın yanında tüketiciye aslında ihtiyacı olan ama fark etmediği eksik ihtiyacı da bulup, keşfedip veya yaratıp sunulmalı ve bu şekilde sektöre yenilikler ve gelişmeler sunarak farkındalık yaratıp şirketin sektördeki yerini sağlamlaştırabilir (Deshpande vd, 1993).

Yenilikçi davranışı benimseyen firmalar, işletmenin tamamını ele alarak işletmeye faydalı olan yeniliği bulup uygulamaya geçilmesini sağlamaktadır. Bu uygulama gerçekleşirken aynı zamanda benimsenmesi de sağlanmaktadır. Bir işletme yenilikçi davranışı benimseyen işletme karşısında rekabet edebilmek için yenilikçi davranışı anlamlı hızlıca uygulamaya geçmelidir (Kılıç, 2014).

Yenilikçi davranış, sektörde emin adımlarla ilerlemenin ana anahtarıdır. Tüketicinin tercihine sunulan her ürün veya hizmetin tüketici tarafından talebi için tedarik zincirinin her kesiminde yeniden yenilikçi politikalar seyrederek sektördeki basamakları emin adımlarla çıkmak mümkün olmaktadır (Marr ve Schiumo,2003).

Çalışanların yenilikçi davranışlar sergilemesini pozitif ve negatif yönde etkileyen faktörleri tespit etmede birçok araştırma yapılmıştır bunlara örnek olarak Parzefall ve arkadaşları (2008), yaratıcı ve yenilikçi davranışı etkileyen unsurları konu alan ve bunları ortaya çıkarmayı amaçlayan tüm araştırmaları inceleyip, yenilikçi davranışı etkileyen faktörleri; bireysel faktörler, işe ilişkin mesleki faktörler ve organizasyonel faktörler olarak sınıflandırmıştır (Deshpande vd, 1993).

3.3.1. Bireysel faktörler

Yenilikçi davranışı etkileyen faktörlere bakıldığında, bireysel özellikler, eğitim düzeyi, bilgi ve deneyim, zeka, özgüven, merak, işe eğilim, idealist olma, eleştiriye açık olma, çalışma ortamı, yöneticilerin desteği, vb. şeklinde sıralanabilmektedir (Kutanis ve Mercan).

Bireysel faktörler, iş görenlerin yenilikçi zihniyet kapsamında yenilikçi davranmalarına sebep olan bireysel özelliklerin neler olduğunu, nelerden etkilendiğini kapsamaktadır (Kutanis ve Mercan, 2015). Bireysel yenilikçilik, yeniliği arayıp bulma arzusu olup; bu açıdan herhangi ürün, hizmet ya da fikrin yeni olarak algılanmasıdır. Buna bağlı olarak bireysel yenilikçi davranış, bulunan yeniliğin; ürün, hizmet veya fikrin uygulamaya geçildiği kısımdır (Roger, 2003).

Yapılan araştırmalarda, yeniliklere açık olan, yenilikçi davranma eğilimi yüksek olan kişilerin, bu davranışa uzak olanlara kıyasla deneme ve yanılma yöntemlerinden sıklıkla yararlandıkları ve daha fazla risk alabildikleri görülmüştür. Kişilerin analitik düşünme kabiliyeti ve sorun çözme tarzı, hizmet süreleri, yaşları, kariyer seviyeleri, eğitim düzeyleri, ihtisas alanları ve bilgi birikimleri gibi kendilerinden kaynaklı özelliklerin, yenilikçi davranışları etkiledikleri tespit edilmiştir (Scott ve Bruce, 1994).

3.3.2. Mesleki faktörler

Yenilikçi davranışta mesleki faktörlere bakıldığında, mesleki inanç, çalışma ortamı, çalışma koşulları, iş yükü, işi benimseme, vb faktörler görülmektedir. İş görenlerin yaptıkları işin veya hizmetin ne olduğunu bilmesi ve benimsemesi sonucunda ortaya koyulan ürün veya hizmete uygun olarak yenilikçi davranışa eğilimlerinin yüksek olduğu görülmüştür (Yeniçeri ve Demirel, 2007).

Yenilikçilik ve yenilikçi davranış kavramlarına yönelik gerçekleştirilen bu çalışmalarda, özerklik ve çalışanın mesleğinde veya yaptığı işte kontrol hakkının yenilikçi davranışı olumlu etkilediğini ve aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu, iş yükü ve rol çatışması kavramlarından ise yenilikçi davranışın olumsuz etkilendiği tespit edilmiştir (Parzefall, 2008).

3.3.3. Organizasyonel faktörler

Organizasyonel faktörler, işletmelerde yenilikçi davranış önemli ölçüde etkilemektedir. Global rekabette ayakta kalmak isteyen işletmeler, yönetime katılım, organizasyonel bağlılık ve teşvik gibi konuların organizasyonel destek sağlanmadan tam olarak gerçekleşmeyeceğinin farkındadır (Kulaklıoğlu, 2009).

Araştırmalarda elde edilen bulgular yönetimin desteğinin, örgü kültürünün, psikolojik güvenin, iş arkadaşları desteğinin, amaç birliğinin, ödüllerin, liderliğin, bireyin

dahil olduğu ekibin ve firmanın büyüklüğünün ve içinde bulunulan sektör gibi faktörlerin çalışanların yenilikçi davranışlarını olumlu yönde etkilediğini (Güler,2005), kaynak yetersizliğinin, tutuculuğun, içsel sürtüşmenin, sert ve resmi kurallar içeren organizasyonel engellerin ise olumsuz yönde etki yarattığını ortaya koymuştur (Scott ve Bruce, 1994; Parzefall vd. 2008).

Yenilikçi davranış kavramına yönelik model geliştiren Scott ve Bruce (1994), yapmış oldukları araştırmada lideri rolünün ve desteğinin, lider ve iş gören arasında ortaya çıkan olumlu hava sayesinde iş görenlerin yenilikçi davranmada pozitif etkisi olduğunu gözlemlemişlerdir.

3.4. Yenilikçi Davranışın Süreci

Amerikan iktisat tarihçisi Abbott Payson Usher (1883-1965) yenilikçiliği konu alan çalışmalarında, yenilikçiliğin ve yenilikçi davranışın birçok aşamadan geçen bir süreç olduğunu belirtmektedir.(Scott ve Bruce, 1994)

Usher'ın (1954) savunduğu yenilikçi davranışın süreci dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar;

1. *Problemin* algılanması (Perception of the problem): Yenilikçiliğin veya yenilikçi davranışın gerçekleşmesi için bir sorunun varlığının ilk defa hissedilmesi gerekir.
2. *Düzenleme (Setting of the stage)*: Özel yapılanmaya sahip olan tüm onular bir araya getirilir.
3. *Kavrama/ Analiz (The act of insight)*: Bu kısımsa sorunun çözümü bulunur. Belirsizlik ve olası tüm çözümler sebebi sayesinde sorunun iç yüzünü anlama ve sorunu analiz etmek gerekir.
4. *Kritik revizyon (The critical revision)*: Bu kısımda yenilik tekrar incelenerek, gerekli düzenlemelerin yapılmasından sonar yeniliğin nasıl yapılacağı ve uygulanacağı belirlenir.

Fikrin üretilmesi ile başlayan ilk aşamada kendini gösteren bireysel davranış ve hareketler sadece bu aşamada sınırlı kalmayıp diğeri tüm aşamalarda sürecin ana unsuru olma özelliğine sahiptir. Tüm bu aşamaların gerçekleşmesi neticesinde organizasyonun

genelinde ve bireysel performanslarda yenilikçi davranışa bağlı olarak, verimlilik ve iyileşme beklentisi oluşturmaktadır (Scott ve Bruce, 1994).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER

4. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER

İş performansının etkilerini araştırdığımız bu çalışmada bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansına etkisi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yenilikçilik üzerine etkisi ve son olarak, yenilikçiliğin iş performansına etkisi hakkında bilgi verilmektedir.

4.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin ve İş Performansı İlişkisi

İşletmelerin doğru zamanda ve doğru şekilde elde ettikleri bilgilerin doğru stratejiyle çalışanlara iletilmesini sağlaması ve bunun için oluşturdukları kanalların takibinde en etkili yöntem, bilgi yönetim sistemlerinin yaygınlaşması ile gerçekleşmiştir. Bilgi yönetim sistemlerinin amacı, bilginin sistematik bir şekilde elde edilerek kullanıcıya zamanında, doğru, güncel ve minimum belirsizlik içererek aktarılmasının sağlanmasıdır (Saldamlı, 2008).

Gelişen ve değişen ekonomi düşünüldüğünde rekabete hızla devam etmek ve iş dünyasındaki varlığını korumak için işletmeler bilgi ve iletişim teknolojilerini üzerinde organize bir şekilde işlerini yürütmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır ve bu artış iş performansı üzerindeki etkilerini de önemli hale getirmektedir (Kılıç, 2014).

İşletmeler ya var olan bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak örneğin, internet, intranet, ekstranet gibi ağlardan bilgi iletişimlerinin gerçekleştirilmeyi tercih etmekte ya da kendi işletmelerine uygun otomasyon programları kullanarak işlemlerini gerçekleştirmektedir. Bu işlemlerden hangisi kullanılırsa kullanılsın burada işletmenin tek amacı doğru zamanda doğru şekilde gerçekleştirilen bilgi iletişimi sayesinde vakit kaybı olmadan veya yolda değişime uğramadan iletilen bilgi ve bu iletişim sonunda beklenen performansın doğru şekilde gerçekleşmesi sağlamaktır (Soyver, 2000).

Bilgi ve iletişimin doğru ağlarla gerçekleşmesinin sonunda bilgiyle buluşan çalışan anlama işlemini gerçekleştirdikten sonra işi daha çabuk gerçekleştirmekte ve geri bildirim yanıtı daha hızlı vermektedir (Zimmerman, 2008). Bu yolla işletmeler ortaya

çıkabilecek zaman kaybının veya bilginin yanlış aktarılma durumunu ortadan kaldırmış olmaktadır (Barutçugil,2006).

Yönetim açısından bakıldığında da bilgi ve iletişim sistemleri sayesinde gerçekleşmekte olan veya gerçekleşecek vaziyetler hakkında kolay bilgi elde edebilmekte bu yolla doğru kararı alırken hızlı davranmaktadır. Bunun yanı sıra değişik kaynaklardan elde edilen bilgiler sayesinde önünü daha net bir şekilde görerek stratejisini belirlemektedir (Kılıç, 2014).

Genel olarak bakıldığında işletmeler, ürün ve hizmet pazarlama ağına gelene kadar ki tüm süreçte bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadırlar. Bu süreçler içerisine işletme stratejileri de olmak üzere, ürün veya hizmete yönelik faaliyetler, satış, pazarlama, nihai tüketiciye ulaşım ve halk ile ilişkiler de dahil olmaktadır (Can, 2010). Böylelikle işletmeler hem verimliliği arttırmakta hem de bunun yanında, müşterilerin talebine göre şekil alan ürün veya hizmetin kalitesinde artış hem de maliyetlere bakıldığında ciddi oranda azalma görülmektedir (Bülbül, 2003). Üstelik bunları yapan işletmeler piyasadaki rekabet gücünü artırıp pazarda var oluşunu devam ettirirken diğer taraftan da rekabet halinde olduğu firmalar ile yaptığı bilgi ve iletişim teknolojileri hakkındaki bilgilendirmeleri sayesinde sürekli yenilikçi bir bakış açısı belirleyerek pazardaki farkını da ortaya koymaktadırlar (Aydoğan ve Semiz, 2004).

Şirketler hiç kuşkuya yer bırakmayacak şekilde bilgi ve iletişim teknolojilerinin avantajlarından yararlanarak şirket içinde daha hızlı ve verimli, geri dönüşümü çabuk gerçekleşen eğitimlerle çalışanlarını bilgilendirmeyi sağlayarak ve çalışanların çabuk adapte olmasını gerçekleştirdikten sonra iş performanslarında istenen verimliliği yakalamaktadır (Uzay, 2001).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasının şirket üzerindeki etkisini araştıran Kearns ve Lederer tarafından 2003 yılında yaptıkları araştırmaya göre bilgi teknolojilerinin işletmelere sağladığı rekabet avantajı düzeyleri ölçülmeye çalışılmış aynı kapsamda Gökşen Yıldırım (2007) tarafından İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı 62 işletmede uygulanmıştır. Her iki araştırmanın sonunda, bilgi teknolojilerinin işletmelerin işletme performansını ve rekabet konumunu iyi hale getirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Örgüt içi veya dışı her alanda kullanılan bilgi ve iletişim teknolojileri şirketlerin dış pazarda kalıcı olmalarını sağlarken şirket içinde gerçekleşen hızlı ve anlaşılır bilgi ve

iletişim teknolojilerinin kullanılması ile istediği iş performansını hatta istediğinde daha iyi ve verimli iş performansının da gerçekleşmesini sağlamaktadır (Bedük, 2002).

Bilgi ve iletişim teknolojileri ile iş performansı arasındaki ilişkiyi irdeleyen çalışmalar ve kurumsal bilgilerden yola çıkılarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının iş performansına etkisini belirlemek amacıyla kurgulanmış hipotezler aşağıda sunulmuştur:

Hipotez 1: *Bilgi teknolojileri eğitimi, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 2: *Bilgi teknolojileri stratejisi bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 3: *Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, bireylerin iş performansını pozitif ve olumlu olarak etkiler.*

Hipotez 4: *İş zekası uygulamaları, bireylerin iş performansını pozitif ve olumlu olarak etkiler.*

4.2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Yenilikçilik Davranış İlişkisi

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde işletmeler maliyetlerini azaltmakta, zaman, kalite ve hizmet konularına odaklanarak daha verimli sonuçlar elde etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri, işletmelerde köklü değişikliklere sebep olurken bunun dışında yeni pazarlara açılmasını sağlayarak yeni ürün veya hizmetlerini sunmakta ve verimliliğini arttırmaktadır (Uzay, 2001). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı müşteri kazanımında ve müşteri sadakatini sağlamasında da önemli rol üstlenmektedir. Yeni alınan her bilgi yanında yenilikçi davranışı getirerek müşterilerin ihtiyaçlarını doğru anlama ve karşılamakta etkili role sahiptir (Yazıcı, 2000).

Yeniliğin temeli bilgiye dayanırken, bilginin ortaya çıkmasında rol oynayan etken yeniliktir. Herhangi bir örgütte, yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için örgüt içi bilgi kapasitesi artırılmalı ve bilginin her alanda etkin bir şekilde kullanılması gerekmektedir (Kermally, 2004).

Yeni bir bilginin, bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde hızlıca yayılması ile birlikte varılan çıkarım sonucunda yeni bir patente kapı açılabilir ya da bu çıkarıma

varılmasının sonucunda üretim, pazarlama, satın alma, vb gibi tedarik zincirinin herhangi bir bölümünde gerçekleşen yeni bir süreç oluşumu yenilikçiliği veya yenilikçi davranışı getirebilir (Özçer, 2005).

Bilgi ve iletişim teknolojilerin yaygın ve sağlıklı kullanımı sonucunda birey veya örgüt olarak çalışılan çevre cesareti arttırmada önemli rol oynayarak yenilikçi oluşumlara sebep olabilir. Örneğin yeni elde edilen bilginin aynı anda varıldığı örgütte bu yeni bilginin getirisi ve kapsamı hakkındaki görüşmelere yeni bilgileri de yenilikçiliği de yanında getirebilmektedir (Kılıç, 2014).

Çoğu işletmede, örgütler için yeni ürünleri rakiplerden önce pazara sürmek, rekabet avantajı sağlamakta hayati önem teşkil etmektedir. Bu nedenle artan keşif ve yenilikçilikler, giderek, gelişmiş enformasyon ve bilgi teknolojilerine olan bağlılığı artmaktadır (Paukert, 2010).

İşletmelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkili bir biçimde kullanılmasının sonucunda yenilikçiliğin temeli olan bilgi ortaya çıkabilmektedir. Ortaya çıkan yeni bilgi ile yaratılan yeni ürün veya hizmet politikasıyla yenilikçi davranış meydana gelmektedir (Özçer, 2005).

Yenilikçi davranış ile ortaya çıkmış olan problemin çözümünde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak açık bir sonuca ulaşılmakta ve bu yolla problemin ortadan kalmasında yenilikçi davranış etkili rol oynamaktadır (Yazıcı, 2000).

Çağımızın en önemli özelliği belki de sürekli değişim göstermesi ve bu değişimin hep yenilikleri kendisiyle birlikte getirmesidir. Çünkü değişim birey veya toplumun isteği veya ihtiyaçları sonucunda ortaya çıkmakta ve değişim göstermektedir. Yenilik yapma ve bunu geliştirmek için yeni teknolojik ve örgütsel tasarımlar elde edilmesi gerekmektedir. Yeniliğin gerçekleşmesi için kurumsal olarak icatlar elde edilerek yeni tasarımlar elde edilmelidir (Brown, 2003). Yani yenilikçi davranış kimi zaman düşünülme-yeni düşünmek, hesaplanmamış olanı hesaplamak, elde edilmeyeni elde etmek ve hatta olmayanı oldurmak anlamına gelmektedir (Marr ve Schiumo, 2003).

Yenilikçi davranışa neden ihtiyaç duyulur sorusu ile öğrenilen her yeni bilgi yanında yeniliği kendi ile birlikte getirdiği, yeni bilginin de değişimle başa çıkma yolunu bularak kazanılan bilgiyle yeni iletişim kanalları açtığı işletmelerin rekabete daha

dayanıklı, nihai tüketici tarafından daha çok merak edilen ve hatta daha çok istenilen ürün veya hizmetin ortaya çıkmasını sağladığı cevapları çıkmaktadır (Baldwin, 1996).

İşletmelerde gerçekleşen yeni ürün, yeni satın alma yolları, yeni pazarlama stratejileri, yeni yönetim şekilleri, yeni satış pazarlama, yeniden oluşturulan halk ve ilişkilerin hepsi yeni bilgilerin elde edilerek bunların bilgi ve iletişim teknolojileri kanalları ile işletmelerde ve işletmeler arasında kullanılması ile gerçekleşmektedir (Kılıç, 2014) Bu duruma örnek olarak Silikon Vadisi ile gerçekleşen kümeleme örneği ile açıklayabiliriz. Silikon Vadisi bilgisayar teknolojisi üzerine çalışan şirketlerin bir araya gelmesiyle oluşmuş ilk kümeleme örneklerindedir. Bu yenilikçi davranış ile şirketler ihtiyaç duydukları üretim koşullarını elde ederken avantajlı hale gelmiştir, iş gücü, ürün kalitesi, verimlilik ve istihdamı arttırmıştır. Bununla birlikte yenilikçi teknolojilerin hızla yayılmasını ve yeni iş imkanlarının ortaya çıkmasında da etkili rol oynamıştır. Silikon vadisi örneğine baktığımızda birkaç şirketin bir araya gelerek gerçekleştirdikleri, yenilikçi davranış benimsenerek, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasıyla sağladıkları şirket avantajları, pazardaki varlıklarını güçlendirmesi ile dünyanın dört bir yanında değişime uğrayarak ve hatta yenilikler katarak örnek olmuşlardır (Hyde, 2015).

Bilgi ve iletişim teknolojileri ile yenilikçilik ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda (Mustafa, 2016; Işıklı, 2010), bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma düzeyinin yenilikçi davranışı etkilediği belirtilmiştir.

Hipotez 5: *Bilgi teknolojileri eğitimi, bireylerin yenilikçi davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkiler*

Hipotez 6: *Bilgi teknolojileri stratejisi, bireylerin yenilikçi davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkiler*

Hipotez 7: *Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, bireylerin yenilikçi davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkiler*

Hipotez 8: *İş zekası uygulamaları, bireylerin yenilikçi davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

4.3.Yenilikçi Davranış ve İş Performansı İlişkisi

Günümüzde meydana gelen sosyal ve ekonomik değişimler ile firmalar yoğun ve dinamik bir ortamda faaliyetlerini sürdürmeye zorlanmaktadır. Böyle bir ortamda yenilikçi davranış benimseyen firmalar diğer firmalara oranla rekabet üstünlüğü elde etmenin avantajından yararlanmaktadır (Güleş ve Bülbül 2004). Bu bağlamda işletmelerin hem farkındalık yaratma hem de pazarda varlığını devam ettirmede ihtiyaç duyduğu en önemli kavram yenilikçi davranıştır.

Günümüz yöneticileri işletmelerde girişimci ve yenilikçi davranışları benimsemeleri ve uygulamaları durumunda çalışanların iş performanslarının artışları meydana gelecektir (Çalışkan ve Akkoç, 2012)

İşletmelerin başarılarına bakıldığında bu başarıda çevresel koşullarda meydana gelen değişimlere ayak uydurmak ve yeniliklere uyum sağlamadaki kolaylıklar göze çarpmaktadır. Brown ve McDonnell'e göre (1995), işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi için ürün ve hizmet süreçlerini sürekli iyileştirmesi ve bunun için işletmelerin yenilikçi davranış ile tanışması ve benimsemiş olması gerekmektedir.

Yenilikler ile karşılaşan ve doğru biçimde ele alıp yönetebilen işletmeler için bir diğer önemli konu ise işletme içi örgüt performansıdır ve işletmenin bu performansı doğru yönetebilmesi önem arz etmektedir (Bülbül, 2003). Sürekli değişim gösteren ve yenilenen belirsizliklerle dolu işletme hayatında yöneticiler doğru kararlar alıp bu kararların gerçekleşmesi sürecinde doğru atılımların yapılması için işletme performansını etkin bir biçimde yönetmeye ihtiyaç duymaktadır. Yani değişen işletme yapısı ile birlikte gelen yenilikçi davranış ve yeni özelliklerin yanında yüksek iş performansına ihtiyaç duyulmaktadır (Marr ve Shiumo, 2003).

İş performansı açısından bakıldığında bu performansı etkileyen bireysel ve örgütsel faktörler bulunmaktadır bunlara; öğrenme yetisi, yenilikçi faktörlere adapte olabilme, uygun ödül sistemleri, yanında örgütte sürekli ve kesintisiz ilgi sağlamayı başarabilme, yenilikçi aktiviteleri gerçekleştirmek için uygun kaynakların varlığı örneğin, para, zaman, hatta devlet desteği gibi örnekler verilebilmektedir (Zimmerman, 2008).

Eğer bir işletmede üst yönetimin risk alma konusunda çekinceleri varsa, kısa vadeli bakış açısına sahipse, uygun olmayan motivasyon faktörlerini tercih ediyorsa, yaratıcılığı sistematik bir süreç olarak kısıtlamaya çalışıyorsa bu işletmede yenilikçi davranışın uygulanması zordur (Barutçugil, 2002) Fakat bunların tam tersi bir bakış açısına

ve uygulamaya sahip bir işletmede yenilikçilik esas alınarak doğru bir biçimde gerçekleştirilen motivasyon sayesinde, işletme hem yenilikçi davranış ile kalkınır ve gelişmeye devam eder hem de istenilen iş performansını da elde etmiş olur (Özçer, 2005).

Örgüt açısından bakıldığında; verimlilik, toplam satış, yatırımın geri dönüşümü, ürün veya hizmet kalitesi, müşteri ve çalışan memnuniyeti, ürün veya hizmet geliştirme gibi faktörler iş performansını etkilemektedir (Kılıç, 2014).

Yenilikçi davranış açısından bakıldığında, ürün veya hizmetin meydana gelmesinde yenilikçi davranışı benimseyen işletmelerde, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına göz önüne alınarak ürün veya hizmet oluşturulmaktadır. Günümüzde neredeyse moda olmuş olan, biran önce tüketme anlayışı ile işletmeler yenilikçi davranışı esas almasını sağlamıştır (Baldwin 1996). Örneğin; müşteri artık üretim sürecine dahil olarak tasarımda söz sahibi olabilmektedir. Yani alacağı ürünün rengini şeklini veya biçimini ya da aldığı hizmetin tam olarak nasıl istediği sürecinde söz sahibi olabilmektedir. Bu durum işletmelerin hem kendi içinde hem de direk olarak müşterinin ihtiyacına göre yenilikçi davranış benimsemesine sebep olmaktadır (Kılıç, 2014).

Performansı ölçümlenme işlemi tek bir faktörden etkilenmediğinden iş performansı karmaşık sayılabilecek ilişkilere bağlı olarak değerlendirilmekte ve ortaya çıkmaktadır. Bu durum işletmelerin iş performanslarını değerlendirmelerinde işlerini zorlu hale getirmiş olsa da yenilikçi davranış kavramını benimsemiş olan işletmelerde iş performansının olumlu yönde arttığı gözlemlenmiştir (Turunç, 2010).

Hipotez 9: *Yenilikçi davranışın bireylerin iş performansı üzerinde pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 10: *Bilgi teknolojileri eğitiminin bireylerin iş performansına etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.*

Hipotez 11: *Bilgi teknolojileri stratejisinin, bireylerin iş performansına etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.*

Hipotez 12: *Haberleşme ve güncel takip uygulamalarının, bireylerin iş performansına etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.*

Hipotez 13: *İş zekası uygulamalarının, bireylerin iş performansına etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır*

BEŞİNCİ BÖLÜM

İŞLETMELERİN SAHİP OLDUKLARI BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KABİLİYETLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINA ETKİSİ: YENİLİKÇİ DAVRANIŞIN ARACILIK ROLÜ, MERSİN İLİ İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARI

İşletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojilerinin, çalışanların iş performansına etkisi ve bu etki üzerine yenilikçi davranışın aracılık rolünün incelendiği bu araştırmada araştırmanın; konusu, amacı, önemi, soruları, modeli, hipotezleri, yöntemi ve bulguları verilmiştir.

5.1. Araştırmanın Konusu

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde gerçekleşen hızlı değişim ve gelişmelerle global pazarda varlığını devam ettirmek isteyen şirketlerin, bilgi ve iletişim teknolojilerini takip edilmesi zorunlu hale getirirken bu takibin kurum ve kuruluşlarda çabuk uygulanabilmesi için yenilikçi davranışın benimsenmiş olması gerekmektedir.

Her geçen gün bilginin ortaya çıkma evresinin ilk ayağı olan verilerde, yenilikler ve değişiklikler meydana gelmektedir. Yeni veriler yeni bilgileri ortaya çıkarırken, ortaya çıkan bilgilerin iletimi çalışanların istenilen iş performansını göstermesine büyük öneme sahiptir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanan ve yenilikçi davranışı benimseyen şirketlerin elde ettikleri avantajlar nedeniyle eğitim, maliyet, ticaret ve medya kanallarında da kullanımını da yaygınlaştırmıştır.

Araştırmanın konusu, havayolu taşımacılığı taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren iş görenlerin, performansının artırılmasında işletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetlerinin rolünü ve bu ilişkide yenilikçi davranışın aracılık etkisini belirlemektir.

5.2. Araştırmanın Amacı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı tüm firmalarda, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızı ve gelişimi çalışanların ürün ve hizmette ortaya koydukları iş

performansını analiz edebilme iş verimliliği açısından önemlidir. İş performansının artması firmalar için elde edilecek kaliteli ürün veya hizmet anlamına gelmektedir.

Bu araştırmada firmaların her alanda yararlandıkları bilgi ve iletişim teknolojileri ile benimsemiş oldukları yenilikçi davranış sayesinde çalışanların ortaya koydukları verimli iş performansının doğru şekilde analiz edilmesi için, iş performansının etkenleri, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kapsamının yanında yenilikçi davranışın öneminin anlaşılması konusunda literatür taraması yapılmıştır.

Bu araştırmanın amacı, havayolu taşımacılığı taşımacılığı sektöründe bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansındaki etkisinin olup olmadığı araştırılırken bu etkide yenilikçi davranışın etkisinin olup olmadığını da ortaya koymaktır.

5.3. Araştırmanın Önemi

Küreselleşme ile birlikte firmalar bilgiye ve yeni pazarlara erişimde büyük avantajlar elde etmişlerdir. Fakat firmaların elde ettikleri bilgiyi doğru ve etkin kullanmaması durumunda elde ettikleri bilgilerin bir önem yoktur. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile yenilikçi davranışın etkin kullanımı sonucunda elde edilen iş performansı istenilen düzeyde olacağından bu durumda hem çalışanları hem de firmaları olumlu yönde etkileyecektir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen büyük ve hızlı ilerlemelerde, yenilikçi davranışın ileri itici gücünün etkisi görülmektedir. Bu etki ile firmalar, ürün veya hizmette kaliteyi artır

Araştırmanın önemi havayolu ve kargo sektöründe bilgi ve iletişim teknolojileri, iş performansı ve yenilikçi davranış kavramları hakkında düşünme, tartışma ve yeni araştırma olanakları ortaya konmak istemektir..

5.4. Araştırma Soruları

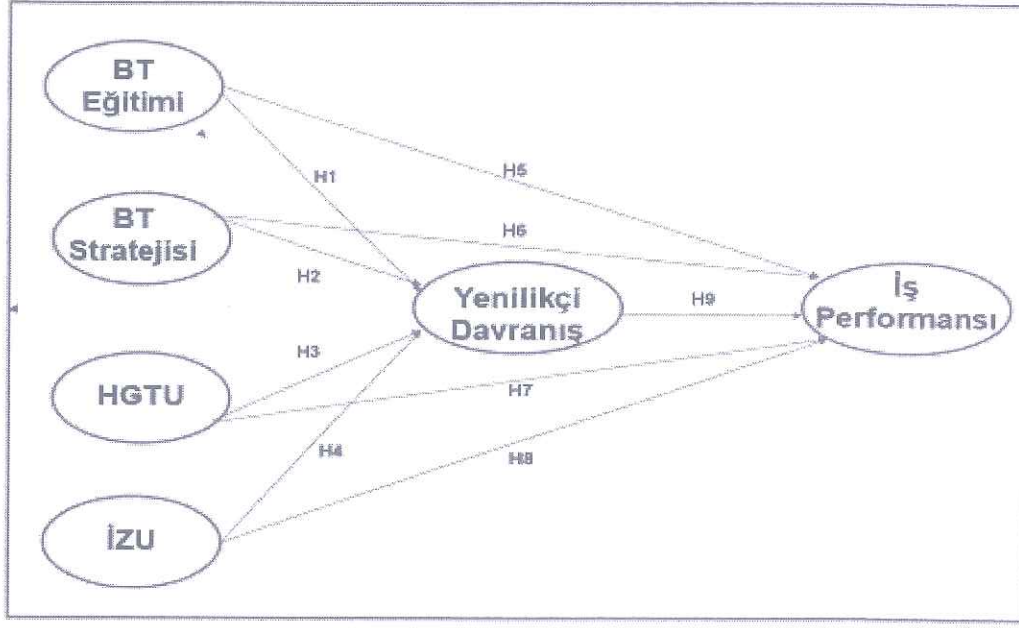
Bu çalışmada kuramsal çerçeveden hareket ederek aşağıdaki soruların cevapları bulunmaya çalışılmıştır:

- Çalışanların iş performansları onların eğitim düzeylerine göre bir farklılık göstermekte midir?
- Çalışanların iş performansları onların yaşlarına göre bir farklılık göstermekte midir?

- Çalışanların iş performansları onların cinsiyetlerine göre bir farklılık göstermekte midir?
- Çalışanların iş performansları onların çalışma sürelerine göre bir farklılık göstermekte midir?
- Çalışanların iş performansları onların medeni hallerine göre bir farklılık göstermekte midir?
- Bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde yer alan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ile iş performansı arasında bir ilişki var mıdır?
- Bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde yer alan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ile yenilikçi davranış arasında bir ilişki var mıdır?
- Yenilikçi davranışı ile iş performansı arasında bir ilişki var mıdır?
- Bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde yer alan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ile iş performansı arasındaki ilişkide yenilikçi davranışın aracılık rolü var mıdır?

5.5. Araştırma Modeli Ve Hipotezler

Araştırmaya ait model Şekil 1’de gösterilmiştir:



Şekil 1.4. Araştırma Modeli

Araştırmanın test edilmek üzere hazırlanan 13 hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

Hipotez 1: Bilgi ve iletişim teknolojileri eğitimi, çalışanların yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 2: Bilgi teknolojileri stratejisi, çalışanların yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 3: Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, çalışanların yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 4: İş zekâsı uygulamaları, çalışanların yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 5: Bilgi teknolojileri eğitimi, çalışanların işperformansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 6: Bilgi teknolojileri stratejisi, çalışanların iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 7: Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, çalışanların iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 8: İş zekâsı uygulamaları, çalışanların iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 9: Yenilikçi davranış çalışanların iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 10: Bilgi teknolojileri eğitiminin, çalışanların iş performansı üzerinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.

Hipotez 11: Bilgi teknolojileri stratejisinin, çalışanların iş performansı üzerinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.

Hipotez 12: Haberleşme ve güncel takip uygulamalarının, çalışanların iş performansı üzerine yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.

Hipotez 13: İş zekâsı uygulamalarının, çalışanların iş performansı üzerine yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.

5.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Havayolu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren iş görenlerin, performansının artırılmasında işletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetlerinin rolünü ve bu ilişkide yenilikçi davranışın aracılık etkisini ile ilgili veri toplamak hem zaman hem de mekan kısıtlamalarından dolayı mümkün olmadığından Mersin ilinde görevlerini yerine getiren havayolu taşımacılığı sektöründe iş görenler üzerinden veri toplanarak analizler yapılacaktır. Bu durum tüm ülkede faaliyet gösteren iş görenlerin genel geçer sonuçları olmadığından çalışmamızı kısıtlamaktadır. İş görenlerin verdikleri cevaplarda öznel davranmış olmaları, halo etkisinde kalmaları, yakın dönemde yaşadıkları kişisel problemlerden dolayı taraflı cevap vermeleri durumu da olasılıklar arasındadır. Bu durum bir başka kısıtlılık olarak karşımıza çıkmaktadır.

5.7. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yönteminde, kullanılan evren ve örneklem, veri toplama araçları ve değerlendirmeleri paylaşılmıştır.

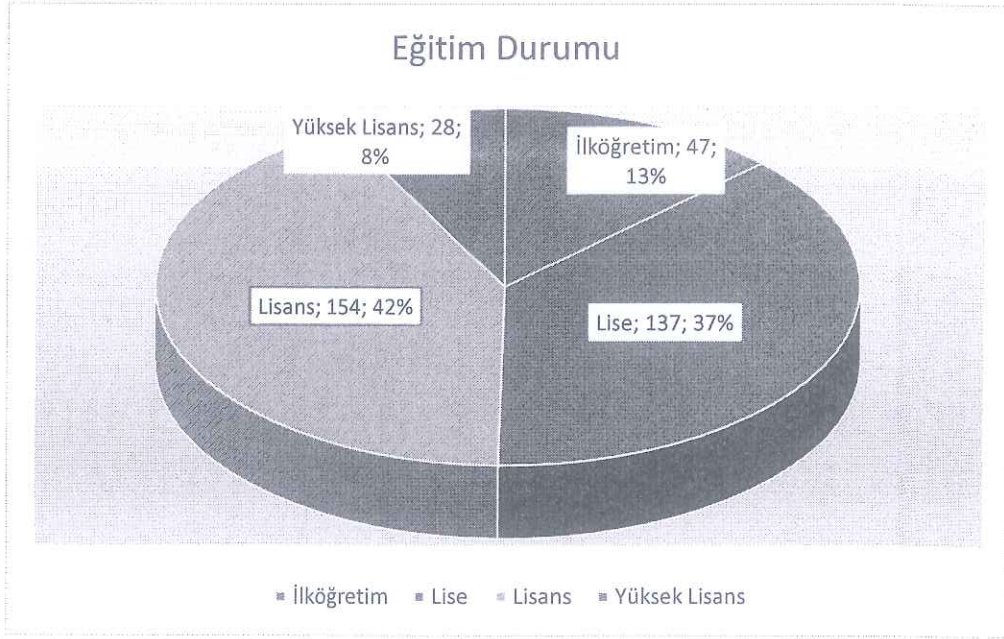
5.7.1. Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini Adana ve Mersin' deki havayolu taşımacılığı sektörü çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının arasından basit tesadüfi yöntem ile seçilen denekler oluşturmaktadır. Bu kurumlarda yaklaşık 3000 kişi çalışmaktadır. Ana kütlede %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 341 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992). Bu kapsamda kolayda örnekleme yöntemiyle tesadüfi olarak seçilen toplam 600 kişiye anket uygulaması yapılması planlanmıştır. Gönderilen anketlerden 391'i geri dönmüş ve 378 tanesi analiz yapmak için uygun bulunmuştur. Yapılan uç değer analizinde değişkenlere ait normal dağılımı bozan 12 veri seti çıkartılmış ve 366 katılımcının doldurduğu anket analizlere dâhil edilmiştir. Araştırmaya katılanlara ait demografik bilgiler aşağıda tablo ve şekillerle sunulmuştur:

Çizelge 5.1. Çeşitli Evren Büyüklüklerine İlişkin Örneklem Sayıları (Sekaran, 1992: 253)

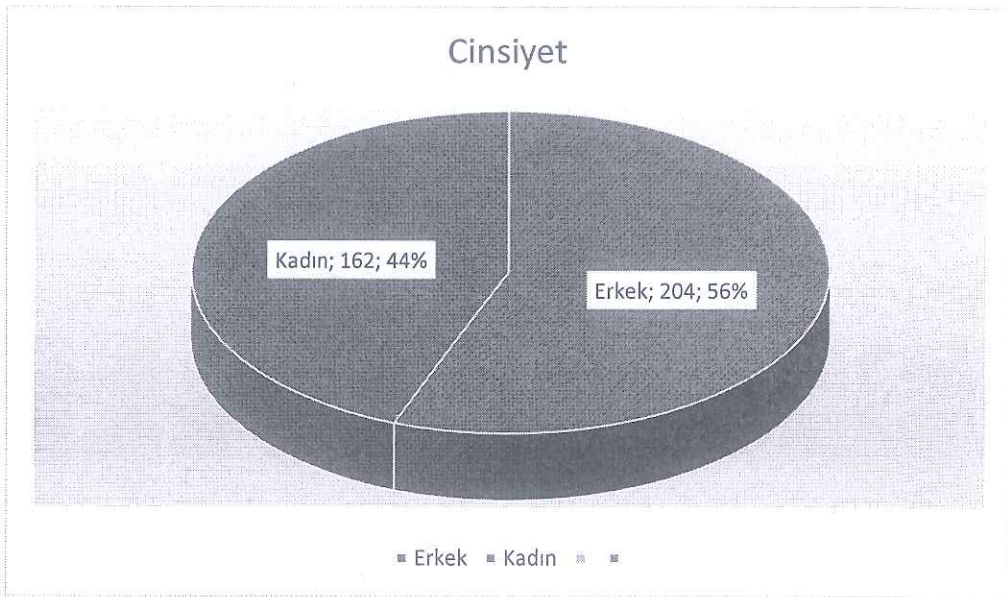
Evren Büyüklüğü	100	200	250	600	750	1000	3000	5000	10000 000
Örneklem Sayısı	80	132	152	234	254	278	341	357	384

Demografik özelliklere ait bilgiler Şekil 5.2 -5. 5 ve çizelge 2 de sunulmuştur.



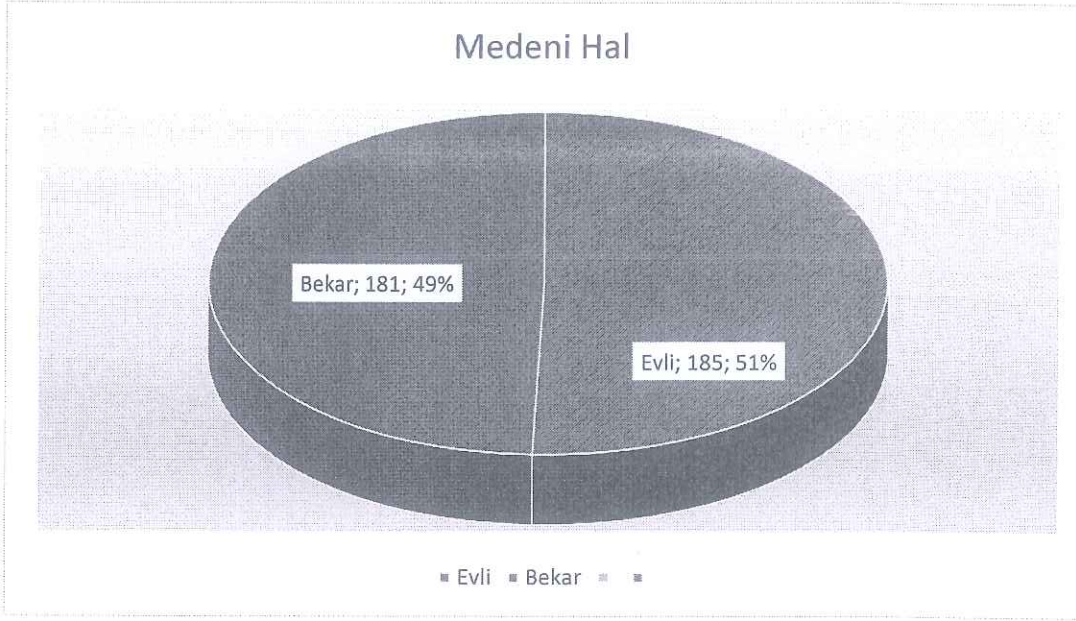
Şekil 5. 1. Eğitim Durumu

Havayolu taşımacılığı sektöründe uygulanan anket uygulamasına katılan katılımcıların, 28'i (%8) Yüksek lisans, 54'ü (%42) lisans, 137'si (%37) lise, 47'si (%13) ilkokul mezunudur.



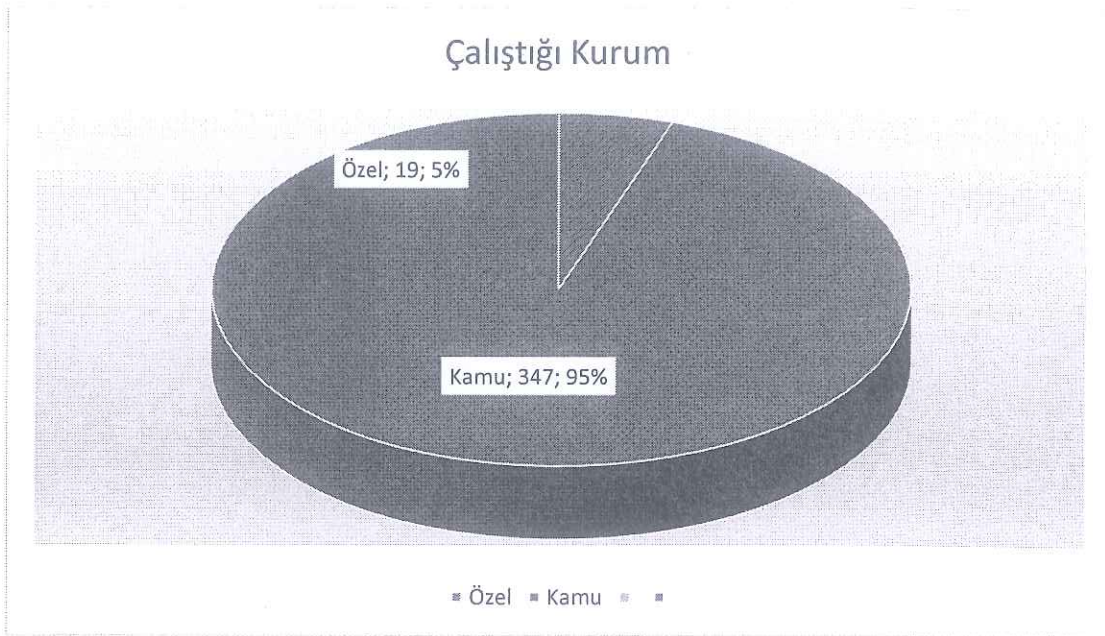
Şekil 5. 2. Cinsiyet

Havayolu taşımacılığı sektöründe ankete katılan katılımcıların 162'si (%44) kadın, 204'ü (%56) erkektir.



Şekil 5. 3. Medeni Hal

Anket uygulamasına katılan katılımcıların 181'i (%49) bekar, 185'i (%51) evlidir.



Şekil 5. 4. Çalıştığı Kurum

Havayolu taşımacılığı sektörüne uygulanan anket uygulamasına katılan katılımcıların 347'si (%95) kamu kurumlarında çalışırken, 19'u (%5) özel kurumlarda çalışmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş ortalaması 34, ortalama çalışma süresi ise 8 yıldır.

Çizelge 5.2. Betimleyici istatistikler

	Yaş	Çalışma Süresi(yıl)
Ortalama	34,16	8,49
St. Sapma	8,37	2,96
Minimum	21	1
Maksimum	55	30

5.7.2. Veri toplama araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda anketler katılımcılara yüz yüze ve mail yoluyla uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden ve toplam 40 ifadeden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik değişkenlerle ilgili 6 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde ise, 34 ifadeden oluşan işletmelerin sahip oldukları Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kabiliyetlerinin (Bilgi Teknolojileri Eğitimi, 6 madde; Bilgi Teknolojileri Stratejisi, 5 madde; Haberleşme ve Güncel Takip Uygulamaları, 6 madde; İş Zekâsı Uygulamaları, 7 madde), Yenilikçi Davranış (1 boyut, 6 madde), İş Performansı (1 boyut, 4 madde) ölçekleri bulunmaktadır. Ölçeklerin Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları SPSS paket programı ile doğrulayıcı faktör analizleri ise Amos programı ile analiz edilmiştir.

İşletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetlerinin (BİTK) dört boyutu olan, bilgi teknolojileri eğitimi (BTE), bilgi teknolojileri stratejisi (BTS), haberleşme ve güncel takip uygulamaları (HGTU) ve iş zekâsı uygulamalarının (İZU); bireylerin iş performansı (İP) üzerine etkisini ve bu etkide yenilikçi davranışın (YD) aracılık etkisini belirlemeye yönelik olan bu araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir:

5.7.3. Bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetleri (BİTK) ölçeği:

İşletmelerde BİT kabiliyetlerinin ölçülmesi maksadıyla, Feeny ve Willcocks (1998) tarafından kullanılan ölçekten faydalanılarak, TÜREN ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen dört boyutlu ölçek kullanılmıştır. Toplam yirmi dört ifadeden oluşan ölçekte bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetinin her bir boyutu farklı ifadelerle ölçülmeye çalışılmıştır. İfadelerden bazıları, “Çalışanların yeni bilişim teknolojilerine uyum sürecini hızlandırmak hedefinin önceliği sürekli artmaktadır.”, “Bilişim teknolojisi

departmanımızın strateji üretmedeki etkinliği yükselmiştir.”, “*İnternet sitemizin ziyaret edilme sıklığı artmıştır.*” ve “*Elektronik işgücü planlama ve değerlendirme etkinliğimiz artmıştır.*” şeklindedir. Ölçekte cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yüklerinin .78 ile .84 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .93 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .74 ile .87 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .90 olarak bulunmuştur.

Bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetinin ilk boyutu olan ***BT Eğitimi*** ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 6 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .72 ile .85 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .91 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .81 ile .86 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .88 olarak bulunmuştur.

İkinci boyut olan ***BT Stratejisi*** ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 5 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .70 ile .77 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .87 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .66 ile .74 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .89 olarak bulunmuştur.

Üçüncü boyut olan ***Haberleşme ve güncel takip uygulamaları*** ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek

faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 6 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .78 ile .83 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .92 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .75 ile .78 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .87 olarak bulunmuştur.

Son boyut olan *İş zekâsı uygulamaları* ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 7 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .84 ile .91 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .94 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .83 ile .88 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .94 olarak bulunmuştur.

5.7.4. Yenilikçi davranış ölçeği (YD)

Havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının yenilikçi davranışa eğiliminin ölçülmesinde Scott ve Bruce (1994) tarafından kullanılan ve Türkçe geçerlemesi Çalışkan vd., (2011) tarafından yapılan ölçek kullanılmıştır. Çalışkan ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .86 olarak bulunmuştur. Altı ifadeden oluşan ölçekte ifadeler “*Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm.*” ve “*Yaratıcı fikirler üretirim.*” şeklindedir. Ölçekte cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yüklerinin .82 ile .75 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .94 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .82 ile .71 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 4’de sunulmuştur. Yapılan

güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenirlik katsayısı **.88** olarak bulunmuştur.

5.7.5. İş performansı ölçeği (İP):

Havayolu taşımacılığıcılığı sektöründe çalışan bireylerin iş performanslarını belirlemek üzere önce Kirkman ve Rosen (1999), daha sonra ise, Sigler ve Pearson (2000) tarafından kullanılan iş performansı ölçeği kullanılmıştır. Dört ifadeden oluşan ölçekte ifadeler “Görevlerimi tam zamanında tamamlarım.” ve “Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim.” şeklindedir. Ölçeğin güvenirlik katsayısı her iki çalışmada da .70’in üstündedir. Türkiye’de Çöl (2008) tarafından akademisyenler üzerinde uygulanan ölçeğin güvenirlik katsayısı .82 olarak tespit edilmiştir. Ölçekte cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yüklerinin .81 ile .74 arasında olduğu, KMO analiz sonucu .91 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin .81 ile .73 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 4’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenirlik katsayısı **.86** olarak bulunmuştur.

Çizelge 5.3. Yapısal Eşitlik Modeli Uyum Kriterleri (Meydan ve Şeşen, 2010: 37)

Ölçüm (Uyum istatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN/DF(χ^2/sd)	≤ 3	4-5
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95

TLI	≥ 0.95	0.94-0.90
-----	-------------	-----------

Çizelge 5.4. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeklerin uyum iyiliği değerleri

Değişkenler	X ²	df	CMI N/ DF ≤5	GFI ≥.85	AGF I ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	RMSE A ≤.08
1.BTE	128,3	5	2,09	0,91	0,89	0,92	0,96	0,93	0,05
2. BTS	23,8	6	0,6	0,94	0,95	1,00	1,00	1,00	0,00
3. HGTU	321,6	12	1,9	0,96	0,93	0,97	0,97	0,94	0,03
4. İZU	122,7	54	1,2	0,93	0,91	0,96	0,93	0,96	0,04
5. YD	98,3	22	1,7	0,94	0,96	0,97	0,98	0,94	0,06
6. İP	67,4	15	1,9	0,95	0,96	0,96	0,97	0,94	0,03

Not: Uyum iyiliği değer aralıkları “*kabul edilebilir*” standartlara göre düzenlenmiştir.

5.7.6. Veri toplama ve değerlendirme tekniği

Araştırmada demografik değişkenlere ilişkin ifadelere ve Bilgi Teknolojileri Eğitimi, Bilgi Teknolojileri Stratejisi, Haberleşme Ve Güncel Takip Uygulamaları, İş Zekâsı Uygulamaları, Yenilikçi Davranış ve İş Performansı değişkenlerine ait ölçekler bir araya getirilerek EK-A’da verilmiş olan toplam 1 sayfalık bir veri toplama formu oluşturulmuştur.

Veri toplama formu ile elde edilen veriler SPSS ve AMOS paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin örnekleme uyumluluğunu belirlemek için yapı geçerlikleri AMOS paket programındaki doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak yapılmıştır.

Ölçeklerin güvenilirlik analizleri Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı kullanılarak yapılmıştır.

Araştırmada katılımcıların bağımlı değişken iş performansının ortalamalarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak amacıyla bağımsız örneklem t-testleri ve tek yönlü ANOVA analizleri yapılmıştır.

5.8. Araştırmanın Bulguları

Havayolu taşımacılığı sektöründe uygulanan; bilgi ve iletişim teknolojilerinin çalışanların iş performansına etkisi ve bu etkide yenilikçi davranışın aracılık rolünün araştırılmıştır. Araştırmanın bulguları, demografik gruplardaki farklılıklar, değişkenler arası ilişkiler, çalışanların yenilikçi davranışını yordayan değişkenler ve araştırmanın sonuçları belirtilmiştir.

5.8.1. Değişkenlerle ilgili betimleyici bulgular

Araştırmada 366 katılımcıdan elde edilen betimleyici istatistiklere göre kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin (en küçük, en büyük ve ortalama) değerler Tablo 5'de verilmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenleri olan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ölçeklerinde yer alan toplam 24 madde dört boyut ayrı ayrı ve tümleşik olarak aritmetik ortalamalar alınarak analizler yapılmıştır. Diğer bağımsız değişken yenilikçi davranış faktör analizi sonucu belirlenen 6 maddenin aritmetik ortalaması hesaplanarak belirlenmiştir. Bağımlı değişken olan iş performansı ise toplam 4 madde faktör analizi sonucu belirlenen tek boyut olarak aritmetik ortalaması hesaplanarak belirlenmiştir. Hesaplamalarda en düşük puan 1 (bir), en yüksek puan ise, 5 (beş) olmak üzere puanlama beş puan üzerinden yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 5 de görülmektedir.

Çizelge 5.5. Değişken ve boyutlarına ilişkin betimleyici istatistikler

Değişken	Toplam	Ortalama	Std. Sapma
BTE	366	3,91	0,76
BTS	366	3,89	0,81
HGTU	366	3,85	0,82
İZU	366	3,90	0,87
YD	366	3,97	0,75
İP	366	4,17	0,73

5.8.2. Demografik gruptaki farklılıklar

Araştırmada bağımlı değişken olan iş performansının, cinsiyete, medeni duruma, çalışılan kuruma göre farklılık gösterip göstermediği “t-testi”; çalışanların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediği ise “ANOVA analizi” ile test edilmiştir.

İş Performansının cinsiyete, medeni duruma, çalışılan kuruma göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek üzere yapılan t-testi sonucunda (Tablo 7) havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının iş performanslarının cinsiyete göre farklılaşmadığı, başka bir ifadeyle, havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının iş performanslarının cinsiyete göre anlamlı bir fark oluşturmadığı ancak medeni duruma göre farklılaştığı, başka bir ifadeyle, havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının iş performanslarının medeni duruma göre anlamlı bir şekilde fark gösterdiği, evlilerin iş performans algılarının, bekarlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 5.6. t testi bulguları

Değişken	Grup	N	Ort.	SS	Sig
İş Performansı	Kadın	161	4,22	,71	,253
	Erkek	204	4,14	,75	
	Evli	184	4,29	,63	,020*
	Bekar	181	3,75	,80	

* p<.05

Havayolu taşımacılığı sektörü çalışanlarının iş performanslarının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediği ise “ANOVA analizi” ile test edilmiştir.

İş Performansının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan tek yönlü ANOVA analizleri Tablo 8 de sunulmuştur.

Tablo 8 de görüldüğü üzere çalışanların iş performansları, eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir ($F=4,509$, $p>0,05$). Tukey testi sonuçlarına göre, farklılaşmanın ilköğretim ve lisans grupları arasında olduğu ($p=0,006 \leq 0,05$) tespit edilmiştir.

Çizelge 5.7. ANOVA testi bulguları

Değişken	Grup	N	Ort.	SS	F	Sig.
İş Performansı	İlköğretim	47	3,90	,75	4,509	,004*
	Lise	137	4,10	,85		
	Lisans	153	4,31	,59		
	Y.Lisans	28	4,28	,67		

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

5.8.3. Değişkenler arası ilişkiler

Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson korelasyonları hesaplanmıştır (Tablo 6). Tabloda ayrıca satırların sonunda güvenilirlik bulguları parantez içinde sunulmuştur. Analiz sonucunda; çalışanların iş performansının, bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde yer alan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ve aracı değişken olarak belirlenen yenilikçi davranış ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.8. Değişkenler arası korelasyon değerleri

Değişken	1	2	3	4	5	6
1.BTE	(.88)					
2.BTS	.76**	(.89)				
3.HGTU	.66**	.70**	(.87)			
4.İZU	.63**	.66**	.76**	(.94)		
5.İP	.56**	.47**	.45**	.45**	(.88)	
6.YD	.54**	.46**	.42**	.46**	.68**	(.86)

Not: Alfa güvenilirlik katsayıları parantez içinde gösterilmiştir.

** $p < .001$,

5.8.4. Çalışanların yenilikçi davranışını yordayan değişkenler: regresyon analizi bulguları

Değişkenler arası doğrudan ilişkileri, diğer bir ifade biçimi ile bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki açıklama güçlerini ortaya koymak amacıyla regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizlerinde çalışanların iş performansları bağımlı değişken olarak ele alınmış, bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde yer alan bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekâsı uygulamaları ve aracı değişken olarak belirlenen yenilikçi davranış, bağımsız değişkenler olarak ele alınarak bağımlı değişken olan iş performansı üzerindeki etkileri incelenmiştir.

İşletmelerin sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojileri kabiliyetlerinin (BİTK) dört boyutu olan, bilgi teknolojileri eğitimi (BTE), bilgi teknolojileri stratejisi (BTS), haberleşme ve güncel takip uygulamaları (HGTU) ve iş zekâsı uygulamalarının (İZU); iş performansı (İP) üzerine etkisini ve bu etkide yenilikçi davranışın (YD) aracılık rolünü açıklamak amacıyla, Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç aşamalı regresyon analizi yapılmıştır. Bu yöntemle göre, bağımsız değişkenin bağımlı değişken ve aracı değişken üzerinde bir etkisi olmalıdır. Aracı değişken bağımsız değişkenle birlikte regresyon analizine dâhil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki regresyon katsayısı düşerken, aracı değişkenin de bağımlı değişken (İP) üzerinde anlamlı etkisi sürmelidir. Bu kapsamda YD düzeyinin aracılık rolünü belirlemek amacıyla, BTE-YD, İP; BTS-YD, İP; HGTU-YD, İP ve İZU-YD, İP arasındaki ilişkiler hiyerarşik regresyon analizleri aracılığı ile incelenmiş ve Sobel testleri yapılmıştır. Aracılık testine ilişkin bulgular Tablo 3, 4, 5, 6 ve 7’de verilmektedir.

Aracılık testi kapsamında ilk aşamada bağımsız değişken bilgi teknolojileri eğitimi ile iş performansı arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Bu aşamanın ilk adımında **BTE’ nin İP’ yi** ($\beta = .56, p < .001$) **anlamlı olarak etkilediği** görülmüştür. İkinci adımda BTE’ nin aracılığı araştırılan YD’ ye olan etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda **BTE’ nin YD’ yi anlamlı olarak etkilediği** ($\beta = .54, p < .001$) tespit edilmiştir. Bu adımda aracılığı araştırılan YD’ nin İP’ ye olan etkilerine de bakılarak rapor edilmiştir. **YD’ nin İP’ yi** ($\beta = .68, p < .001$) **anlamlı olarak etkilediği** bulgulanmıştır. Bu aşamanın son adımında ise BTE ve

aracılığı araştırılan YD birlikte analize sokulmuş ve İP üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Bu analiz sonucunda **BTE' nin YD ile birlikte analize sokulmasıyla İP üzerindeki etkisi devam etmiş ve azalmış** ($\beta = .42, p < .001$), **YD' nin de İP üzerindeki etkisi devam etmiştir** ($\beta = .49, p < .001$). Bu şartların sağlanmasının ardından aracılık etkisini teyit etmek maksadıyla Sobel testi yapılmış ve Sobel(z) anlamlı bulunmuştur ($z = 7.2, p < .001$). Bu bulgu **BTE' nin İP' ye etkisinde YD' nin kısmi aracılık rolü üstlendiğini** göstermektedir. **Bu bölüm analizleri sonucunda H1, H5, H9 ve aracılık hipotezi olan H10' un desteklendiği görülmektedir.**

Aracılık testinin ikinci aşamasında ikinci bağımsız değişken bilgi teknolojileri stratejisi ile iş performansı arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Bu aşamanın ilk adımında **BTS' nin İP' yi** ($\beta = .47, p < .001$) **anlamlı olarak etkilediği** görülmüştür. İkinci adımda BTS' nin aracılığı araştırılan YD' ye olan etkisi araştırılmıştır. Analiz sonucunda **BTS' nin YD' yi anlamlı olarak etkilediği** ($\beta = .46, p < .001$) tespit edilmiştir. Bu aşamanın son adımında ise BTS ve aracılığı araştırılan YD birlikte analize sokulmuş ve İP üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Bu analiz sonucunda **BTS' nin YD ile birlikte analize sokulmasıyla İP üzerindeki etkisi devam etmiş ve azalmış** ($\beta = .32, p < .001$), **YD' nin de İP üzerindeki etkisi devam etmiştir** ($\beta = .38, p < .001$). Bu şartların sağlanmasının ardından aracılık etkisini teyit etmek maksadıyla Sobel testi yapılmış ve Sobel (z) anlamlı bulunmuştur ($z = 4.9, p < .001$). Bu bulgu da **BTS' nin İP' ye etkisinde YD' nin kısmi aracılık rolü üstlendiğini** göstermektedir. **Bu bölüm analizleri sonucunda H2, H6 ve aracılık hipotezi olan H11' in desteklendiği görülmektedir.**

Üçüncü adımda bağımsız değişken haberleşme ve güncel takip uygulamaları ile iş performansı arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Bu aşamanın ilk adımında **HGTU' nun İP' yi** ($\beta = .45, p < .001$) **anlamlı olarak etkilediği** görülmüştür. İkinci adımda HGTU' nun aracılığı araştırılan YD' ye olan etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda **HGTU' nun YD' yi anlamlı olarak etkilediği** ($\beta = .42, p < .001$) tespit edilmiştir. Bu aşamanın son adımında ise HGTU ve aracılığı araştırılan YD birlikte analize sokulmuş ve İP üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Bu analiz sonucunda **HGTU' nun YD ile birlikte analize sokulmasıyla İP üzerindeki etkisi devam etmiş ve azalmış** ($\beta = .31, p < .001$), **YD' nin de İP üzerindeki etkisi devam etmiştir** ($\beta = .33, p < .001$). Bu şartların sağlanmasının ardından aracılık etkisini teyit etmek maksadıyla Sobel testi yapılmış ve Sobel(z) anlamlı bulunmuştur

($z=7.5$, $p<.001$). Bu bulgu HGTU' nun İP' ye etkisinde YD' nin kısmi aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Bu bölüm analizleri sonucunda H3, H7 ve aracılık hipotezi olan H12' nin desteklendiği görülmektedir.

Dördüncü adımda, bağımsız değişken iş zekâsı uygulamaları ile iş performansı arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Bu aşamanın ilk adımında İZU' nun İP' yi ($\beta= .45$, $p<.001$) anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. İkinci adımda İZU' nun aracılığı araştırılan YD' ye olan etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda İZU' nun YD' yi anlamlı olarak etkilediği ($\beta= .46$, $p<.001$) tespit edilmiştir. Bu aşamanın son adımında ise İZU ve aracılığı araştırılan YD birlikte analize sokulmuş ve İP üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Bu analiz sonucunda İZU' nun YD ile birlikte analize sokulmasıyla İP üzerindeki etkisi devam etmiş ve azalmış ($\beta= .33$, $p<.001$), YD' nin de İP üzerindeki etkisi devam etmiştir ($\beta= .48$, $p<.001$). Bu şartların sağlanmasının ardından aracılık etkisini teyit etmek maksadıyla Sobel testi yapılmış ve Sobel(z) anlamlı bulunmuştur ($z=6.4$, $p<.001$). Bu bulgu İZU' nun İP' ye etkisinde YD' nin kısmi aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Bu bölüm analizleri sonucunda H4, H8 ve aracılık hipotezi olan H13' ün desteklendiği görülmektedir.

Çizelge 5.9. Aracılık testi sonuçları (BTE-YD-İP)

		β	
		YD	İP
BTE	Test 1		
	Yaş		-.11
	Çal.Süresi		.10
	BTE		.56**
	Adjusted R ²		.41
	ΔR^2		.41
			($F=383$ **)
	Test 2		YD→İP
	Yaş	-.19	.02
	Çal.Süresi	.14	.72
	BTE	.54**	.68**
	Adjusted R ²	.43	.56
	ΔR^2	.42	.56
		($F=548$ **)	($F=471$ **)
	Test 3		
Yaş		-.43	
Çal.Süresi		-.31	
BTE		.42**	

	YD	.49**
	<i>Adjusted R²</i>	.32
	ΔR^2	.31
		(F=723**)
	<i>Sobel Test(z)</i>	7.2**

*** p< .001

Çizelge 5.10. Aracılık testi sonuçları (BTS-YD-İP)

		β	
		YD	İP
BTS	Test 1		
	Yaş		-.34
	Çal.Süresi		.16
	BTS		.47**
	<i>Adjusted R²</i>		.39
	ΔR^2		.39
			(F=222**)
	Test 2		
	Yaş	-.09	
	Çal.Süresi	.11	
	BTS	.46**	
	<i>Adjusted R²</i>	.38	
	ΔR^2	.38	
			(F=371**)
	Test 3		
	Yaş		-.005
	Çal.Süresi		.045
	BTS		.32**
YD		.38**	
<i>Adjusted R²</i>		.29	
ΔR^2		.29	
		(F=623**)	
	<i>Sobel Test(z)</i>		4.9**

*** p< .001

Çizelge 5.11. Aracılık testi sonuçları (HGTU-YD-İP)

		β	
		YD	İP
HGTU	Test 1		
	Yaş		-.004
	Çal.Süresi		.051
	HGTU		.45**
	<i>Adjusted R²</i>		.40
	ΔR^2		.39
			(F=356**)
	Test 2		

Yaş	-0.006	
Çal.Süresi	.23	
HGTU	.42**	
<i>Adjusted R²</i>	.24	
ΔR^2	.24	
		(<i>F=427**</i>)
Test 3		
Yaş		-0.16
Çal.Süresi		.05
HGTU		.31**
YD		.33**
<i>Adjusted R²</i>		.27
ΔR^2		.26
		(<i>F=741**</i>)
<i>Sobel Test(z)</i>		7.5**

*** p< .001

Çizelge 5.12. Aracılık testi sonuçları (İZU-YD-İP)

		β	
		YD	İP
İZU	Test 1		
	Yaş		-0.003
	Çal.Süresi		.026
	İZU		.45**
	<i>Adjusted R²</i>		.38
	ΔR^2		.37
			(<i>F=548**</i>)
	Test 2		
	Yaş	-0.006	
	Çal.Süresi	.09	
	İZU	.46**	
	<i>Adjusted R²</i>	.27	
	ΔR^2	.27	
			(<i>F=591**</i>)
	Test 3		
Yaş		-0.067	
Çal.Süresi		.035	
İZU		.33**	
YD		.48**	
<i>Adjusted R²</i>		.37	
ΔR^2		.37	
		(<i>F=198**</i>)	
<i>Sobel Test(z)</i>		6.4**	

*** p< .001

Çizelge 5.13. Aracılık testi sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇ
H1: Bilgi teknolojileri eğitimi, bireylerin yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H2: Bilgi teknolojileri stratejisi, bireylerin yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H3: Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, bireylerin yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H4: İş zekâsı uygulamaları, bireylerin yenilikçi davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H5: Bilgi teknolojileri eğitimi, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H6: Bilgi teknolojileri stratejisi, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H7: Haberleşme ve güncel takip uygulamaları, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H8: İş zekâsı uygulamaları, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H9: Yenilikçi davranış, bireylerin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.	Desteklendi
H10: Bilgi teknolojileri eğitiminin, bireylerin iş performansı üzerine etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.	Desteklendi
H11: Bilgi teknolojileri stratejisinin, bireylerin iş performansı üzerine etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.	Desteklendi
H12: Haberleşme ve güncel takip uygulamalarının, bireylerin iş performansı üzerine etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.	Desteklendi
H13: İş zekâsı uygulamalarının, bireylerin iş performansı üzerine etkisinde yenilikçi davranışın aracılık rolü vardır.	Desteklendi

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Genel olarak literatür taramalarına bakıldığında bilgi ve iletişim teknolojilerinin işletmeler için sadece iş performansı açısından yarar sağlamadığı bunun yanında, rekabetçi üstünlük elde etmede, verimliliğini arttırmada, maliyetlerini düşürmede ve kaliteyi arttırmada da önemli unsur olarak belirtilmiştir (Berhan ve Holmes, 1990). Her işletme karlılığını artırma, maliyetlerini azaltmak ve istedikleri iş performansını yakalamak için hedefler ve bu hedefleri gerçekleştirmek için stratejiler belirlemektedir. Bunun yanında işletmelerin yenilikçi davranışı benimsemesi gerekmektedir. Çünkü yenilikçi davranış, işletmelerin ekonomik olarak ayakta durabilmelerinin yollarını bulmada ve hızlı teknolojik ilerlemeleri yakalamada önemli etkiye sahiptir (Ataay, 1985).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Literatür taramalarının bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş performansına etkisi ve bu etkide yenilikçi davranışın ilişkisi ile ilgili araştırma bölümleri incelendiğinde; kendini işletmeden hissetme ortaya çıkan performans ve yenilikçi davranış ile doğru ilişki içinde olduğu (Turunç, Altay, Bilgin, 2011), Janssen ve VanYperen (2004), hedefe ulaşmanın çalışanların arasındaki iletişimin kalitesi ile doğru orantıda olduğu, ortaya çıkan iş performansında yenilikçi davranışın etkin rolü olduğu belirtilmiştir.

Bilgiyi elde etme ve bunu iletişimle başkalarına aktarma insan için, elde edilen bilginin, iletilmesi ve kullanılması toplum için önem taşıyan bir unsurdur. Bunların yanında, bilgi ve iletişim teknolojilerine sahip olup düzenli kullanmayı başarmak firmalar açısından önemlidir. Firmalar elde edilen bilgilerin iletilmesi ve kullanılması aşamasında çalışanların iş performansının analizini ortaya çıkararak kalite ve verimliliklerinde artış sağlayabilmektedirler (Marr ve Schiumo, 2003).

Çağa ayak uydurmak, örgüt içi ve dışı faaliyetlerin gözlenmesini gerektirmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanan firmalar çalışanların iş performansından olumlu yönde cevaplar almaktadırlar. Çünkü bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde firmalar, stres yönetiminin yapılmasını gerçekleştirmekte ve firma kaynaklarının kullanımında rasyonellik sağlamada avantaja sahip olmaktadır (Bedük, 2002). İş alanında başta yardımlaşma bilgi alışverişindeki kolaylık sayesinde örgüt içi iletişimin

güçlenmesi sonucunda çalışanların iş performansında artış gözlemlenmektedir. İş performansının artışı veri işlemleri faaliyetlerinde doğru ve dakiklığı sağlarken bu yolla firmalar hem mali açıdan karlılık hem de iş performansı açısından verimlilik elde etmektedirler (Öztürk, 2005).

Globalleşme ile birlikte, yeni bilgilere ve yeni pazarlara ulaşmakta kolaylıklar sağlanmıştır. Bu kolaylıklar sayesinde firmalar yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanarak yeni ürün veya hizmetler sunma avantajı yakalamakta, pazardaki varlıklarını sağlam temeller üzerine kurmaktadır.(Uzay, 2001).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen büyük ve hızlı ilerlemeler ile yenilikçi davranışın bir araya gelmesi pazarda firmaların ileri itici güç kazanmasını sağlamaktadır (Kılıç, 2014). İşletmeler hem piyasadaki var olan ürün veya hizmet gücünü korumayı hem de yeni girişimlerde bulunmayı amaçlamakta ve gerçekleştirirken yenilikçi davranış sayesinde kolaylıklar yaşamaktadır. Bu konu ile ilgili yapılan başka bir araştırmada bilgi iletişiminin ürün, süreç, pazarlama ve örgütsel yenilikçi davranışı anlamlı olarak etkilediği görülmektedir (Özçer, 2005).

Bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı ile ilgili araştırmalara bakıldığında, her alanda kullanılması ve yenilikçi davranışın benimsenmesi firmalarda çalışanların kişisel kariyerlerinin geliştirmesini sağladığı görülmüştür (Zimmerman, 2008). Yeni bilgi, yeni işlemler yenilikçi davranışı benimseyen çalışanların işe bağlılıkları ile iş performanslarında artış meydana gelecektir. Fakat çalışanlar arasında yenilikçi davranışı benimsememiş olanlar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sürekli gelişip değişmesinin sonucunda mevcut bilgilerin eskiyeceğini ve yeni bilgilerle ortaya koyulacak iş performansında zorluklar yaşayacağından üzerinde stres ve kaygı gibi iş performansını kötü yönde etkileyen faktörlerin oluşması durumunda örgütte bağlılığını zamanla kaybedip, işten ayrılma niyetine girebilirler (Çekmecelioğlu, 2007). Performans hedefine ulaşmada başarısızlık korkusu ve statükoculuk, yeni ve bilinmeyen görevlere atılmada iş performansının artışında engel teşkil etmektedir. (Button vd., 1996).

Havayolu taşımacılığı sektörü, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemi giderek artan ve önemli ölçüde bilgi ve iletişim teknolojik altyapı gerektiren bir yapıya sahiptir. Bu durumda, havayolu taşımacılığı şirketlerinin günümüz rekabetçi iş hayatında varlığını sürdürebilmesi için, büyük ölçüde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmenin yanı sıra

yenilikçi davranışı da benimsemiş olmasına bağlıdır (Bayraktar ve Özbilgin, 2012). İşletmeler eğer sadece belirli alanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma yolunu seçerlerse, müşteriler ile karşılanan istek ve taleplerde tutarsızlığın yanı sıra, örgüt içi ve örgüt dışı iletişimde de tutarsızlıklar meydana gelecektir. Bu tutarsızlıkların meydana gelmemesi için bilgi ve iletişim teknolojilerinin avantajlarından tüm birimlerde aynı ölçüde ve aktif şekilde yararlanılmalıdır (Feng ve Wang, 2001).

Sadece bilgi ve iletişim teknolojilerine sahip olmak firmaları avantajlı duruma getirmez. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin doğru ve aktif kullanabilmenin yolu yenilikçi davranıştan geçmektedir. İşletmelerde yenilikçi davranışların, çalışanların iş performansının artırılmasında önemli değişken olduğu bulgularla ortaya konmuştur (Çalışkan ve Akkoç, 2012).

Yeni bilgiyi alma harmanlama ve istenilen bilgi ile talep edilen ürün veya hizmetin ortaya çıkmasında benimsenmiş yenilikçi davranışın büyük rolü olduğu görülmüştür (Özçer, 2005). Yenilikçi davranış ile elde edilen bilginin değişim sürecinde, ürün veya hizmet yapısında da değişimler yenilikler meydana gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile yenilikçi davranışın karşılıklı doğru ilişkileri sayesinde gerçekleşen değişimler, örgütün amacına uygun, müşterinin taleplerine istenilen şekilde cevap veren ve yönetim için de doğru stratejileri belirlemede ve istenilen iş performansı ve verimliliği elde etmede önemli bir anahtar rolü üstlenmektedir (Kılıç, 2014).

Havayolu taşımacılığı şirketlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerinden, önemli ölçüde ve geniş çapta yararlanmaya çalıştığını görülmektedir. Ayrıca havayolu taşımacılığı sektöründe tedarik, hizmet, işletme içi iletişim, ve pazarlama süreçlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerini yüksek düzeyde kullanmaktadır. Bu durum havayolu taşımacılığı sektöründe hem bilgiyi doğru kullanmasını hem de yenilikçi davranışın esaslarına dayanarak geliştirdiği sisteminin sürekli değişim ve gelişim göstermesinin sonuçlarındandır. (Feng ve Wang, 2001)

Havayolu taşımacılığı sektöründe bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım amaçları içinde en önemli olanlar; müşteri isteklerine anında ve yeterli şekilde cevap verebilmek, verdiği hizmetin kalitesini sürekli yenileme ve yükseltmek, ticari faaliyetlerini devam ederken bu faaliyetlerde kolaylıklar ve hız kazanabilmek ve son olarak müşteri ilişkilerini geliştirme ve yenilemek yer almaktadır. Global rekabet ortamında işletmelerin

müşterilerinin sadık müşterilere dönüşmesinde, müşterin istek ve ihtiyaçlarının doğru algılanması ve anında bu istek ve ihtiyaca cevap verilmesi esas alınmaktadır (Bayraktutan ve Özbilgin, 2012). Müşteri istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve devamında bu istek ve ihtiyaçların karşılanmasında, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı önemi büyüktür. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin aktif kullanılması sonucunda ürün veya hizmet kalitesinde artış ve buna bağlı olarak mal ve hizmet sunumunda iyileşmeler meydana gelebilmektedir (Mustafa, 2016).

Ulusal ve uluslararası piyasalara bakıldığında bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanan şirketlerin yeni bilişim teknolojilerinden faydalanması sonucunda verimliliği önemli ölçüde arttığı, rekabetçi piyasalarında geliştiği görülmektedir (Kenney, 2000).

Bu araştırmada ortaya çıkan bulgulara bakılarak bazı değerlendirmelerde bulunulabilmektedir. Araştırmanın bağımsız değişkeni olan bilgi ve iletişim teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel takip uygulamaları, iş zekası uygulamaları ölçekte 24 madde dört boyutta ayrı ayrı ve tümleşik olarak aritmetik ortalamalarla hesaplandı. Diğer bağımsız değişken, yenilikçi davranış faktör analizi sonucu belirtilen altı maddenin aritmetik ortalaması hesaplanarak belirtildi.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olan iş performansının, cinsiyet, medeni durum, çalışılan kuruma göre farklılık gösterip göstermediği “t testi” ile çalışanların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediği “ANOVA testi” ile test edilmiştir. Bu testlerin sonuçlarına bakıldığında, havayolu taşımacılığı sektöründe çalışanları iş performansında, cinsiyete göre anlamlı bir fark oluşmamakla birlikte medeni duruma bakıldığında fark olduğu tespit edilmiştir. Uygulanan anket sonuçlarına bakılarak, evlilerin iş performans algılarının, bekarlara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yapılan ANOVA testine göre havayolu taşımacılığı sektöründe çalışanların, eğitim düzeylerinin iş performansında, ilköğretim ile lisans grupları arasında farklılaşmalar tespit edilmiştir. Lisans gruplarını iş performansı ilköğretim gruplarının iş performansına göre daha yüksek olduğu fark edilmiştir.

Değişkenler arası ilişkileri belirtmek amacıyla uygulanan korelasyonların sonuçlarına bakıldığında, bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenin ve aracı değişkenin birbirleri ile pozitif yönde ve anlamlı ilişkileri görülmüştür.

Değişkenler arası doğrudan ilişkileri hesaplamak için yapılan regresyon analizine göre, çalışanların iş performansı bağımlı değişken olarak ele alındı ve bilgi ve iletişim teknolojilerinde yer alan; bilgi teknolojileri eğitimi, bilgi teknolojileri stratejisi, haberleşme ve güncel uygulamaları takip, iş zekası uygulamaları ve aracı değişken olarak belirlenen yenilikçi davranış, bağımsız değişkenler olarak ele alınarak bağımlı değişken olan iş performansı üzerinde etkilerine bakıldığında; çalışanların bağımlı değişken olan iş performansının, bağımsız değişken olan bilgi ve iletişim teknolojileri ve aracı değişken olan yenilikçi davranışın olumlu ve anlamlı etkilediği hesaplanmıştır.

Araştırma yapılan havayolu taşımacılığı sektörü, işletmelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının ve bu kullanımda yenilikçi davranışın aracı etkisi rolünün çalışanların performansında pozitif ve olumlu etki gösterdiği anlaşılmıştır.

Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasında, yenilikçi davranış en önemli faktörlerindendir. Yenilikçi davranışın benimsenmesi ve gelişmesi, örgütü bilgi ve iletişim teknolojilerini doğru ve aktif kullanması ile doğru orantılıdır (Kılıç, 2014). Bireysel ve örgütsel paylaşılan kullanılan bilgi ve iletişim teknolojileri şirketleri zamanla büyümeye ve gelişmeye itecektir (Yazıcı,2000). Yenilikçi davranış ile bilgi ve iletişim teknolojileri istenilen iş performansı için ve verimlilik için ayrılmaz bütün olarak kabul edilmektedir. Çünkü biri olmadan diğerinin gelişmesi ve yenilenmesi mümkün olamayacağından firmaların bilgi ve iletişim teknolojileri ya da yenilikçi davranıştan sadece birini kullanmaları onlara istenilen iş performansını ortaya çıkmasını gerçekleştirmeyecektir (Baldwin, 1996). Bilgi ve iletişim teknolojileri ve yenilikçi davranıştan yararlanmayan firmalar zamanda piyasadan yok olmaya mahkum hale gelmektedirler (Özçer, 2005).

Son yıllarda yenilikçi davranış kavramı ile ilgili birçok bilimsel çalışmalar yapılmıştır. Yenilikçi davranışın bilimsel çalışmalara konu olma sebeplerinden en önemlileri; örgüt içi ve dışı iletişimde olumlu etki, örgüte bağlılık, girişimci liderlik, yaratıcılık, rekabet gücü, iş tatmini, iş performansı, dönüşümcü liderlik gibi ulusal ve uluslararası pazarlarda firmalara olumlu şekilde etki etmesindedir (Arıkan, 2017). Bu özellikler göz önüne alındığında ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin yenilikçi davranışın aracılık etkisi ile iş performansına etkisi üzerine araştırma yapılmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve yenilikçi davranış sürekli değişime uğrayan ve değişirken gelişmeye devam eden yapıya sahiptirler. Bu değişim ve gelişim sayesinde firmalarda çalışanların iş performansı artmaktadır. Örgütler başarılı ve güçlü şekilde devam ettikleri piyasa şartlarında temel politika olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanmakta ve buna bağlı olarak yenilikçi davranışı benimsemektedir. Bu durumu sonucunda şirketler istedikleri iş performansını elde etmişlerdir (Akal, 2000). Bilgi ve iletişim teknolojileri ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen bir başka çalışma incelendiğinde, “üretim sürecinde bilişim teknolojilerinin kullanılmasıyla yenilikçi davranış arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu, bilişim teknolojileri kullanma oranı arttıkça yenilikçilik yapma oranı da artmıştır.” (Bingöl, 2006), sonucuna varıldığı görülmüştür.

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve yenilikçi davranışın aracılık rolünün çalışanların iş performansını pozitif ve olumlu etkilemesinin yanında, şirketlerin karlılığında ve büyüme düzeylerinde artış gösterdiği söylenebilir. Diğer bir ifadeyle bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanan firmaların bununla birlikte yenilikçi davranışı benimsemesi sonucunda, rekabetçi piyasada firmanın avantajı artmakta, satışları artmakta ve firmanın genel durumunda olumlu gelişmeler meydana geldiğinden verimlilik ve karlılık artmaktadır (Yazıcı, 2000).

Bilgi ve iletişim teknolojileri çalışanların örgüt içi ve örgüt dışı karşılaşabileceği anlaşmazlıkların önüne geçilmesini sağlamaktadır (Mustafa, 2016). Yenilikçi davranış ile firmalar, müşterilerin istek ve taleplerinin öngörülebilmesi ve anında cevaplanması avantajını elde etmiş olurlar (Kılıç, 2014).

Bilgi ve iletişim teknolojileri eğitimleri, havayolu taşımacılığı sektöründe iş analizlerini ve yorumlarını takip etmeyi kolaylaştırmıştır. Ayrıca verilen bilgi ve iletişim teknolojileri eğitimleri sayesinde, çalışanlar arası iletişimde artış ve ortaya çıkan iş performansında yükseliş meydana gelmektedir (Feng ve Wang, 2001).

Bilgi ve iletişim teknolojileri stratejilerinden yararlanan havayolu taşımacılığı sektöründe, üst yönetim ile çalışanlar arasındaki bağda gerçekleşebilecek anlaşmazlıkların önüne geçebilir ve örgüt içi iletişimsizliği minimize edebilir. Aynı zamanda üst yönetimin verdiği hedefe doğru ilerlerken hangi stratejilerden yararlanması gerektiğini açıkça

kavradığından ortaya çıkan iş performansında artış meydana gelebilmetedir (Bayraktutan ve Özbilgin, 2012).

Bilgi ve iletişim teknolojileri ile haberleşme ve güncel takip uygulamalarından yararlanan havayolu taşımacılığı sektörü, örgüt içi bilgi alışverişinin doğru şekilde gerçekleşmesini sağlarken aynı zamanda güncel konuların örgüt içinde kolaylıkla takibinin gerçekleşmesini sağlar. Çeşitli bilgilerin aynı anda elde eden çalışanlar, ne zaman nerede hangi bilgiyi kullanması gerektiğinin bilincinde olur. Bu durumda istenilen işin doğru zamanda, doğru yerde, doğru şekilde ortaya çıkmasını sağlar ve bu yolla çalışanlardan istenilen iş performansı elde edilmiş olur.

Bilgi ve iletişim teknolojileri iş zekası uygulamaları ile havayolu taşımacılığı sektöründe, verinin bilgiye dönüşme aşamasında hangi verinin seçilmesi gerektiğini ve bu veri ile ulaşılabilecek bilginin işe yarayıp yaramadığını ölçümlemede kolaylık sağlar. İstenilen hizmet için ortaya konması gereken bilginin ortaya çıkmasından sonra çalışanların elde ettikleri bu bilgi ile sunacakları hizmetlerde aksamalar veya yanlışlık olmasının önüne geçilir.

Ürün veya hizmetlere yönelik fikirlerin ortaya çıkarılması ve bu fikirlerin kazanlı ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi için bir organizasyon içerisinde bireylerin ve bunların oluşturdukları ekiplerin çalışması önem arz etmektedir (Hostager vd. 1998). Bu konuda yapılan araştırmalarda, yenilikçi davranışın iş performansını olumlu etkilediği belirtilmektedir. (Damanpour ve Evan, 1984). Bilgi ve iletişim teknolojileri ve yenilikçi davranışın ayrılmaz bir bütün gibi düşündüğümüz bu çalışmada, yenilikçi davranışın her evrede olduğunu söylersek yanılmış olmayız. Ortaya çıkan ürün ve hizmetin temeli bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından atılmaktadır, doğru şekilde kullanılan bilgi ve iletişim sonucunda istenilen ürün veya hizmet elde edilir. Elde edilen ürün veya hizmetin devamlılığı ortaya konan iş performansı ve yenilikçi davranışla doğru orantılıdır.

Sonuç olarak havayolu taşımacılığı sektörü, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi bilgi ve iletişim teknolojilerini aktif ve doğru kullanarak istediği iş performansını elde edebilir, ayrıca istediğinin üstünde bir iş performansı yakalama avantajına sahip olabilir. Ortaya çıkan iş performansında, yenilikçi davranışın aracılık rolü, anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğundan firmaların istek ve beklentilerine doğru şekilde cevap verilmiş olur ve böylelikle firmalar gelişen ve değişen pazara ayak uydurmada zorlanmazken aynı zamanda

değişimlerin veya yeniliklerin yapı taşını oluşturmada aktif rol oynama avantajını ellerinde bulundurabilirler.

KAYNAKÇA

- Accenture. (2007). The Architecture of Business Intelligence. Accenture.
- Ackoff, K., Rozental D. and Sclafani A. (2004). "Ethanol Conditioned Flavor Prefences Compared with Sugar and Fat" Conditioned Prefences in Rats. *Physiology & Behavior.*, 81: 600-713.
- Ahsan, S. ve Shah, A. (2006). "Data, Information, Knowledge, Wisom: A Doubly Linked ?" Research and Development Center of Computer Science Univeristy of Engineering and Technology?.
- Akal, Z. (2000). "İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi" 4b, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, no:472, Ankara.
- Akkoç, İ., Turuç, Ö. ve Çalışkan, A. (2011). "Gelişim Kültürü ve Lider Desteğinin Yenilikçi Davranış ve İş Performansına Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Aracılık Rolü" *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13:4, s. 83-14.
- Aksay, K. (2011). "Yenilikçilik Kültürünün Örgütsel Ynilikçilik Üzerine Etkisi: Konyallinde Faaliyet Gösteren Özel Hastanelerde Bir Uygulama." Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze Kocaeli..
- Alexander, J.A., Bloom, J. ve Nuchols, B. (1994). "Nursing Turnover and Hospital Efficiency: An Ornanization-Level Analysis" *Industrial Relations*, 33: 505-520.
- Altıntaş, E Çamur, D. (2005). "Beden Dili Sözsüz İletişim", İstanbul, s.50.
- Anschütz, R. (1929). "August Kekules", Berlin, s.388-96.
- Arslan, Berna ve Erhan Arslan (2003). "Örgütsel İletişim", Meslek Yüksek Okulları İçin Genel İletişim, Editör: Uğur Demiray, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Ataay, İ. D. (1985). "İş Değeri ve Başarı Değerleri Yöntemleri" İstanbul Üniveristesi Yayını, No: 3309,Güryay Matbaacılık, İstanbul.
- Aydın, K. (1981). "Bilişim Terimleri Sözlüğü", Ankara : Türk Dil Kurumu Yayınları,
- Aydın, O. (2016). "Dünyadaki İovasyon Kümelerinden Ne Öğrenebiliriz" Türiye Ekonomi

Politikaları Araştırma Vakfı. (Yay: Kasım.)

Aydın, Ş. (2004).“Örgütsel Stres Yönetimi”,Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. 6, Sayı. 3

Aydoğan, E., ve Semiz, S. (2004). “İşletmelerde Teknoloji Yönetimi Bağlamında İleri Üretim Teknolojileri Ve Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama.”
[http://www.sosyobil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler
%5CEnver%20AYDO%C4%99](http://www.sosyobil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/%5CEnver%20AYDO%C4%99).

Aytaç S., (1997). “Çalışma Yaşamında Kariyer”, Epsilon Yayıncılık, İstanbul .

Baldwin, R. John and Johnson, Joanne (1996). “Business Strategies in More- andLess- Innovative Firms in Canada”, Research Policy, Vol.25 No.5, 785-804.

Baltaş, Z., ve Baltas, A. (2006). “Bedenin Dili”, Remzi Kitabevi. İstanbul

Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986), “The Moderator–Mediator Variable Distinction İn Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations” Journal Of Personality And Social Psychology, 51, 1173–1182.

Barutçugil, İ. (2002). “Bilgi Yönetimi”. Kariyer Yayınları, İstanbul.

Barutçugil, İ. (2006). “Yöneticinin Yönetimi”, Kariyer Yayınları, İstanbul.

Bayraktar, A. Köksak, “ Bilgi Edinme Hakkı ve Sır Karamı”, Kazancı Hukuk, İşletme ve Maliye Bilimler Dergisi, Ekim 2004, Sayı 3, s. 7-11.

Bayraktutan, Y. ve Özbilgin, M. (2012). “ Lojistik Sektöründe Havayolu Taşımacılığı ve Türkiye” I. Uluslararası Havacılık Konferansı: 80-89.

Bedük, A. (2002). “Bilgi Çağı Örgütlerde Bilginin Önemi ve Bilgi Teknolojilerinin Örgütlere Sundukları Değişim ve Olanaklar” I. Ulusal Bilgi,Ekonomo ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, Heeke, Kocaeli.

Berlo, K., D. (1960), “The Process of Communication”, Halt Rinehart-Winston, Inc., New York, s. 41.

- Berman, E., Vasconcellas, E., Worther, W., B. (1994). "Executive Levers For The Strategies Management Of Technology." Leaders Must Have The Tool To Move Their Firms Toward The Use Of Technology As A Strategic Resource Business Horizons. Vol:37. No: 1.
- Bilgen, B. (2001). "Performans Ölçme Sistemlerinin İncelenmesi" II. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri, İstanbul teknik Üniversitesi, 124-129, İstanbul.
- Bingöl, D. (2003). "İnsan Kaynakları Yönetimi", Beta Yayınları, 5. Baskı.
- Bingöl M. (2006). "İşletmelerde Bilişim Teknolojileriyle Yenilikçilik: Erzurum, Erzincan, ve Bayburt'taki İmalat İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma". Atatürk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Bowling, N. A. (2007). "Is The Job Stasfaction Job Performansce Relationship Squrious?" Meta Analitic Examination, Journal of Vocation Behaviour,71. 167-185.
- Brown, J.S. (2003). "Şirketi Yeniden Yaratan Araştırma", Yenilikçilik, (Çev. Ahmet Kardam), İstanbul: Mess Yayınları s. 136-137.
- Button, S. B., Mathieu, J.E.ve Zajac, D.M. (1996). "Goal Orientation in Organizational Research: A Conceptual and Empirical Foundation". Orgabizational Behavior and Human Decision Processes, 67(1), 26-48.
- Bülbül, H. (2003). "Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Ürün ve Süreç Yeniliği: Bilişim Teknolojileri Uygulaması". Selçuk Üniveristesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi. Konya.
- Caldwell, D. ve O'Reilly, C.A. (2003). " The Determinants of Team- Based Innovation in Organizations: The Role Of Social Influence." Small Group Research, 34: 497-517
- Cartlidge, A., Hanna, A., Rudd, C., Macfarlane, I., Windebank, J., ve Rance, S. (2007). "An Introductory Overview of ITIL" v3. The UK Chapter of the itSMF.
- Can, H. (1999). "Organizasyon ve Yönetim" 5. Baskı, Ankara, Siyasal Kitabevi.

- Can, F., Ç. (2010). “ İş Süreçleri Yönetim Sistemlerinin Güncel Durumu ve Kurulumu” İstanbul Teknik Üniveristesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Cetron, M. and Davies, O. (2001). “Trends Now Changing The World :Technology The Workplace Management, And Institutions” Futurist, Mar/Apr. 35(1).
- Çalapkulu, Ç. (2015). “Kişilerarası İletişim Sürecinde Romantik Eşlerde İletişim Ötesi Aktörlerin Kullanımı.” Doktora Tezi., Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Çalık, T. (2003). “Performans Yönetimi”, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara, s.7.
- Çalışkan, A. (2007). “Organizasyonel değişim yönetimi ve Azerbaycan Cumhuriyeti’ndeki Türk Menşeli İşletmelerde Bir Uygulama” Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı. Isparta
- Çalışkan A., Akkoç, İ. ve Turunç Ö. (2011), “Örgütsel Performansın Artırılmasında Motivasyonel Davranışların Rolü: Yenilikçilik Ve Girişimciliğin Aracılık Rolü”, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 16(3), s. 363-401.
- Çalışkan A. ve Akkoç İ., (2012). “Girişimci ve Yenilikçi Davranışın İş Performansına Etkisinde Çevresel Belirsizliğin Rolü”. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), Haziran.
- Çalışkan, A. (2013). “İç odaklı örgüt kültürünün yenilikçi davranışa etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü”. "İş, Güç" Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi, 15(1).
- Çarpar, B. (2003). “Bilgi Yönetimi: Nasıl Bir İnsan Gücü” Tahir Büyükkakın ve FigenBüyükkakın (Yay: Haz). Beta Basım, İstanbul.
- Çekmecelioğlu, H., G. (2007). “Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma” DAÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1).
- Çiftçi, B. (2007). “Performans Değerlemesi”, İnsan Kaynakları Yönetimi, Editör: U. Dolgun, Ekin Kitabevi, Bursa

- Çöl, G. (2008). "Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri", Doğu Üniversitesi Dergisi, 9:1, s. 35-46.
- Dallas, W., S. (1997). "Some Observations on Communications Theory Sociology of Mass Communications" Edited by: Denis McQuail, Penguin Books, 26, Great Britan.
- Damanpour, F. ve Evan, W.M. (1984). "Organizational Innovation and Performance": The Problem of Organizational Lag, Administrative Science Quarterly, 29(3), 392-409.
- Davenport, T., H.,(1997). "Information Ecology :Mastering the Information and Knowledge".
- Daghfous, A. (2003). "How to Make Knowledge Management a Firm's Core Capability." Journal of Knowledge Management Practice.
- Dervişoğlu, H. Gökçe (2004). "Stratejik Bilgi Yönetimi". Dışbank: İstanbul
- Deshpande, R., Farley, J. U. ve Webster, Jr. F. E. (1993). "Corporate Culture, Cunsomer Orientation Innovotineness in Japanese Firms" a Quadrad Analysis Journal of Marketing, 57 (1), 23-37.
- DeVito, J. (2007). " The Interpersonel Communication Book" (12 edit). M.A.: Pearson, Boston.
- Dökmen, Ü. (2005). "İletişim Çatışmaları ve Empati" İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dysvik, A.ve Kuvaas, B. (2011). "Intinsic Motivation as a Moderator on the Relationship Between Percieved Job Autonomy and Work Performance" European Of Work and Organizational Psychology, 20(3), 367-387.
- Elçi, Ş. (2006). "İNovasyon Kalkınmanın Ve Rekabetin Anahtarı".7.Baskı. Ankara: Acar Matbaacılık.
- Eren, S.S. ve Hayatoğlu, Ö. (2011). "Etik İkliminin Satış Elemanlarının İş Tutumlarına ve İş Performanslarına Etkisi" İlaç Sektöründe Bir Uygulama, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 7(14), 109-128.
- Erdoğan, İ. (2002). "İletişimi Anlamak" Erk Yayınevi, Ankara.

- Fabusoro, E. Awotunde, J. A., Sodia, C. I. ve Alarima, C. I. (2008). "Status of Job Motivation and Job Performance of Agricultural Development", *The Journal of Agricultural Education and Extension*,14(2),139-152.
- Feeny D.F., ve Willcocks L., P. (1998). "Core Is Capabilities For Exploiting Information Technology", *Sloan Management Review*, Vol. 39, No. 3, 9-22.
- Feng, C. M. ve Wang, R. T (2001). "Considering The Financial Rations On the Performance Evaluation Of Highway Bus Industry" *Transport Reviews A Transnational Transdiocriplinary Journal*, Vol: 21,Issue:4,449-467.
- Francecco, A., M. And Gold, B., A. (1998). "International Organization Behavior", 7. Edition, Prentice Hall, pp.56.
- Freeman, C., ve Soete, L. (2003). "Yenilik İktisadı". çev. E. Türkcan, Tübitak, Ankara.
- Gareth, R. J. (2001). "Organizational theory and cases. London": Prentice Hall International Inc.
- Genç, M. C. ve Tandoğan, D. (2015). "Türkiye'de Bilgi Ve İletişim Teknolojileri Ve Toplam Faktör Verimliliği İlişkisi: Toda-Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı". *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13, 272-282
- Genç N. (2005). "Yönetim ve Organizasyon", 2.b. ,Seçkin Yayıncılık., Ankara
- Girgiz, S. (2003). "Üniveriste ve İletişim" Bir Durum Çalışması, Kuram ve Uygulamalarda Eğitim Yönetimi, 30, 219-244.
- Gökçe, O. (2001). "İletişim Bilimine Giriş" Turhan Kitapevi, Ankara
- Gökçe, O. (2006). "İletişim Bilimi, İnsan İlişkileri Anotomisi" Siyaset Kitapevi. Ankara.
- Gurbaxani, V., ve Whang, S. (1991). "The Impact Of Information Systems On Organizations And Markets". *Communications Of The ACM*, 34(1), 59-73.
- Güçlü, N. ve Sotirofsk, K. (2006). "Bilgi Yönetimi" *Türk Eğitim Bilimler Dergisi*, 4 (4),, 351-371.

- Güleş, H.K. ve Bülbül, H. (2004). "Yenilikçi İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı", Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Güler, B. A.(2005). "Kamu Personeli Sistem ve Yönetim" İmge Yayınları, Ankara.
- Güller, S. (2007). "Yeni İletişim Ortamlarının Habercilik Üzerine Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s.13, Marmara Üniversitesi, İstanbul
- Gürgen, H. (1997). "Örgütlere İletişim Kalitesi", İstanbul: Der Yayınları
- Güngör, N. (2011). "İletişim" (editör B. Özçelik). Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Gürüz, D. ve Yaylacı, G., Ö. (2004). "İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi".MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Grady, M. W. (1991). "Performance Measurement, Implementing Strategy" Management Accounting.
- Habermas, J. (1997). "İdeoloji Olarak Teknik Ve Bilim", Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Han, Jin, K., Namwoon, Kim ve Sriyasta, R. K. (1998). "Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation A Missing Link?" Journal of Marketing, 62(4), 30-45.
- Hanna, A., ve Rance, S. (2011). "ITIL Glossary and Abbreviations", s. 39.
- Hartley, P., Bruckham, C.G. (2002). "Business Communication: An Introduction". Routledge, London.
- Harrold's L., G. (2000). "Reference Book Compiled" by Ray Pryherch. 9ht Edition Oldershot:Gower Publishing Company.
- Hayes, R. M. (1969). "Information Science In Librarianship". Libri, 19(1-4), 216-236.
- Hoppenbrouwers, H. ve Weipand, S. (2000). "Metacommunication in The Language Action Perspective" pp. 131-149. (edit: Schoop, M. And Quix, C.). Proceeding of Fifty International Workshop On The Language- Action Perspective On Communication Modeling, pp:14-16. Germany.

- Hostager, T., Neil, T., Decker, R.ve Lorentz, R. (1998). "Seeing Environmental Opportunities", Effects of Intrapreneurial Ability, Efficacy, Motivation and Desirability, Journal of Organizational Change Management, 11(1), 11-25.
- Howson, C. (2007). "Successful Business Intelligence": Secrets to Making BI a Killer App. McGraw-Hill Osborne Media.
- Hyde, A. (2015). "Working in Silikon Valley: Economic and Legal Analysis of a High Velocity Labor Market". Routledge.
- Hardy, G., H. (1937). "A Mathematician Ramanujan, Amer, Math, Monthly.
- İzgören, A., Ş. (2000). "Dikkat Vücudumuz Konuşuyor" Türkçe Beden Dili, İş Yasamı ve Renkler Acedemplus Yayınevi. Ankara.
- İşıklı, M. (2010). "Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanım düzeylerinin yeniliğin yayılımı kuramına göre incelenmesi", Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi, Uşak.
- James, J. (1995). "Beden Dili: Olumlu İmaj Oluşturma". İstanbul: Alfa Yayınları.
- Janssen,O. ve VanYperen, N. W. (2004). "Employees' Goal Orientations, The Quality of Leader Member Exchange, and the Outcomes of Job Performance and Job Satisfaction". Acedemy Of Management Journal, 47(3), 368-384.
- Jensen, M., T. (2003). "Orgaizational Communication a Review Research and Development Report."
- Kalkandelen, A. H. (1976). İşletmeler, Kitler ve Kamu Kuruluşları İçin Hizmet İçi Eğitim El Kitabı.
- Kubba, A., K. ve Young, M. (1996). "Ludwin van Beethoven: A Medical Biography" Lancet, 347.
- Kenny, M. (2000). "Understanding Silikon Valley : TheAnotomy of an Entrepreneurship Region". Stanford University,Press.
- Kılıç, H. A. (2014). "İşletmelerde Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkisi". Marmara Üniveritesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Kirkman, B. L. Rosen, B. (1999), "Beyond Self- Management: An Ecedents And Consequences Of Team Empowerment", *Academy Of Management Journal*, 42:1, s. 58-74.
- Knudsen, H. K., Ducharme, L. J. ve Roman, P. M. (2008). " Clinical Supervision, Emonational Exhustion, And Intention: A Study of Abuse Treatment Couselors in The Clinical Trial Network Of The National Institute on DRUG Abuse" *Journal of Substance Abuse Treatment*, 35: 387-395.
- Koçel, T. (2003). "İşletme Yöneticiliği" 9. Baskı, Beya Yayınları, Yay. No:1382, s.529, İstanbul.
- Kotler, P., ve Armstrong, G. (2014). "Principles of Marketing", 10th Edition, Prentice Hall, New Jersey,s. 472
- Köksal, H. (2004). "Tarih Öğrenimine Eleştirel Düşünme Becerilerinin Geliştirilmesi", Doktora Tezi: Gazi Üniveristesi, Ankara.
- Kulaklıoğlu, A. S. (2009). " Örgütsel Vatandaşlıl Davranışı ve Bilgi Paylaşımı İlkesi Üzerine Bir Uygulama" Dumlupınar Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kutunis, R. Ö. ve Mercan, M. (2015). " Bilgi Paylaşımı Davranışlarının Örgüt Kültürüyle İlişisine Yönelik Bir Araştırma" *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 147-155.
- Lazar, J. (2001). "İletişim Bilimi" Vadi Yayınları, Ankara.
- Levitt, B., and J. G. March (1995). "Chester Barnard and the Intelligence of Learning." In O. E. Williamson (eds.), *Organization Theory: From Chester Barnard to the Present and Beyond*, pp. 172-206. New York, NY: Oxford University Press.
- Lin, Y, H., ve Kang, T.,L. (2002). "The Critical Theory Of Habermans' Tech-Ideology and it Influence For Organizational Commitment in Taiwan. *World Transaction on Engineering and Technology,Education* 1(2),204-208.
- Marr, B. ve Schiumo, G. (2003). " Business Performance Measurement: Past, Present and Future" *Management Decision*, 41 (8).
- Mcdonald, R. E. (2002). "Knowledge Entrepreneurship: Linking Organizational Learning

and Innovation”, Ph. D. Thesis, Univeristy of Connecticut.

Mumby, D., K. ve Stohl , C., C. (1996). “Dicipling Organizational Communication Studies” Management Communication Quarterly, p: 50-72.

Mustafa, H. H. (2016). “Bilgi Ve İletişim Teknolojileri Ve Örgütsel Yenilik: Niteliksel Bir Analiz”, Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi, İzmir.

Mutlu, E. (1994). “İletişim Sözlüğü”. Ark Yayınevi, Ankara.

Nemli, H. (2007). “Örgüt Kültürü ile Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma” Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Nonaka, I. (1998). “The Knowledge Creating Company”. Harward Business Rewiev On Knowledge Management, Harward Business School Press. USA.

Ölçer, F. (2005). “ Departmanlı Mağazalarda Motivasyon Üzerine Bir Araştırma”, Erciyes Üniversitesi, İİBF Dergisi, 25(1), 1.

Özçer, N. (2005). “Yönetimde Yaratıcılık ve Yenilikçilik” 1. Baskı, Rota Yayınları, İstanbul.

Öztürk, A. (2005). “ İşletmelerde Bilgi Yönetimi ve Bilgi Paylaşımı:Eskişehir İli Örneği” Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Öztürk, Z. ve Dündar, H. (2003). “Örgütsel Motivasyon ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler”. C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı, 2.

Palmer, M.ve B. Hyman, (1993). “Yönetimde Kadınlar”, Çev: Kurul, Rota Yayınları, İstanbul

Parker, C., and Case, T., (1993). “Management Information Systems: Strategy and Action”, Second Edition, McGrow –Hill, New York.

Parzefall, M. R., Seeck, H., ve Leppänen, A. (2008). “Employee innovativeness in organizations: A review of antecedents”. Finnish Journal of Business Economics, 2(08), 165-182. <http://lta.hse.fi/>

- Peery, J. (2003). "Compensation, Merit Pay and Motivation" Hays Stephen W./ Kearney Richard C. (eds.), Public Personnel Administration: Problem and Prospect (Upper Saddle River: Prentice Hall): 143-153.
- Pekkan, N. Ü., Çalışkan, A. (2018). "İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kabiliyetinin Çalışanların Yenilikçi Davranışlarına Etkisi: Lider Aracılık Rolü", İşletme Araştırma Dergisi, s.359-364..
- Polanyi, M. (1966). "Tacit Dimension", Doubleday, New York, 108s.
- Porter, M. E. ve Millar, V. E. (1985). "How Information Gives You Competitive Advantage, Harvard Business Review", July-August, No. 4, ss. 149-160.
- Robbins, S.P. ve Judge, T.A. (2012). "Örgütsel Davranış", Çev. İnci Erdem, İstanbul: Nobel
- Rousseau, D., M. ve McLean, P., L. (1993). "The Contacts Of Individuals and Organizational Behaviour", Vol:15, Greenwich.
- Saldamlı, A. (2008). "İnsan Kaynakları Yönetiminde Bilişim Teknolojisinin Kullanımına Yönelik Bir Araştırma: Tekirdağ Örneği", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(13), 239-263.
- Samuel, C. C. (2000). "Modern Management Diversity, Quality, Ethics & The Global Environment", Prentice Hall International Inc., London.
- Sarıhan, H. İ. (1998). "Rekabette Başarının Yolu" Teknoloji Yönetimi, 2. Baskı, Destek Yayınları, İstanbul.
- Sarıhan, H. (1999). "Teknoloji Yönetimi", Desnet Yayınları, İstanbul.
- Sastry, M., A. (1999). "Managing Strategic Innovation and Change" Administrative Science Quarterly, Vol: 44, No: 2.
- Sekaran, U. (1992). "Research Methods For Business, Canada:" John Wiley ve Sons, Inc.
- Schumpeter, J. A., ve Fels, R (1989). "Business Cycles: A Theoretical Historical and Analysis of the Capitalist Process". Philadelphia , Pa: Porcupine Press.

- Schumpeter J. A. (2008). "The Theory of Economic Development. An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle", New Brunswick: Transaction Publishers
- Scott, S. G., ve Bruce, R. A. (1994), "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in The Workplace", *Academy of Management Journal*, 37(3), p. 580-607.
- Sigler, T. H. ve Pearson, C. M. (2000), "Creating An Empowering Culture: Examining The Relationship Between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment", *Journal of Quality Management*, 5, s. 27-52.
- Sönmez, B. (2011). "Hemşirelerin Yenilikçi Davranışları ve Etkileyen Faktörler: Niteliksel Bir Çalışma". Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Şimşek, M. ve Nursay, M. (2002). "Toplam Kalite Yönetiminde Performans Ölçme, Örnek Uygulamalar", Hayat Yayınları, İstanbul.
- Toffler, A. (1998). "Üçüncü Dalga" Altın Kitaplar Yayınevi. İstanbul.
- Top, M., Gider, Ö., ve Ünalın, D. (2010). " Hastane Sektöründe İş Performansını Etkileyen Örgütsel Değişkenlerin İncelenmesi:Kayseri ve Kocaeli İllerinde Hemşireler Üzerine Bir Alan Araştırması, *Yönetim*, 21(66), 251-269
- Turunç, Ö. (2010). "Organizasyonlarda Kontrol Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi", *C.Ü. İİBF Dergisi*, 11 (1), 251-269.
- Turunç, Ö., ve Çelik, M. (2010). "Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi" *Atatürk Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 24 (3): 163-269.
- Türen, U., Gökmen, Y., ve Tokmak, İ. (2013). "İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi: İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi Ve İletişim Teknolojileri Kabiliyetlerinin Aracılık Rolü", *Business And Economics Research Journal*, Cilt. 4, Sayı: 4, 103-129.
- Uluata, A. (1991). "İletişim" İletişim Yayınları, İstanbul.

- Uzay, N. (2001). "Bilgi Teknolojilerindeki Gelişme ve Verimlilik Artışı" İstanbul Üniveristesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, no:25, İstanbul.
- West, M. A., Farr, J. L. (1989). "Innovation At Work: Psychological Perspectives", Social Behavior, No. 4, 15-30.
- West, M. A. ve Farr, J. L. (1990). "Innovation at Work" editor: West, M. A. ve Farr, Innovation and Creativity at Work, John Wiley and Sons, New York.
- Wheeler, J., A. (1980). "Albert Einstein" Biographical Memoir, Copyright 1980 National Academy Of Sciences Washington D.C.
- Wilbur, S. (1938). "İnsansal Haberleşmenin Doğası" Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, (Çev. Ünsal Oskay), Cilt: XXIII, No 1, Ankara.
- Yazıcı, S. (2000). " Rekabetçi Avantaj Sağlamada Yaratıcılık ve Yenilik" Verimlilik Dergisi, Milli Prodüktivite Merkez Yayını, 3, 79-92.
- Yeniçeri, Ö. Ve Demirel, Y. (2007). "İşetme Koşullarının Örgüt İçi Bilgi Paylaşımı İklimine Etkisi" Marmara Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 27, yıl.13, Cilt7. İstanbul.
- Yıldız, S., Souce, G. ve Kapu, H. (2014). "Motive Edici Faktörlerin Çalışanların İş Performansına ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi" II. Ulusal İşletmecilik Kongre Bildirisi, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:21, sayı:1, Konya.
- Yılmaz, A. ve S. Ekici, (2006). "Örgütsel Yaşamda Kamu Çalışanlarının Örgütsel Stres Kaynakları Üzerine Bir Araştırma", S.D.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt.11, Sayı.1, s.31-58
- Yılmaz, M. (2009). "Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi." Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49 (1), s. 95-118.
- Yuan, F. (2005). Individual Innovation In The Workplace: The Role Of Performance And Image Outcome Expectations. Doctoral Dissertation, Texas A&M University, Available Electronically From Http : / /Hdl .Handle .Net /1969 .1 /ETD - TAMU - 1006.

- Yüksel, İ. (2005). İletişimin İş Tatmini üzerindeki Etkilri: Bir İşletmede Yapılan Görgül alışma, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6 (2), s. 291-306
- Yüksel, H., A. (1987). "Atatürkçü Düşünce Sisteminde Kültürel İletimin Modele Dayalı Boyutları." Anadolu Üniveritesi Açıköğretim Fakültesi yay. No:123, s. 22-67 Eskişehir
- Zerenler, M. (2003). "Kriz Döneminde İşletmelerde Üretim Süreci Esnekliğinin Şirketlerin Performans ve Yaşam Sürelerine Etkileri" Doktora Tezi, Konya.
- Zillioğlu, M. (1992). "İletişime Giriş" Anadolu Üniveritesi. Eskişehir.
- Zimmerman, R. D. (2008). "Understanding The Impact of Pesonality Traits on Induividuals: Turnover Decision: A Meta-Analitic Path Model" Personnel Psychology, 61: 309-348.

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://pazarlamakosesi.blogspot.com.tr/2011/01/zara-magazalar-sats-taktiklerizarann.html>

Erişim Tarihi: 20.09.2017

Türk Dil Kurumu, Kelime: Bilişim, <http://www.tdk.org.tr/SozBul.aspx?Kelime=bilism>

Erişim Tarihi: 10.09.2017

<http://www-history.mcs.st-andrews.ac.uk/Biographies/Ramanujan.html> Erişim Tarihi:

21.09.2017 (ramanujan)

https://www.bilten.tubitak.gov.tr/Web_2002_vl/tr/docs/dunya_bilgi_toplumu_zirvesi/TUB

İTAK-Bilgi%20 Değerlendirmesi. Pdf. Building The Society (2002), Report to

Government, Information Society Commission. . Erişim Tarihi: 22.09.2017

<https://www.biography.com/people/ludwig-van-beethoven-9204862>

Erişim Tarihi: 21.09.2017 (beethoven)

<https://paratic.com/iletisim-nedir/> Erişim Tarihi 03.10.2017

<https://allianceoptima.wordpress.com/2012/09/20/internette-veriden-bilgelige> Erişim

Tarihi: 22.09.2017

http://www.sistems.org/know_info4.htm Erişim Tarihi: 21.09.2017

http://gateoftec.com/ticari-bilgi-istihbarati/procedural_foundations''_teh_Orelena_Hawks

Puckett Institute, 2004 Erişim Tarihi: 22.09.2017

www.atacanute.com/2014/11/pazarlama-iletisimi.html Erişim Tarihi: 22.09.2017

www.puckett.org, Erişim Tarihi: 22.10.2017

http://download.mindjet.com/static/pdf/ee/TRK_What_is_Mindmapping.pdf Erişim Tarihi:

23.10.2017

<https://www.turkedebiyati.org/iletisim-nedir.html> Erişim Tarihi 03.10.2017

<http://www.filozof.net/Turkce/filozof-biyografi-l/19124-harold-lasswell-kimdir-hayati->

eserleri-hakkinda-bilgi.html Erişim Tarihi: 03.10.2017

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts Erişim Tarihi 05.10.2017

<http://www.bilim-teknoloji.com/iletisimin-tarihcesi> Erişim Tarihi / 02.10.2017

<https://infopik.com/iletisimin-tarihcesi/> 02.10.2017 Erişim Tarihi: 22.09.2017

<http://www.atacanute.com/2014/11/pazarlama-iletisimi.html> Erişim Tarihi: 17.10.2017

<http://www.dorduncukuvvet.com/medya-arastirmalari/2589-iletisim-ve-insanlik-tarihi-.html> Erişim Tarihi:18.10.2017

<http://www.kigem.com/isletmelerde-motivasyon.html> Erişim Tarihi:08.11.2017

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289394> Erişim Tarihi:09.11.2017

<http://www.saglikaktuel.com/yazi/is-performansi-7083.htm> Erişim Tarihi:09.11.2017

<http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C21S12014/233-249.pdf>
Erişim Tarihi:17.10.2017

<http://www.kigem.com/isletmelerde-motivasyon.html> Erişim Tarihi: 20.10.2017

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289394> Erişim Tarihi: 20.10.2017

<http://www.saglikaktuel.com/yazi/is-performansi-7083.htm> Erişim Tarihi: 20.10.2017

<http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/136/152> Erişim Tarihi: 14.12.2017

http://www.academia.edu/30296425/İŞLETMELERDE_YENİLİK_YÖNETİMİ Erişim
Tarihi: 21.12.2017

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/81595> Erişim Tarihi: 21.12.2017

https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/Türkiye%27nin_havayolları_listesi.html
Erişim Tarihi: 10.05.2018 (ulusal havayolları sayısı)

EKLER

Ek-1 Tezde Kullanılan Anket

TEZİN ADI : İŞLETMELERDE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINA ETKİSİ VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞIN ARACILIK ROLÜ, MERSİN BÖLGESİ HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma akademik bir çalışmaya veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. İncinizden geldiği gibi cevaplamamız büyük önem taşımaktadır. Araştırmanın başarısı sorulara vereceğiniz içten ve samimi cevaplara bağlıdır. Anket soruları kapsamında açık kimliğinizi ortaya çıkaracak nitelikte soru bulunmamaktadır. Araştırma açısından kimliğiniz değil cevaplarınız önem taşımaktadır.

(1= Hiçbir zaman; 2=Ara sıra; 3=Bazen; 4=Sıklıkla; 5=Her zaman)

1. Eğitim Durumunuz : İlköğretim Lise Lisans Yüksek Lisans Doktora
2. Yaşınız :
3. Cinsiyetiniz : Kadın Erkek
4. Çalışma Süreniz :
5. Medeni haliniz : Evli Bekar
6. Çalıştığınız kurum : Kamu Özel

	Bu bölümde size, siz ve işinizle ilgili çeşitli sorular yöneltilmiştir. Lütfen içinde bulunduğunuz durumu en iyi ifade eden seçeneği seçiniz	KESİNLİKL E	KATILMAM	KARARSIZI M	KATILIRIM	KESİNLİKL E	KATILIRIM
1	Yeni teknolojiler, süreçler, teknikler araştırım ve fikirler üretim(YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
2	Yaratıcı fikirler üretim(YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
3	Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm (YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
4	Yeni fikirler için kaynaklar araştırır ve tahsis ederim(YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
5	Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm(YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
6	Yenilikçiyim(YENİLİKÇİLİK)	1	2	3	4	5	
7	İşimde göstermiş olduğum performans düzeyim yüksektir (İŞ PERFORMANSI)	1	2	3	4	5	
8	Görevlerimi tam zamanında tamamlarım. (İŞ PERFORMANSI)	1	2	3	4	5	
9	İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum. (İŞ PERFORMANSI)	1	2	3	4	5	
10	Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim(İŞ PERFORMANSI)	1	2	3	4	5	
11	Bilişim teknolojilerine verilen önem artarak devam etmektedir (BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ)	1	2	3	4	5	
12	Çalışanların bilişim teknolojileri konusunda aldıkları eğitim içeriği sürekli olarak gelişmektedir (BIT)	1	2	3	4	5	
13	Çalışanların yeni bilişim teknolojilerine uyum sürecini hızlandırmak hedefinin önceliği sürekli artmaktadır(BIT)	1	2	3	4	5	
14	Yeni bilişim teknolojileri araştırma ve bulma konusunda sürekli bir gelişim halindeyiz(BIT)	1	2	3	4	5	
15	Çalışanlarımızın yeni bilişim teknolojisine uyum sağlama ve kabullenme hızı giderek artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5	
16	Yeni bilişim teknolojileri işletme kültürüne uyumsallaştırma karşılaşılan problemler giderek azalmıştır(BIT)	1	2	3	4	5	
17	Üst yönetimin bilişim teknolojileri edinim sürecine katılımı sürekli artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5	

18	Bilişim teknolojileri uygulama, planlama, genel işletme stratejisi ve planları ile uyumu giderek artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
19	Firmamızın uzun dönemli Bilişim teknolojileri planının hazırlanmasına ve uygulanmasına verilen önem giderek artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
20	Bilişim teknolojisi departmanımızın strateji üretmedeki etkinliği yükselmiştir(BIT)	1	2	3	4	5
21	Bilişim teknolojilerinin işletme verimliliğine olan etkilerini devamlı ölçme becerisi ve hassasiyetimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
22	İnternet üzerinden satış hacmimiz yükselmiştir(BIT)	1	2	3	4	5
23	İnternet bağlantısı hızımız yükselmiştir(BIT)	1	2	3	4	5
24	Elektronik posta ve internet aktarmalı sohbet (IRC) kullanımı frekansı artmış ve iç ve dış haberleşme için önem kazandırmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
25	Akıllı cep telefonları, tablet bilgisayarlar vb. mobil veri erişim ve iletişim sistemleri kullanım sıklığımız ve etkinliğimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
26	Ofis otomasyonu (Excel,Word,Power Point) kullanma etkinliğimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
27	İnternet sitemizin ziyaret edilme sıklığı artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
28	Bilgisayar destekli üretim ve tasarım etkinliğimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
29	Bilgisayar ile satış tahmini ve raporlama etkinliğimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
30	Elektronik işgücü planlama ve değerlendirme etkinliğimiz artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
31	Bilgisayarlı muhasebe ve maaş sistemimizin etkinliği artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
32	Stok ve tedarikçi yönetim sistemimizin etkinliğimiz azalmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
33	Bilgisayar destekli karar destek sistemlerimizin etkinliği artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5
34	Müşteri ve müşteri hizmetleri yönetim sistemimizin etkinliği artmıştır(BIT)	1	2	3	4	5

Anket tamamlanmıştır. Lütfen tüm sorulara cevap verdiğinizizi kontrol ediniz.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı :Döyan Büşra
Uyruğu : TÜRK
Doğum Tarihi (gün/ay/yıl) : 15/01/1990
Doğum Yeri : Mardin
Medeni hali : Bekar
Adresi : Güvnevler Mahallesi, 1965 Sokak Reform Towers Sitesi 2/4
Telefon : 05331620093
E-Posta : busradoyan@gmail.com

Eğitim Derecesi

Yüksek lisans

Lisans

Lise

Eğitim Birimi

Toros Üniv. Sosyal Bil. Ens.

UTL Tezli YL.

Çağ Üniversitesi,

İ.İ.B.F. Turizm Bölümü

Mardin Anadolu. Lisesi

Mezuniyet yılı

Devam ediyor

2014

2009

İş Deneyimi

Yıl

2013 (çalışmıyor).

Çalıştığı Yer

Erdoba Elegance Hotel

Görev

Resepsyonist

Yabancı Dil

İngilizce, Arapça

Yayımlar

-

İlgi Alanları

Satranç, Puzzle, Takı tasarımı, Kitap Okuma, Yüzmek, Belgesel İzlemek, Seyahat Etmek



T.C.
TOROS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İNTİHAL PROGRAMI RAPORU

ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANA BİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Tarih: 12/06/2018

Tez Başlığı:

İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi Ve İletişim Teknolojilerinin Çalışanların İş Performansına Etkisi, Yenilikçiliğin Aracılık Rolü, Havayolu Taşımacılığı Sektöründe Bir Uygulama

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın;

a) Giriş,

b) Ana bölümler ve

c) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 81 sayfalık kısmına ilişkin, 12/06/2018 tarihinde enstitü tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 14'tür.

Uygulanan filtrelemeler: (Hangi filtreleme uygulandı ise ilgili kutucuk işaretlenmelidir.)

1- Kaynakça hariç

2- Alıntılar hariç

3- Benzer kelime sayısı 10 adet

yapıldığında en fazla %10,

1- Kaynakça hariç

2- Alıntılar dahil

3- Benzer kelime sayısı 10 adet

yapıldığında en fazla %30'u geçmemelidir.

Tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Yukarıda belirtilen başlıkta danışmanımla birlikte tamamlamış olduğum tezimin fikir/araştırma sorusu, yöntem, bulgular ve tartışma kısımları özgün olup kısmen veya tamamen diğer çalışmalardan alınan kısımlar olduğu durumlarda kaynak belirtilmesine dikkat edilmiştir. Tezimin, tez yazım kurallarına uygun olarak ve intihal olmaksızın hazırladığımı taahhüt eder; intihal olması durumunda tez çalışmamın başarısız sayılacağını ve mezuniyetimin iptalini kabul ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Öğrencinin Adı Soyadı : Büşra DÖYAN

İmzası

:  Tarih: 12/06/2018

Yukarıda kişisel ve tez bilgileri verilen öğrencimin belirtilen başlıkta birlikte tamamlamış olduğumuz tez çalışması Turnitin intihal yazılım programında kontrol edilmiş ve etik bir ihlale rastlanmamıştır. İntihal yazılım programının rapor çıktısı ektedir. Ayrıca tezin fikir/araştırma sorusu, yöntem, bulgular ve tartışma kısımları özgün olup kısmen veya tamamen diğer çalışmalardan alınan kısımlar olduğu durumlarda kaynak belirtilmesine dikkat edilmiştir.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı: Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN

İmzası

:  Tarih: 12/06/2018

Ek: İntihal yazılım programının rapor çıktısı (3 sayfa)

İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi
ve İletişim Teknolojilerinin
Çalışanların İş Performansına
Etkisi, Yenilikçiliğin Aracılık,
Havayolu Taşımacılığı
Sektöründeki İşletmelerde Bir
Uygulama

Yazar Büşra Döyan

Gönderim Tarihi: 12-Haz-2018 09:08PM (UTC+0300)

Gönderim Numarası: 975076780

Dosya adı: B_RA_D_YAN-TEZ-12.06.2018.docx (772.64K)

Kelime sayısı: 24089

Karakter sayısı: 179980

İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Çalışanların İş Performansına Etkisi, Yenilikçiliğin Aracılık, Havayolu Taşımacılığı Sektöründeki İşletmelerde Bir Uygulama

ORIJINALLIK RAPORU

% **15**
BENZERLİK ENDEKSİ

% **10**
İNTERNET
KAYNAKLARI

% **10**
YAYINLAR

% **12**
ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

- 1** Submitted to Toros Üniversitesi
Öğrenci Ödevi % **8**
- 2** Submitted to Osmaniye Korkut Ata University
(deneme)
Öğrenci Ödevi % **2**
- 3** www.researchgate.net
İnternet Kaynağı % **2**
- 4** www2.bayar.edu.tr
İnternet Kaynağı % **1**
- 5** ÇALIŞKANA, Abdullah and ÜLKÜ PEKKAN*,
Nazmiye. "Psikolojik Sermayenin İşe
Yabancılaşmaya Etkisinde Örgütsel Desteğin ",
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 2017.
Yayın % **1**
- 6** Submitted to Bahcesehir University
Öğrenci Ödevi % **1**

w3.beun.edu.tr

Alıntılarını çıkart

Kapat

Eşleşmeleri çıkar

A %1

Bibliyografyayı Çıkart

Kapat