

Örgütsel Davranışın Temel Kavramları

Salih Güney¹

Özet

Örgütsel davranış, çalışanların davranışlarını, tutumlarını ve performansını anlayarak örgütlerin hedeflerine ulaşmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, “Örgütsel Davranışın Temel Kavramları” bölümü, bu alandaki temel taşları oluşturarak, örgütlerin nasıl işlediğini anlamak için hayati bir başlangıç noktası sunacaktır. Bu bölüm, statü, rol, otorite, güç, yetki gibi örgüt içindeki ilişkileri şekillendiren kavramları ele alırken, motivasyon, iş tatmini gibi çalışanların örgüte bağlılığını etkileyen faktörleri de incelemektedir. Aynı zamanda, işletme, yönetim, yönetici, girişimci, liderlik gibi temel yönetim kavramlarına değinerek, örgütlerin yapısı ve işleyişinin anlaşılmasına yardımcı olur. Kurum iklimi, misyon, vizyon, iletişim, iş ahlakı, strateji, stratejik yönetim gibi kavramlar, örgütlerin uzun vadeli hedeflerini ve kültürel yapısını anlamak için önemlidir. Nepotizm, örgütsel sinizm ve narsizm gibi olumsuz kavramlar da örgütlerdeki sorunlu alanlara dikkat çekerek, bu konuların yönetimi ve önemini vurgulamaktadır. Bu temel kavramların anlaşılması, örgütlerdeki karmaşık dinamikleri çözmek, daha etkili yönetim stratejileri geliştirmek ve çalışan performansını artırmak için önem taşımaktadır.

1. Statü

İş ve toplumsal sistemlerin belirleyici unsurlarından biri sosyal statülerdir. Çünkü iş ve toplumsal yaşamada insanların yerlerini belirleyen temel kriter sosyal statüdür. Yönetim anlamında statüler daha çok kurumsal ya da yasal kurullarla desteklenirken, toplumsal yaşama ilişkin statüler daha çok kültürel ve ahlaki değerlerle desteklenmektedir.

Statü, toplumsal yaşamada insanların konumlandırılması, anlamlandırılması ve değer yüklenmesinin sonucunda oluşmaktadır. Statü, sosyal yaşamda insanların algılama ve anlamlandırılmasını kolaylaştırır (Giddens, 2000:620).

1 Prof. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölüm Başkanı, salihguney@aydin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7565-5541>

Statü, toplumsal yaşamda kişilere saygınlık ve değer kazandırır. Aynı zamanda sosyal ilişkilerini düzenler.

İş ya da toplumsal yaşamdaki ilişkilerimizde diğer insanların bizim hakkımızdaki algılamalarını, değerlendirmelerini, düşüncelerini, beklentilerini, tutum ve davranışlarını belirleyen en önemli faktör sahip olduğumuz statülerdir (Fichter, 1994:35). Tüm insanlar yaşamını sürdürdüğü toplumda ya da çalıştığı kurumlarda bir pozisyona sahiptir. Bu pozisyon onların yerlerini ve saygınlıklarını belirler.

Yönetimsel bakımından statü, kişinin mevcut sosyal sistemdeki konumunu ve bu konumun göstergesi olan sorumluluk, görev ve hakları ifade eder. Toplumsal anlamda statü ise insanların birbirlerini algılayıp değerlendirmelerini gösterir (Güney, 2024:5). Bu algılama ve değerlendirmelere göre kişiler toplumsal yaşamda saygınlık ve prestij kazanırlar.

Yönetimsel açıdan statü, çalışanların birbirleri ile karşılaştırılması sonucunda insanların algılama zemininde kişiler hakkında oluşan değerlerin bir göstergesidir. Oluşan bu gösterge sayesinde çalışanlar birbirlerine saygı gösterirler. Statülerin belirlenmesinde eğitim, yetki, uzmanlık ve sosyal çevrenin önemli bir etkisi vardır. Bu açıklamadan yola çıkarak statüyü şöyle tanımlamak mümkündür. Statü, çalışanların çeşitli etkenler nedeniyle kazandığı yer, mevki ve makamdır (Güney, 2023a:484). Farklı bir tanımla statü, toplumsal ya da kurumsal yaşamda insanların işgal ettikleri yer, mevki ya da pozisyonudur.

Statü, kişilerin yaşam tarzları, aldıkları eğitim ve mesleki konumlarından kaynaklanan saygınlıklar göstergesidir (Weber, 2012:427). Kısaca statüyü şöyle tanımlamak mümkündür. Statü, insanların sosyal yaşamda yerlerini belirleyen konumlarıdır.

2. Rol

Toplumsal ve iş yaşamında statü ve rol uygun davranışların belirlenmesinde önemli iki temel öğedir. Sosyal roller, statülerin belirlenme sürecinden sonra gündeme gelir. Statüler olmadan rollerin belirlenmesi mümkün değildir. Aslında statülerin dinamik yönü sosyal rollerdir. Statüler sayesinde roller bir anlam ve dinamiklik kazanır.

Toplumsal ve kurumsal yapılarda üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri de üstlenilen rollerdir. Çünkü roller toplum ve iş hayatının devamlılığını sağlayan temel kriterlerden biridir. Rol, iş ve toplumsal yaşamda gerçekleşen sosyal olayları birbirine bağlayan temel bir konudur.

Sosyal yapılar içinde kişilerin hak ve yükümlülükleri belirlendiğinde onların rolleri de belirlenmiş olur. Bu açıklama rol ve statünün kesinlikle birbirine bağlı olduğunu gösterir. Rol kavramı, toplumsal ve iş yaşamında bir kişinin diğer kişilerle olan davranışlarında beklenen ve istenen hareket biçimlerini belirler. Üstelenen roller vasıtasıyla insanların birbirlerinin tutum ve davranışlarını önceden tahmin edebilirler. Çünkü rol beklenen davranış şeklidir (Role, 1968:25; Davis, 1988:36; Tolan, İsen & Batmaz, 1991:5; Güney, 2023a:453; Güney, 2024:6). Rol, grup ya da sosyal bir kurum içinde kişilerin statülerince belirlenen özel haklar ve görevlerin gerektirdiği davranış biçimleridir (Allport, 1935:7). Kısaca rol, statü gereği kişilerden beklenen ve istenen davranış biçimleridir.

3. Otorite

İnsanların toplu yaşama sürecinin başlamasıyla beraber otorite konusu gündeme gelmiştir. Çünkü toplu yaşamada mutlaka itaat ettiren ve itaat eden ayrımı söz konusu olmaktadır. Toplu yaşama sürecinde insanlar bütün işleri tek başlarına yapamazlar. Mutlaka diğer insanların desteğine ihtiyaç duyarlar. İnsanlar tek başlarına yapamayacakları işleri başka insanlara yaptırırlar. Bu işlerin istenilen nitelikte ve nicelikte yapılması için insanlar başkalarına emir ve talimatlar verirler ve bu emir ve talimatların mutlaka yerine getirilmesini isterler. İşte bu yerine getirme sürecinde otorite konusu gündeme gelmiş ve giderek önem kazanmıştır.

Otorite konusunda birçok tanım yapılmış olmasına rağmen bu tanımlarda tam bir görüş birliği sağlanamamıştır. Çünkü bu tanımları her bilim adamı kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda yapmıştır. Otorite kavramının tanımında farklılıkların ortaya çıkmasının nedeni budur. Otorite konusunda en kapsayıcı tanım Max Weber tarafından yapılmıştır. Weber'e göre otorite, grup ya da örgüt üyelerinin istekli ve şartsız olarak yönetici ya da liderlerin emir ve talimatlarını yerine getirme sürecidir (Robbins, 1976:238). Otorite sahibi olanların kendilerine bağlı olanlara emir verme ve verilen bu emirleri yerine getirmeyi yasal olarak bekleme hakları vardır. Yasa ya da kuralardan dolayı ast durumunda bulunanların verilen emirlerin gereğini yerine getirmemeleri söz konusu değildir.

Yapılan bu açıklamaları dikkate alarak otoriteyi şöyle tanımlamam mümkündür. Otorite, emir verme ve emrin gereklerini yerine getirmeyi bekleme hakkıdır. Amir bu bekleme hakkını işgal ettiği makamdan almaktadır. Kişi makamından ayrıldığı zaman emir verme ve emrin gereklerini yerine getirmeyi bekleme hakkı da ortadan kalkar. Emir verme hakkı yöneticiye bir mevkiyi işgal ettiği için verilmişse bu otorite yasaldir ve emrin gereğinin mutlaka yerine getirilmesi gerekir.

Bir yöneticinin otorite gücü, kendisine bağlı astların verdiği emirleri yerine getirmelerine bağlıdır. Ancak şunu belirtmekte yarar vardır. Verilen emrin gereklerini yerine getirme, astların yöneticilerinin otoritelerine benimseme derecelerine de bağlıdır.

Max Weber, otoriteyi üçe ayırmıştır. Bunların kısa açıklaması aşağıda yapılmıştır (Güney, 2023a:342).

- **Geleneksel Otorite:** Bu otorite biçimi, doğuştan kazanılan statüye dayanmaktadır. Dolayısıyla bu otorite kişiseldir. Geleneksel otorite, daha çok örf, âdet, gelenek ve göreneklere dayanır. Geleneksel otoritenin geçerli olduğu yapılarda uzmanlaşma ve aşırı iş bölümü yoktur. Ast konumundakiler, mutlak bir bağlılık düşüncesi içinde verilen emirleri yerine getirirler. Ama astlar verilen emirleri geleneksel yapıya uygunluk çerçevesinde yerine getirirler. Bu otorite, babadan oğula geçen bir otorite biçimidir. Örneğin, ağaların sahip olduğu otorite.

- **Ussal-Yasal (Rasyonel) Otorite:** Bu otorite, kanunlara dayanan otorite biçimidir. Bu nedenle ussal-yasal otorite kişisel değildir. Ussal-yasal otoriteye sahip olanlar bu otoriteyi kanunlar sayesinde elde etmişlerdir. Bu nedenle verilen emirler yasalar gereği yerine getirilir. Otorite sahibi olan amirler kanunlara aykırı emir veremezler verseler dahi astlar bu emirleri yerine getirmedikleri zaman herhangi bir yaptırımla karşılaşmazlar.

- **Karizmatik Otorite:** Bu otorite biçimi kişiseldir. Çünkü kişinin karizmasından kaynaklanmaktadır. Bu otorite, kişilerin kutsallık, kahramanlık, cesaret ve aura gibi ayrıcalıklı özelliklerinden kaynaklanır. Karizmatik kişilerin verdiği emirleri, insanlar, otorite sahibi olanlara inandıkları ya da hayran oldukları için yerine getirirler. Bu otoritenin gücü kişinin karizmasına bağlı olduğu için karizma devam ettiği sürece otoritenin etkisi de devam eder.

Son olarak otorite konusunda şunları söyleyebiliriz. Otorite, iş yaşamında karışıklığı ve kaos oluşumunu ortadan kaldıran temel bir konudur.

4. Güç

Literatürde ve konuşmalarımızda birbirine karıştırılan üç temel kavram vardır. Bu kavramlar şunlardır. Güç, yetki ve otorite. Ama bu kavram birbirinden farklıdır. Özellikle güç ve otorite birbirinden çok farklıdır.

Güç soyut bir özellik taşır. Bu nedenle daha çok hissedilir. Yani görülmez. Güç, bir ilişki sonucunda anlaşılır. Çünkü kurulan ilişki sonucu kişinin karşısındakini etkileyip etkilemediği anlaşılır (Can, Aşan Aydın, 2006:267: Güney, 2024:10). Başka bir deyişle, bir kişinin gücü başkalarıyla ilişkiye girdiği zaman anlaşılır. Bu açıklamadaki güç yönetsel değil daha çok

kişiseldir. Güç, bütün kuruluş, kurum ve işletmelerin önemli bir gerçeğidir. Bu gerçeğe rağmen gücün çok iyi tanımlanması, sınırlarının kesin çizilmiş olması ve tüm çalışanlar tarafından anlaşılması gerekir. Yöneticilerin güç kullanmalarındaki başarı ya da başarısızlıklarının kökeninde gücü nasıl algıladıkları ve hangi biçimde kullandıkları yer almaktadır.

Kuruluş, kurum ve işletmelerdeki güç, kurumsal davranış düzleminin sınırları içinde kişiye verilen yasal yetkiden kaynaklanır. Bu nedenle işler yapılırken yöneticiler sahip oldukları yetki kadar güç sahibi olurlar. Güçlerini sahip oldukları yetkileri doğrultusunda kullanmak zorundadırlar. İş yaşamında kişinin makamı ve kapasitesi ne kadar yüksekse gücü de o oranda fazladır.

Gücün temel özellikleri aşağıda kısaca açıklanmıştır (Güney, 2020a:11).

- **Güç Göreceli Olarak Ölçülebilen Bir Özellik Taşır:** Gücün ölçümü başka bir güç noktası dikkate alınarak yapılır. Başka bir ifade ile bir kişinin gücü başka bir kişiye göre değerlendirilir.

- **Güç Dengelidir:** Güç tek taraflı olarak ele alınarak anlaşmaz. Başka bir deyişle, güç sadece etkileyen veya etkilenen tarafından belirlenmez. Her ikisinin kabullenmesi sonucu belirlenir. Denge unsuru, farklı güç çeşitlerinin birbirini dengeleme özelliğinden kaynaklanır.

- **Güç Her Yerde Etkili Değildir:** Her yerde ve her zaman geçerli olan tek bir güç türü yoktur. Bir kişinin güç alanının genişletilmesi başka birinin güç alanının daralmasına neden olur. Bu nedenle bütün insanlar için geçerli olan standart bir güç biçimi yoktur.

Güç konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Güç, yöneticilerinin kurumsal kararları ve davranışları etkileme yeteneğidir (Robbins & Coulter, 2003).
- Güç, bir kişinin başkalarını etkileyebilme kapasitesidir (Stoner, 1978:226).
- Güç, başkasını kontrol etme (tutum ve davranışlarını belirlenmiş örgütsel amaçlar doğrultusunda etkileyebilme) potansiyelidir (Greenberg & Baron, 1993:401).
- Güç, bir yöneticinin astlarına kendi emirlerini veya istediği bir kuralı uygulamaları konusunda onları etkileme kapasitesidir (Güney, 2020b:8).
- Güç, karşısındakilerin davranışlarını etkileyebilme, olayların akışını değiştirme, olumsuzluklara göğüs germe ve çalışanların belirlenmiş

olan örgütsel amaçlar doğrultusunda davranmalarını sağlama kapasitesidir (Güney, 2020c:22; Özkalp & Kirel, 2001:625).

Yapılan bu tanımları dikkate alarak gücü şöyle tanımlamak mümkündür. Güç, karşısındakini etkileyip harekete geçirme kapasitesidir.

5. Yetki

Kuruluş, kurum ya da işletmelerde işlerin belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda yapılabilmesi için yetkisel yapılanmanın mutlaka yapılması gerekir. Aksi durumda işlerin yapılmasında olumsuzluklar yaşanır. Çalışanlar kafasına göre hareket ederler. Bu durum işletmelere ve çalışanlara büyük zararlar verir.

Bilimsel çalışmalarda ve konuşmalarda en çok birbirinin yerine kullanılan kavramlar yetki ve otoritedir. Birbirlerini desteklemelerine rağmen iki kavram birbirinden farklıdır. Yetki, başkalarının davranışlarını kontrol etmek, eldeki kaynakların yerinde ve zamanında kullanmak amacıyla kurum tarafından kişiye verilen güçtür. Yetki, kişinin işgal ettiği makamla ilişkilidir. Kişi o makamda kaldığı sürece yetkisi devam eder. O makamdan ayrıldığı zaman yetkisi ortadan kalkar. Yetki, örgütlenme sürecine göre belirlenir.

Yetki sayesinde kişi iki temel hakka sahip olur. Bu haklar, karar ve emir vermedir. Bu iki hak nedeniyle yetki, bütün kuruluş, kurum ve işletmeler için ihmal edilmemesi gereken önemli bir unsurdur. Yetkinin temelini oluşturan haklar aynı zamanda yöneticilerin temel sorumluluklarıdır (Hodge, Anthony & Gales, 2003:304). Bu nedenle yetki ve sorumluluk dengesinin çok iyi ayarlanması gerekir.

Yetki ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir.

- Yetki, yöneticilerin görev alanlarında karar alma, emir verme ve kaynakları dağıtmaya ilişkin resmî ve meşru haklarıdır (Tonus, 2016:126).
- Yetki, iş yaşamında emir verme ve diğer kişilerin davranışlarını yönlendirme sürecidir (Albenese, 1975:246).
- Yetki, yöneticilerin çalışanların yapacağı işleri belirleme hakkıdır (Nakip vd., 2001:215).
- Yetki, yöneticinin çalışanına emir verme hakkı ve bu emre itaat ettirme gücüdür (Koçel, 2011:650).

- Yetki, karar verme, astlarını harekete geçirme ya da belirlenmiş örgütsel amaçları gerçekleştirmek için belirli görevleri yaptırma hakkıdır (Terry, 1960:105).
- Yetki, yöneticilerin çalışanlarına işe ilişkin emir verme ve işletme kaynaklarını uygun bir biçimde kullanmak amacıyla kendilerine verilen yasal haklardır (Saruhan & Yıldız, 2009:214).
- Yetki, çalışanların davranışlarını, işletme kaynaklarının yerinde ve zamanında kullanımını denetleyici ve etkileyici yasal güçtür (Güney, 2023a, 483; Drake & Smith, 1990:71).
- Yetki, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için yasal bazı davranışlarda bulunma hakkıdır (Sisk, 1973:319).

Yukarıda yapılan tanımları dikkate alarak yetkiyi şöyle tanımlayabiliriz: Yetki, çalışanların belirlenen kurumsal amaç ve hedefler doğrultusunda işlerini yapmaları, örgütsel kaynakların yerinde ve zamanında kullanılması için yönetim kademesindekilere verilen yasal bir haktır. Yani yetki, yöneticilerin verilen yasal gücü kullanma becerisidir.

6. Motivasyon

Çalışma yaşamında başarı, verimlilik ve iş tatminini artırmanın en etkili yollarından biri motivasyondur. Çünkü çalışanları isteklendirip heveslendirdiğinizde işlerini büyük bir şevkle yaparlar. Bu beraberinde başarı, verimlilik ve kaliteyi getirir. Baskı ve zorlama ile başarı ve kalite yakalanmaz. Bu anlayış çok gerilerde kaldı. Çünkü insanlar iş ve sosyal yaşam konusunda bilinçlendiler.

Motivasyon kavramı, Latince “hareket etme” anlamına gelen “mot” kökünden gelmektedir. Örgütsel Davranış ya da Davranış bilimleri anlayışında motivasyon, içten ve dıştan gelen hareket ettirici güçlerin etkisiyle belirlenmiş hedeflere doğru yönelim anlamında kullanılmaktadır. Motivasyon kavramının kapsamında istek, arzu, ihtiyaç, dürtü (açlık, susuzluk, cinsellik gibi) ve ilgiler yer almaktadır. Motivasyon alanında çalışma yapanlar bu terimleri dikkate alarak tanımlamalar yapmışlardır. Çünkü istek, arzu, ihtiyaç, dürtü ve ilgiler insanları harekete geçirir (Tevrüz, 1989:59; Yalçın, 1988:203; Güney, 2023a:19). Bunların şiddeti ne kadar fazla ise insanlar da o oranda davranışlar sergilerler. Bu nedenle yöneticiler insanları harekete geçirici faktörleri iyi bilmeleri gerekir.

Motivasyon konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Motivasyon, insanların istek ve hevesle bir işi yapma sırasında hissettiği ya da yaşadığı duygular bütünüdür (Bentley, 2000:179).
- Motivasyon, bireysel ihtiyaçların tatmin edilebilmesi çabası ile belirlenmiş kurumsal amaçlara yönelik olarak yüksek düzeyde gayret sarf etmeye isteklilik ve şartlandırma sürecidir (Robbins, 1993).
- Motivasyon, insanları belirli durumlarda belirli davranışlara yönelten etkenlerin tümüdür (Yalçın, 1988:203).
- Motivasyon, arzu edilen iş davranışlarını başlatma, yöneltme ve devam ettirme hareketidir. Başka bir deyişle, motivasyon bir kişinin ya da iş grubunun çabalarının harekete geçirilmesi, yönlendirilmesi, önem kazanması ve sürdürülmesi için sevk edilmesidir (Latham & Pinder, 2005; Brislin vd., 2005).
- Motivasyon, insanları istenilen nitelikte ve nicelikte görevini yapması için etkileme işlemidir (Başaran, 1984:149).
- Motivasyon, kurumsal yapı içinde güçlenen, yönlendirilen ve sürdürülen bir süreçtir (Steers, Mowday & Shapiro, 2004).
- Motivasyonu bir eylemin yapılması için gerekli güdü ve dürtüleri sağlama sürecidir (Adair, 2006).

Yapılan tanımları dikkate alarak motivasyonu şöyle tanımlayabiliriz. Motivasyon, insanları iş yapma konusunda harekete geçirmeyi sağlayan etkileme ve isteklendirme sürecidir.

7. İş Tatmini

Kuruluş, kurum ve işletmelerde iş ve görevlerin yerine getirilmesinde motivasyon kadar iş tatmini de önemli bir konudur. İş tatmini motivasyon sürecinin bir sonucudur. İş tatmini hem çalışanlar hem yöneticiler hem de işletmeler açısından önem arz eden bir konudur. Bu nedenle yönetici ve işletmelerin bu konu üzerinde çok ciddi durmaları gerekir. Çünkü iş tatmini sayesinde çalışanlar hem örgütlerine sıkı bağlanırlar hem de işlerini severek yaparlar. Bu durum onların ve işletmelerin başarı, performans ve verimliliklerini olumlu yönde etkiler. Aynı zamanda iş tatmini kaliteli işgörenlerin ve yöneticilerin uzun süre işletmelerde kalmalarını sağlar

İş tatmini doğrudan görülmez. Bu nedenle iş tatmini çalışanlar tarafından hissedilen duygu ve düşüncelerdir. Kelimenin sözlük anlamı, istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlama konusunda kişilerin doygunluk derecesini ifade eder (Urhan, 2014:2). İş yaşamında çalışanların beklentileri karşılandığında iş tatmini süreci gerçekleşmiş olur.

Bu kavram ilk kez Taylor ve Gilbert tarafından 1911 yılında kullanılmıştır. Taylor ve Gilbert'e göre iş tatminini olumlu iş ortamlarında çalışmanın işgörenlerde oluşturduğu memnuniyet sürecidir. Daha sonraki yıllarda iş tatmini konusunda yapılan bilimsel çalışmalar konuya olan ilgiyi artırmıştır (Üngüren & Yıldız, 2009:38). İlginin artmasının nedeni, çalışanların işe ve örgüte olan bağlılığı artırması ile onların performanslarını yükselmesidir. Kısaca belirtecek olursak, iş tatmini işletmelerin gelişimini, ilerlemesini ve uzun süre varlıklarını devam ettirmesini sağlayan önemli bir faktördür.

İş tatmini konusunda birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- İş tatminini kişinin işine karşı duyduğu pozitif his ve duygusal tutumlarıdır (Oshaghemi, 1999).

- İş tatmini, çalışanların yaptıkları iş ve görevlerden aldığı heyecan ve zevkin derecesidir (Muchinsky, 2005:313).

- İş tatmini, çalışanların iş imkanları ve şartlarını değerlendirmesi sonucu zihinlerinde oluşan pozitif duygusal durumdur (Johnson & Johnson, 1995).

- İş tatminini, çalışanların işe ya da onun alt boyutlarına yönelik olan olumlu tutumudur (Knoon, 1995).

- İş tatminini, çalışanların yaptıkları işten aldıkları memnuniyettir (Hackman & Oldham, 1974).

- İş tatmini, iş yaşam kalitesinin olumlu bir göstergesidir (Green, 2010).

- İş tatmini, çalışanların iş ve işle ilgili tecrübelerini değerlendirme sonucu zihinlerinde oluşan olumlu duygusal durumdur (Erdil & Keskin, 2003).

- İş tatmini, çalışanların yaptıkları iş ve görevlerden duydukları memnuniyet ya da memnuniyetsizlik göstergesidir (Güney, 2020b:11).

Yukarıda iş tatmini ile ilgili yapılan tanımları dikkate alarak iş tatminini şöyle tanımlayabiliriz. İş tatmini, çalışma hayatında insanların yaptıkları iş ve görevleri değerlendirmeleri neticesinde zihinlerinde kalan pozitif durumdur.

8. İşletme

Toplumsal yaşama geçilince iş, insan sayısı ve onların ihtiyaçları artı. İnsanlar bütün ihtiyaçlarını tek başlarına gideremeyince giderecek sosyal sistemler kurdular. Örneğin, bankalar, fabrikalar, okullar, güvenlik kuvvetleri vb. gibi. Kurulan bu sosyal sistemlerden biri de işletmelerdir. İşletmeler sınırlı kaynaklardan yararlanarak sınırsız olan insan ihtiyaçlarını gidermeye çalıştılar.

İşletme kavramı Türkçe Sözlükte şu şekilde açıklanmıştır. İşletme, “tarım, sanayi, ticaret, bankacılık vb. iş alanlarında kâr sağlamak amacıyla bir sermaye yatırılarak kurulan kurumdur” (TDK, 1998:1118). İşletme iş kökünden gelmektedir (Tosun, 1992:13).

İşletme konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

- İşletme, üretim faktörlerini (emek, sermaye, girişimci, hammadde, bilgi, teknoloji) rasyonel bir şekilde kullanarak akılcı kararlar doğrultusunda mal ve hizmet üretimini gerçekleştiren ekonomik sistemlerdir (Budak & Budak, 2013:4).

- İşletme, ekonomik bir amacın gerçekleşmesi için bir girişimciye ait bir ya da birden fazla işyerinin organizasyonundan oluşan bir sosyal sistemdir (Yenisey, 2007:35).

- İşletme, insanların ihtiyaç ve isteklerini gidermek maksadıyla mal ve hizmet üreten örgütlü ekonomik sistemlerdir (PRide, Hughes & Kapoor, 2014).

- İşletme, ekonomik bir fayda elde etmek amacıyla emek ve sermayenin girişimci tarafından bir organizasyon içinde bir araya getirilmesidir (Poroy & Yasaman, 2004:42).

- İşletme, üretim girdilerini bir araya getirerek insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuş olan yararlı ekonomik sistemdir (Aktepe, 2016:5).

- İşletme, insan, grup ve toplumların ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet üreten ekonomik sistemlerdir (Şamiloğlu, 2015:5).

- İşletme, kar ve yarar amacı ile kurulan ve ekonomik bir yapı içinde mal ve hizmet üreten sosyal sistemdir (Boone & Kurtz, 2013:5).

- İşletme, insanların ve kurumların ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri retmek, pazarlamak, talepleri karşılayarak kar elde etmeyi amaçlayan ekonomik yapılarıdır (Can, Tuncer & Ayhan, 1998:5).

Yapılan bu tanımları dikkate alarak işletmeyi şöyle tanımlayabiliriz. İşletme insanların ve kurumların ihtiyaçlarını karşılamak ve bu yolla kar elde etmek amacıyla mal ve hizmet üreten ekonomik sistemlerdir.

9. Yönetim

Toplu yaşamla beraber yönetim olgusu da gündeme gelmiştir. İnsanlar iş yapma sürecinde beraber olduklarında bazıları yöneten bazıları da yönetilen konumuna gelirler. Başka bir deyişle, insanların bir amacı gerçekleştirmek

için toplanmaları sürecinde yöneten ve yönetilen ayırımı gündeme gelmiştir. Yönetim tüm kuruluş, kurum ve işletmeler geçerli olan bir süreçtir. Yönetim sürecinin iyi düzenlenmesi hem çalışanların hem de işletmelerin başarı anahtarıdır. Çünkü yönetim, kuruluş, kurum ve işletmelere bir düzen getirir.

Yönetim kavramını herkes bilir ve kullanır. Günlük ilişkilerimizde bu kavramı kullanır, uygular, tartışır hatta öğretiriz. Ama çoğunlukla bu kavramın anlamını bilmeden ya da sorgulamadan yaparız. Bu nedenle insanların öncelikle yönetim kavramının anlamını ve kapsamını bilmeleri gerekir.

Bilim adamları yaptıkları inceleme ve araştırma sonuçlarını temel alarak yönetimi kendilerine tanımlamışlardır. Ayrıca her sosyal bilimci kendi ilgilendiği bilim dalına göre de yönetimi tanımlamıştır.

Yönetim konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralamak mümkündür.

- Yönetimi, belirlenmiş olan ortak bir hedefe ulaşmak için bir organizasyondaki faaliyetleri sistematik bir şekilde planlama, organize etme ve personel oluşturma, yönetme ve kontrol etme süreci olarak tanımlayacağız (Aldag & Stearns, 1991:13).

- Yönetim, işletmelerin parasal, mekanik ve insan gücünden oluşan kaynakların en verimli şekilde kullanılması ile ilgili faaliyetlerin tümüdür (Stead, Rolf & Raymond, 1984:90).

- Yönetim, başkaları vasıtasıyla işlerin ve görevlerin yapılmasını sağlama sürecidir (Arthur, Stoner & Wankel, 1986:3).

-Yönetim, belirlenmiş kurumsal amaçları gerçekleştirip hedeflere başarılı bir şekilde ulaşma sürecidir (Hersey, Blanchard & Johnson, 1996:7).

- Yönetim, bir işin yönetilmesi ve denetlenmesi sürecidir (Merriam-Webster's Dicionary 2015).

- Yönetim; işletmenin insan, mali, araç ve gereçlerini rasyonel bir biçimde planlama, örgütleme, kontrol etme ve yönlendirme sürecidir (George & Jones, 1996:9).

- Yönetim, insanların ihtiyaçları doğrultusunda ekonomik mücadeleyi yapabilme sürecidir (Erdoğan, 1991:159).

- Yönetim, belirlenen amaçların istenilen bir biçimde gerçekleştirilmesi için insanlar arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla yapılan faaliyetlerin tümüdür (Baransel, 1979:25).

Yönetim konusunda yapılan bu tanımlardan yararlanarak yönetimin şöyle tanımlanması yapmak mümkündür. Yönetim, belirlenmiş amaç ve hedeflere ulaşmak için kaynakların en uygun biçimde kullanma sürecidir.

10. Yönetici

Günlük konuşmalarda ve bilimsel çalışmalarda lider ve yönetici kavramları birbirinin yerine kullanılır ama bu yanlıştır. Çünkü iki kavram birbirinden çok farklıdır. Çünkü yönetici bulunduğu makama atanma sonucu gelir ve birilerine bağlı olarak çalışır. Lider ise atanmadan da grup ve topluma yön verebilir. Ancak şunu belirtmekte yarar vardır. Yöneticilerden bazıları liderlik özelliklerine sahip olabilirler. Yöneticiler, belirlenmiş örgütsel amaçları gerçekleştirip amaçlara ulaşmayı sağlayan kişilerdir. Yöneticiler işletme içi düzeni sağlayan kişilerdir. Yöneticiler belirledikleri stratejilerle işletmelerin başarılı olmalarını sağlayarak uzun süre varlıklarını sürdürmelerini sağlarlar.

Yönetici konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

- Yönetici, görev yaptığı kurumda sorumluluk taşıyan, kurumu ya da birimi temsil eden, kurum adına yetkisini kullanan, kararlar alan ve kaynakları kurumsal amaçlar doğrultusunda kullanma hakkı olan kişidir (Öztaş, 2017).

- Yönetici, çalışanların çabalarının kontrol eden, örgüt kaynaklarını yerinde kullanarak belirlenen örgütsel amaç ve hedeflere ulaşmayı sağlayan kişidir (Okaför, 2014:95).

- Yönetici, kâr ve riski başkalarına ait olmak kaydıyla mal ve hizmet üretimi için eldeki kaynakları örgütsel amaç ve hedefler doğrultusunda akılcı kullanan kimsedir (Mucuk, 1989:18).

-Yönetici, çalışanlara kurumsal amaçlar doğrultusunda iş yaptıran kişidir (Nelson & Economy, 2013:10).

- Yönetici, işletmenin belirlenmiş amaçlarını gerçekleştiren, kendisine bağlı olanlardan sorumlu olan ve onların işyerinde yapacakları etkinliklerini yönlendiren kimsedir (George & Jones, 1996:9).

- Yönetici, işletme içindeki çalışanlar vasıtasıyla belirlenen amaçları gerçekleştiren kimsedir (Appleby, 1991).

- Yönetici, işgörenler aracılığıyla belirlenen amaçlara rasyonel bir biçimde ulaşmayı sağlayan kimsedir (Balçık, 2005:5).

- Yönetici, kuruluş, kurum ya da işletmede bir birimin sorumlusu olan ve o birimde görev ifa eden ve bu görevinden dolayı üst yönetime karşı sorumlu olan kişidir (Bozkurt & Ergun, 1998:265).

- Yönetici, işletme içi düzeni sağlayan, sorunları çözen ve belirlenen amaçlara ulaşmayı sağlayan kişidir (Zaleznik, 1992:1).

Yapılan bu tanımları dikkate alarak yönetici kavramını şöyle tanımlayabiliriz. Yönetici, bulunduğu makamın kendilerine sağladığı yasal gücü kullanarak çalışanları işletmenin amaç ve hedefleri doğrultusunda etkili bir biçimde çalıştıran kimsedir.

11. Girişimci

Üretim faktörlerinin temel unsurlarından biri girişimcidir. Çünkü ekonomik süreçte üretim faaliyetlerini başlatan kişidir. Üretim için tüm unsurlar mevcut olsa bile eğer girişimci yoksa üretim süreci başlayamaz. Önemli olan üretim faktörlerini ihtiyaç karşılama sürecine dahil edilmesidir. Bu işlemi yapan kişi ise girişimcidir. Bu nedenle üretim faaliyetleri için girişimci önemli bir unsurdur. Girişimci bir kişi, kuruluş ya da kurum olabilir.

Girişimci köken olarak Latince'deki intare kelimesinden gelmektedir. İngilizce ise ente (giriş) ve pre (ilk) kelimelerin birleşimden ortaya çıkmıştır. Girişimci ilk girişen (entrepreneur) ya da başlatan anlamına gelir. Fransızcada girişim kavramı önceleri araştırmacı, maceracı, hükümetin alt yapı bağlantılarını oluşturan, mimar ve tarım ile uğraşan insanlar için kullanılmıştır (Frederick, O'Connor & Kuratko, 2018:8; Korkmaz, 2000; Güney, 2023b:73). Daha sonraları iş kurma konusunda riski göze alan veya risk unsurlarını iyi hesaplayan ve işyeri açan kişiler için kullanılmıştır.

Girişimciler faaliyetlerinde üç önemli davranış sergilerler. Bu davranışlar şunlardır (Hisrich & Peters, 2002:10):

- İnisiyatif alma,
- Kaynakları ve şartları kullanılabilir değerlere dönüştürüp sosyal ve ekonomik alanda düzenlemeler yapma,
- Risk ya da başarısızlığı kabul etme.

Bu üç temel davranışlar nedeniyle girişimciler diğer insanlardan ayrılırlar. Çünkü onları farklı kılan bu üç temel davranıştır.

Girişimci konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

- Girişimci, üretim için gerekli olan zaman ve gayretin sağlanması ile finansal ve sosyal risklerin göze alınmasıyla maddi kazançların ve bireysel tatminin elde edildiği bir süreçtir (Güney, 2022:10).

- Girişimci, iş kurma faaliyetlerinde risk alan ve temel amacı kar etmek olan kişi, kişiler, kuruluş ya da kurumlardır (Güney, 2023b:75).

- Girişimci, mevcut fırsatları herkesten önce fark ederek, işini bu fırsatlar ışığında kuran kimsedir (Mueller & Anisya, 2001).

- Girişimci, riski göze alarak değer yaratma yolu ile kar elde etmek amacıyla üretim sürecini başlatan bir kişi ya da gruptur (Bird, 1989).

- Girişimci, diğer insanların göremediği iş fırsatlarını görüp, onları somut iş fikrine dönüştüren ve risk alan kimsedir (Titiz, 1996:3).

- Girişimci, üretim için kaynaklar bularak işi planlayan, eldeki kaynakları düzenleyerek üretimi başlatan ve sonuçta kar elde etme becerisini gösteren kişidir (Silver, 1983).

- Girişimci, iş kurma konusunda inisiyatif alarak, sosyal ve ekonomik sistemi düzenleyen ve bundan doğacak kayıpları göze alan kişidir (Shapero, 1975).

Yapılan bu tanımları dikkate alarak girişimciyi şöyle tanımlayabiliriz. Girişimci, mevcut iş fırsatlarını herkesten önce görüp imkanlarını kullanarak ve risk alarak soyut iş fikrini somut işe çeviren kişidir.

12. Liderlik-Lider

İş ve toplumsal yaşamda bilim adamlarının büyük bir merakla üzerinde durduğu, inceleme ve araştırma yaptığı konuların başında lider ve liderlik gelmektedir. Geçmişten günümüze kadar konu hep araştırılmış ve araştırılmaya da devam edilecektir. Lider ve liderlik kesin formüle edilemeyen bir konudur. Çünkü her zaman ve her yerde geçerli olan tek bir liderlik modeli ve tarzı yoktur. Zaman ve şartlar lider ve liderliği belirlemektedir.

İş yaşamında çalışanların motive edilip yüksek performansa ulaşmalarında liderlik özelliklerine sahip olan yöneticilerin rolü çok büyüktür. Bu nedenle işletmelerin geleceğe yönelik amaç ve hedefler belirleyen ve belirlenen bu amaç ve hedeflere ulaşmalarını sağlayan lider özellikli yöneticilere ihtiyaçları vardır. İşletmeler bu liderler sayesinde uzun süre varlıklarını devam ettirebilirler.

Liderlik konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Liderlik, içinde bulunulan kurumun başarısı ve etkinliğine katkıda bulunabilmek amacıyla insanları motive etme ve etkileme yeteneğidir (House & Jacidan, 2004).

- Liderlik, belirli bir durumda insanların veya bir grubun belirlediği hedefe ulaşmasını kolaylaştırma sürecidir (Gibson, Ivancevich & Donnely, 2000:272).

- Liderlik, belirlenen amaçlara ulaşmak için, ikna gücünü kullanma yoluyla izleyenlerini etkileme sürecidir (Gibson, Ivancevich & Donnely, 2000:272).

- Liderlik, amaç belirleme, etkileme, ikna etme, amaçlara ulaştırma ve yapıyı harekete geçirme sürecidir (Bass, 1990:19-20).

- Liderlik, belirli şartlar altında belirlediği amaçları, takipçilerini etkileyerek ve yönlendirerek gerçekleştirme sürecidir (Deitzer, Shilif & Hucius, 1979:196).

- Liderlik, insanları etkileyerek belirlenen ortak bir hedefe ulaştırma sürecidir (Norhouse, 2010:3).

- Liderlik, sosyal etkileme süreci içinde grup ve örgütsel olay ve düzenlemek amacıyla insanları etkileme sürecidir (Burns, 1978).

- Liderlik, grubun yaşantılarını organize etme ve düzenlenen bu yaşantılar aracılığıyla grubun mevcut gücünden yararlanma sürecidir (Güney, 1992:310).

Yapılan bu liderlik tanımlardan yararlanarak liderliği şöyle tanımlamak mümkündür. Liderlik, grup ve toplum için amaç ve hedefler belirleyip, belirlenen bu amaç ve hedefler doğrultusunda takipçileri etkileyip harekete geçirme yeteneğidir.

Lider konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

- Lider, çalışanları veya takım arkadaşları için hedefler koyan ve daha sonra bu hedeflere ulaşmak için onları yönlendiren veya bir araya getiren kişidir (Malık & Azmat, 2019).

- Lider, grup ve toplum için amaç belirleyen, grup içi iletişimi sağlayan yaratıcı, örgütleyici ve düzenleyici kimsedir (Güney, 2020a:26).

- Lider, bulunduğu şartlar içinde oluşturduğu amaç ve hedeflere ulaşmak için insanların davranış ve faaliyetlerini yönlendiren kimsedir (Robbins, 1998:46).

- Lider, diğer insanları yöneten veya kontrol eden kişidir (Cambridge Dictionary, 1995).

- Lider, çalışanlara olumlu bir çalışma ortamı sağlayan, onları takdir eden ve gelişmeleri konusunda cesaretlendiren kimsedir (Byham & Wellins, 2015:37-38).

- Lider, kendi fikirleri, düşünceleri ve ilkeleri etrafında takipçilerini birleştiren, belirlediği amaçlar doğrultusundan onları harekete geçiren, sevk ve idare eden kimsedir (Peker & Aytürk, 2022:38).

- Lider, belirlediği amaç veya hedefleri güvence altına almak için insanları yönlendiren ve kontrol eden kişidir (Hicks & Gullet, 1975).

Yapılan tanımları da dikkate alarak lideri şöyle tanımlayabiliriz. Lider, grup ve toplum için amaç ve hedefler belirleyen, takipçilerini etkileyerek belirlediği amaç ve hedefler doğrultusunda davranışlar sergilemelerini sağlayan kişidir.

13. Kurum (Örgüt) Kültürü

Toplumsal hayatta olduğu gibi iş yaşamında da kültürün insan davranışları üzerinde önemli bir etkisi vardır. Bu nedenle kurum kültürü hem çalışanların hem de işletmelerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Kurum kültürünün işletmelerin hayatındaki önemi 1980'li yıllardan sonra anlaşılmaya başlanmıştır. Bu tarihten sonra kurum kültürü konusunda önemli çalışmalar yapılmıştır.

Kurum kültürü, değerler, normlar, inançlar, tutumlar ve davranışlardan oluşan bir kalıptır. Bu kalıplar iş yaşamındaki çalışanların davranış ve iş yapma tarzlarını şekillendiren varsayımlardır. Kurum kültüründeki değerler, önemli olan şeyleri, normlar, çalışanların nasıl davranmaları gerektiğini ifade eder.

Kuruluş, kurum ve işletmelerin verimliliklerinin ve performanslarının yüksek ya da düşük olmasında örgüt kültürünün büyük rolünün olduğu yapılan araştırmalarla doğrulanmıştır. Her kurumun kendine özgü bir kültürü vardır. Örgütsel faaliyetler ve davranışlar kurumsal kültüre göre gerçekleştirilir.

Kurum kültürü konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

- Kurum kültürü, normların, değerlerin, (grupların ve bireylerin işleri halletmek için bir araya gelme biçimini karakterize eden) inançlar ve davranış biçimleridir (Eric, Eldridge & Crombie, 1974).

- Kurum kültürü, işletmelerin iç ve dış çevrelerine uyum ve bütünleşmeleri konusundaki problemleri çözmek için belirlediği ve geliştirdiği temel fikirler ve düşüncelerdir bütünüdür (Schein, 1983:14).

- Kurum kültürü, çalışanların ve işletmenin düzenini sağlayan normlar tarafından biçimlenen hikayeler, mitler, uygulamalar, temel varsayımlardan oluşan ve bütün çalışanlarca benimsenmiş bir şemadır (O'neill, Breauvais & Scholl, 2001:136).

- Kurum Kültürü, kurum içindeki bireyler ve gruplar tarafından paylaşılan ve uyulan değerler setidir (Sabuncuoğlu & Tüz, 2001:36).

- Kurum kültürü, bir organizasyonda var olan yaygın inanç, tutum ve değerler bütünüdür (Furnham & Gunter, 1993).

- Kurum kültürü, çalışanlar tarafından paylaşılan, nelerin yapılabileceği ve yapılmayacağını belirleyen, normlar, değerler ve inançlar bütünüdür (Wilson, 2001).

- Kurum kültürü, kendine özgü normlar, inançlar, ilkeler ve yönetim yollarıdır (Arnold, 2005:625).

- Kurum kültürü, kurum çalışanlarınca paylaşılan inançlar, değerler ve davranış örnekleri gibi temel yaklaşımlar ve görüşlerin ele alındığı bir bütündür (Manfred & Miller, 1988:144).

- Kurum kültürü, örgüt üyelerinin sahip olduğu ve örgütü diğer örgütlerden ayıran ortak anlamlar sistemidir (Martins & Martins, 2009).

- Kurum kültürü, kurum üyelerinde paylaşılan değerler, normlar ve inançlar setidir (Gudmundson, Tower & Hartman, 2005).

- Kurum kültürü, örgüt içi normlara sınımsız bağlılıktır (Allen, 1985:334).

Yapılan bu tanımlar ışığında kurum kültürünü şöyle tanımlayabiliriz. Kurum kültürü, kurum çalışanlarca benimsenen değerler, inançlar, normlar, hikayeler, ritüeller, mitler ve davranış kalıplarıdır.

14. Kurum (Örgüt) İklimi

Günlük konuşmalarda kurumsal kültür ile kurumsal birbirine karıştırılıyor ve birbirlerinin yerine kullanılıyor. Bu doğru değildir. Çünkü iki kavram birbiriyle ilişkili ama farklıdır. Sosyal bilimcilerin kurum iklimi konusunda yaptıkları araştırmalar sonucu iş ve endüstri alanında önemli hale gelmiştir. Kurum iklimi, işletmelerdeki olumlu havayı ifade eden bir kavramdır. Olumlu kurum iklimi sayesinde çalışanlar, işlerine, yöneticilerine ve kurumlarına daha çok bağlanırlar. Bu bağlanma sayesinde hem çalışanların hem de kurumların performans ve verimlilikleri artar.

İşletmelerde kurumsal iklim, değer, inanç, norm ve etik kurallardan faydalanarak oluşturulur. Bu oluşum sürecinde yönetici ve işletmelere çok büyük sorumluluklar düşmektedir. Çalışanlar, kurumsal değer, inanç, ritüel, kural, mit ve hikayeleri ne kadar çok benimserlerse örgüt iklimi de o oranda kolay oluşur. Pozitif kurumsal iklim. Çalışanları rahatlatır, moral ve motivasyonlarını yükseltir. Olumsuz kurumsal iklim ise çalışanların moral

ve motivasyonlarını düşürür. Kurum iklimi, çalışanların davranışları ile doğrudan ilişkili bir konudur.

Kurum (örgüt) iklimi konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

- Kurum iklimi, çalışanların birbirlerine desteklemesi, sağlıklı arkadaşlık ilişkileri kurması, birlikte risk üstlenmesi ve motive edilmesi sonucunda gerçekleşen duygusal bir süreçtir (Güney, 2020a:23).

- Kurum iklimi, çalışanların iş ortamına ilişkin algıların bütünüdür (Schneider & Snyder, 1975).

- Kurum iklimi, iş yerinde çalışanların rahat etmeleri için oluşturulan atmosfere ilişkin algılamalarıdır (Atkinson & Frechette, 2009:1).

- Kurum iklimi, kurumda, çalışanların, işlerin nasıl yapılması ve iş yerinde birbirlerine nasıl davranılması gerektiğine ilişkin beklentileri ve bu beklentilerin gerçekleşmesine yönelik olarak oluşan ortamsal havadır (Dinçer, 1996:12).

- Kurum iklimi, iş yaşamında farkına varılan ve tanımlanması zor olan bir duygusal etkilenmedir (Mullins, 2007:488-489).

- Kurum iklimi, çalışanlar ve örgütsel değerler, inançlar, kurallar arasında oluşan pozitif bir bağdır (Payne & Mansfield, 1973:515).

- Kurum iklimi, çalışma ortamının ölçülebilir özelliklerinin bir kümesi olarak doğrudan ya da çalışan kişiler tarafından dolaylı olarak algılanan duygusal bir etkilenme durumudur (Litwin & Stringer, 1968).

- Kurum iklimi, bir kurumu diğerlerinden ayıran özellikler ve algılamalar bütünüdür (Cherrington, 1994:469).

- Kurum iklimi, işletmenin çalışanları tarafından öznel olarak algılanan örgütsel durumların bir dizi özelliğidir (Bratnicki, 2005).

- Kurum iklimi, bir işletmenin oluşturulan iç yapısının çalışanlar tarafından algılanışını yansıtan bir duygusal durumdur (Güney, 2020b:18).

Yapılan bu tanımlardan yararlanarak kurum iklimini şöyle tanımlayabiliriz. Kurum iklimi, çalışanların yönetim tarafından oluşturulan iş ortamının katlanabilirlik derecesidir.

15. Misyon

Çalışanların örgütsel bağlılıklarında belirlenen örgütsel misyonun önemli bir rolü vardır. Tespit edilen misyon çalışanlar tarafından ne kadar

kolay benimsenirse iş tatmini ve örgütsel bağlılık da o oranda yüksek olur. Misyonun oluşumunda işletme yöneticilerinin rolü çok büyüktür. Bu nedenle yöneticiler örgütün değerleri ile çalışanların çıkarlarını uyumlu hale getirmeleri gerekir.

Misyon, köken olarak Latince'deki *mittere* ya da *missus* kelimesinden gelmektedir. Gitmeyi sağlamak, atmak ya da fırlatmak anlamında kullanılmaktadır. İngilizce olarak *mission* kelimesinin karşılığıdır (Cummings & Davies, 1994). Türkçe Sözlükte ise görev anlamına gelmektedir (TDK, 2013). Misyon, işletmelerde strateji oluşturmanın hareket noktasıdır. Çünkü işletmeler misyonlarının ışığında temel stratejilerini belirlerler (Ülgen & Mirze, 2010:68). Misyon; yöneticilerin, liderlerin ya da işverenlerin gelecekle ilgili tüm görüşlerini içeren bir kavramdır.

Misyon konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Misyon, bir işletmenin iş niyetlerinin ve amaçlarının yazılı açıklamasıdır (Boone & Kurtz, 2013:227).

- Misyon, belirlenen vizyona ulaşmak için yapılması gereken tüm görev ve faaliyetlerdir (Güney, 2023b:5).

- Misyon, işletmelerin var olma nedenlerini açıklamak ya da işletmelerin kendilerini nasıl bir işletme olarak görmek istedikleridir (Eren, 1997:11).

- Misyon; bir kişinin, kurumun ya da işletmenin mevcut durumunu, toplum ya da dünyadaki imajı ve gelecekte ulaşılacak istenen amaç ve hedeflere ulaşma yolunda üstlenen görev ve sorumluluklardır (Güney, 2020a:20).

-Misyon, kuruluş, kurum ya da işletmeleri bir bütün olarak bir arada tutan kültürel özelliklerdir (Campbell & Yeung, 1991).

Yapılan tanımları dikkate alarak misyonu şöyle tanımlayabiliriz. Misyon; işletmeleri diğerlerinden ayıran, kapsamında yapılan işleri, değerleri, inançları barından ve işletmelerin var olmalarını sağlayan temel bir pusuladır. Kısaca, misyon işletmenin kimliğidir.

16. Vizyon

Vizyon ve misyon günlük konuşmalarda ve bilimsel çalışmalarda birbirine karıştırılan iki temel kavramdır. Aslında birbirinden farklı ama birbirini tamamlayan iki kavramdır. Çünkü misyonsuz vizyon, vizyonsuz misyon olamaz. Misyon, vizyona ulaşmada temel bir faktördür. Misyon soyut olan vizyonu somutlaştırır.

Vizyon, köken olarak Latince'deki "vide" kelimesinin gelmektedir. İngilizce'de ise; "vision" kelimesinin karşılığıdır (Alkoç, 2010:26). Türk

dil kurumunun Türkçe sözlüğünde ise vizyon, görünüm, ayrıca ülkü, sağgörü ve özellikle yönetim bilimiyle ilgili olan anlamı ise 'ileri görüş' olarak açıklanmıştır (TDK, 2013). Vizyon, bireyleri, kuruluşları, kurumları ve işletmeleri geleceğe yönlendiren heyecanlandırıcı düşüncelerdir. İşte bu düşünceler grup ve toplumların yapısında ortak bir ruh yaratmaktadır. Oluşan bu ortak ruh grup ve toplum üyelerini birbirine kenetlemekte ve geleceğe yönlendirmektedir.

Vizyon konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Vizyon, insanların zihinlerinde yer etmiş geleceğe yönelik bütüncül düşünceler zinciridir (Güney, 2020a:20).

- Vizyon, işletme için gösterilen çabaları yönetmek için kullanılan geleceğin istenen halidir (Gill, 2003:312).

- Vizyon, işletmede çalışanlardan ne beklendiğini hissetmelerini sağlayacak büyük bir fotoğraftır (Hitt, Ireland & Hoskisson, 2000:17).

- Vizyon, var olan gerçekler, umutlar, hayaller, tehlike ve fırsatların bir araya gelmesiyle oluşan geleceğin tanımlanması için bilinenden bilinmeyene doğru zihinsel bir bakıştır (Güney, 2004:256).

- Vizyon, ileriye yönelik, arzu edilen, uygulanabilir ve inandırıcı bir geleceğe bakmaktır (Lešnik., 2008).

- Vizyon, görülemeyeni görme sanatıdır (David, 2002:255).

- Vizyon, insanların ve işletmelerin odaklandıkları hedefleri gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları düşünsel modellerdir (Berson vd., 2001).

- Vizyon, işletmenin başarısı için çizilmiş bir rotadır (Roos, 2001:55).

Yukarıdaki açıklamaları dikkate alarak vizyonu şöyle tanımlamak mümkündür. Vizyon, bugüne ve geleceğe yönelik bireyleri heyecanlandıran gerçekçi zihinsel tasarımlardır.

17. İletişim

İletişim süreci insanlığın var olmasıyla başlamıştır. Çünkü insanlar dünyaya geldiği andan itibaren iletişim içinde olmuşlardır. İlk etapta insanlar çevreleri ve başkaları ile iletişime geçmişlerdir. Dolayısıyla iletişim insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar var olduğu süre boyunca iletişim içinde olmuştur. İletişim, insanların yaşamında hayati bir öneme sahiptir.

Kuruluş, kurum ve işletmelerde çalışanların birbirlerini anlamaları, desteklemeleri ve işlerini iyi yapmaları için sağlıklı ve sistemli bir iletişim sisteminin kurulması gerekir. İletişim, iş ve sosyal yaşamımızın hemen hemen

tüm alanında yer alan önemli bir süreçtir. İnsanlar diğer bireylerle iletişim kurmadan yaşamlarını ve işlerini sürdüremezler. İletişim, sınırları belirlenmiş olan davranış düzlemleri içinde insanların belirli ilişkileri sürdürmeleri ve anlaşmalarını sağlamaları için gerekli olan temel bir süreçtir.

İletişim sözcüğü, köken olarak Latince'deki **communis** sözcüğünden türetilmiştir. İletişim kavramının Latince'deki anlamı, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği ve toplu hâlde yaşamayı içermektedir. İletişim süreci sayesinde insanlar sosyalleşirler. Bundan dolayı iletişimi, hem bireyler arası anlaşmayı, hem de sosyalleşmeyi sağlayan bir süreç olarak değerlendirmek mümkündür (İnceoğlu, 1993:115). İletişim tüm canlılar için geçerli olan bir süreçtir.

İletişim konusunda yapılan tanımlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

- İletişim, fikirleri ve duyguları ifade etme veya insanlara bilgi verme etkinliği veya sürecidir (Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 2004).

- İletişim, bilgi ve anlayışın bir bireyden diğerine aktarılması sürecidir (Davis, 1988:504).

- İletişim, iki kişi arasında karşılıklı iletilerin gönderilip, alınması sürecidir (Cüceloğlu, 2006:36).

- İletişim, amaca ulaşma nedeniyle sözcük, jest ve mimikler kullanılarak anlaşma sağlama sürecidir (Sayers vd., 1993:1-3).

- İletişim, bilgi ve mesajların bir yerden başka bir yere ve bir kişiden diğerine aktarılması eylemidir (Daniel, 2013).

- İletişim, insanların birbirlerinden mesaj alma ve bu mesajları cevaplama çabalarını kapsayan bir etkileşim ve sosyalleşme sürecidir (Porter & Roberts, 1976).

- İletişim, bilgi üretme, anlamlandırma ve aktarma sürecidir (Dökmen, 2003:19).

Yapılan bu tanımlardan yararlanarak iletişimi şöyle tanımlayabiliriz. İletişim, duygu, düşünce, bilgi ve haberlerin bir bireyden bireye aktarılması sürecidir.

18. İş Ahlakı

İnsanlığın var olma süreci ile beraber nelerin iyi ya da kötü (yanlış) olduğu hep tartışılmıştır. Bu tartışmaların temel noktası iyi davranışların çoğaltılmasıdır. İyi davranışların belirlenmesinde toplumsal ahlak temel

kriter olarak her zaman alınmıştır. İş yaşamında da iş ahlakı belirlenirken yine temel kriter toplumsal ahlak alınmıştır. İş ahlakı ile toplumsal ahlak birbirlerini tamamlayan iki önemli unsurdur. İş ahlakı belirlenirken mutlaka toplumsal ahlak dikkate alınmaktadır. Toplumsal ahlaka aykırı bir iş ahlakı oluşturulamaz. İş ahlakı oluşturulurken toplum ahlakı bir köprü vazifesi görür.

Toplumsal yaşamda insanların birbirlerine ve topluma karşı davranışları hukuk kuralları çerçevesinde düzenlenmektedir. Bu düzenlemede din ve ahlak kuralları da dikkate alınır. Ancak bunlardan din kurallarının uygulama gücü öbür dünyaya da aittir. Ahlak kurallarının uygulama gücü ise toplumun bir davranışı iyi veya kötü olarak değerlendirmesine bağlıdır.

Günümüzün modern kuruluş, kurum ve işletmelerin en önemli ve uyulması gereken konuların başında iş ahlakı gelmektedir. Hızlı bir gelişim ve değişimin yaşandığı günümüzde işletmelerin önemle uymaları gereken hukuk kurallarından sonra iş ahlakı kuralları gelmektedir. İşletmeler gelişim ve değişimlere uyum sağlamaya çalışırken iş ahlakı kurallarından sapmamaları gerekir. Örneğin, ürünün kalitesinde bozulmalar yaratmama, gelişigüzel personeli işten çıkarmama, çalışanların ekonomik imkânlarını keyfi kısmama gibi. Günümüzde iş ahlakının öneminin giderek artması sosyal bilimcileri bu alanda araştırmalar yapmaya sevk etmiştir. İlk yapılan araştırmalarda daha çok yöneticilerin ahlaki tutum ve davranışları ele alınmıştır. Ancak daha sonra yapılan araştırmalarda örgütlerin, işgörelere ve topluma, çalışanların ise hem örgüte hem de birbirlerine karşı olan ahlaki tutum ve davranışları incelenmiştir (Güney, 2024:24).

İş ahlakının kapsamında ahlaki bilgiler ve kurallar yer alır. Çalışma yaşamında karşılaşılan ahlaki sorunları iş ahlakı ele alır. Bu ele alış toplumsal ahlaki metotlarından başka metotlarla olmaz. İş ahlakının iki yönü vardır. Bu yönler aşağıda kısaca açıklanmıştır (Arslan, 2005:4-7).

- **Normatif Yön:** Normatif yönü, iş ahlakına uygun davranışların neler olması gerektiğini ve iş ahlakı ilkelerinin belirlenmesini kapsar. Normatif iş ahlakının temelini ahlaki sağduyudan yapılan çıkarsamalar oluşturmaktadır. Sağduyu ise toplumsal ahlaki değerlere dayalıdır.

- **Betimleyici Yönü:** Bu yönü, çalışma yaşamında mevcut olan ahlaki problemler ve bununla ilgili tutum ve davranışlar belirleme konuları oluşturmaktadır.

İş ahlakı konusunda yapılan tanımlar aşağıda sıralanmıştır.

- İş ahlakı, işletmenin yasal kuralları kapsamında çalışanların aynı davranışları sergilemelerini sağlayan ya da örgüt çalışanlarının hem birbirlerine

hem de topluma karşı yerine getirmeyi kabullendiği hizmetleri ve sorumlulukları gösteren temel kurallar setidir (Aydın, 2002:4).

- İş ahlakı, işin yapılması ve uygulanması sırasında geçerli olan kurallar ve davranış şekilleridir (Akbulut, 2000:4).

- İş ahlakı, iş hayatında çalışanların davranışlarına yön veren ahlaki kurallar ve standartlardır (Özkalp & Kirel, 2001:576).

- İş ahlakı, toplumsal ve örgütsel kanunların, düzenlemelerin üstünde yer alan doğru davranış kriterleridir (Aydın, 2002:6).

- İş ahlakı, bütün iş ilişkilerinde doğruluğun, dürüstlüğü, güvenin, saygının ön plana çıkarılması ve adil davranılması sürecidir (McHugh, 1992:12).

Yapılan bu tanımları dikkate alarak iş ahlakını şöyle tanımlayabiliriz. İş ahlakı, çalışma yaşamında işletme üyelerinin davranışlarına şekil veren ahlaki kurallar ve standartlar setidir.

19. Strateji

Hızlı gelişim ve değişim beraberinde birçok belirsizlikler getirdiği gibi fırsatlarda yaratmaktadır. Bu belirsizlikler içinde oluşan fırsatlardan yararlanmak için işletmelerin iyi stratejiler belirlemeleri gerekmektedir. İşletmelerin uzun süre varlıklarını sürdürebilmeleri, öncelikle belirsizlikleri yok etmeleri daha sonrada oluşan fırsatlardan yararlanmalarına bağlıdır. Buda ancak stratejilere dayalı planlar sayesinde mümkündür.

Strateji kavramı köken olarak Yunanca “stratego”, Latince de ise (yol çizgisi anlamına gelen) “stratum” kelimesinden gelmektedir (Sevinç, 2014:216). Bu kavram daha çok askeri anlamda kullanılmıştır. Ancak daha sonra örgütsel ve yönetsel anlamda kullanılmaya başlanmıştır.

Tüm işletmeler geleceğine ilişkin amaç ve hedefler belirler. Belirlen bu amaç ve hedeflere ne zaman, nasıl ve nerede ulaşacaklarını da belirlemeye çalışırlar. Amaç ve hedeflere ancak oluşturacakları stratejilerle mümkündür. Çünkü stratejiler, amaç ve hedeflere ulaşmak için nelerin yapılmasını gösterir. Strateji kavramı, işletmelere yöne vermek, üstünlük ve rekabet avantajı elde etmek için çevresel unsurları sürekli analiz ederek uyum sağlayacak amaçların belirlenmesini, faaliyetlerin planlanmasını ve gerekli araç ve kaynakların yeniden düzenlenmesini ifade eder.

Stratejilerde asıl önemli olan istenilen sonuca ulaşmaktır. Bu nedenle aslında strateji bir plandır. Stratejiler aynı plandaki gibi belirli bilgilere sahip olarak (veya bilgilerin ve şartların oldukça yetersiz olduğu ileri derecede

belirsizlikler altında) yapılır (Ülgen & Mirze, 2010:35). Yapılan bu stratejiler sayesinde belirsizlikler ortadan kaldırılır ve oluşan fırsatlardan yararlanılır.

Strateji konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Strateji, belli bir hedefe ulaşmak için sevk etme ve yöneltme konusunda eylem birliği sağlama ya da düzenleme faaliyetlerin tümüdür (Güney, 2023b:24).

- Strateji, kaynakların etkin kullanımı yoluyla düşmanların yok edilmesi planıdır (Burnes, 1996:137).

-Strateji, bir işletmenin başarıya ulaşması için ayrıntılı bir plandır (Monday vd., 2015:161).

- Strateji, bir firmanın temel uzun vadeli amaç ve hedeflerinin belirlenmesi, eylem planının benimsenmesi ve hedeflerin gerçekleştirilmesi için gerekli kaynakların tahsisidir (Stevenson, 2012).

- Strateji, yöneticilerin müşterileri memnun etmek, başarılı bir şekilde rekabet etmek için kullandıkları rekabetçi hamleler, iş yaklaşımları, operasyonları yürütmek ve organizasyonel hedeflere ulaşma sürecidir (Thompson vd., 2005).

- Strateji, yöneticinin rekabet ortamıyla etkileşimi optimize etmek için hazırladığı büyük ölçekli ve geleceğe yönelik bir plandır (Pearce & Robinson, 2013).

Yapılan bu tanımlardan yararlanarak stratejiyi şöyle tanımlayabiliriz. Strateji, belirlenmiş amaç ve hedeflere ulaşmak, oluşan fırsatlardan yararlanmak için uyulması gereken temel kural, ilke ve yöntemlerin tümüdür.

20. Stratejik Yönetim

Günümüzde ekonomide, teknolojide, ulaşımda, bilgide ve haberleşmede baş döndürücü hızda bir gelişme ve değişim söz konusudur. Bu gelişim ve değişime bağlı olarak yeni pazarlar oluşmakta, rekabet şartları yok edici noktaya gelmekte, müşteri talep ve beklentileri farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma karşısında kuruluş, kurum ve işletmeler daha hızlı stratejik düşünmeye, planlar yapmaya ve kararlar almaya zorlanmıştır. Bu durum kuruluş, kurum ve işletmeleri stratejik yönetim konusuna yönlendirmiştir. Başlangıçta bazı büyük işletmeler konuya ilgi duymaya başladı ama 1980'den sonra çoğu işletme stratejik yönetime önem vermeye başlamıştır.

Strateji, işletmelerin geleceğine yöne vermek, amaçları belirlemek, faaliyetleri planlamak, kaynakları düzenlemek, değişimlere uyum sağlamak, rekabet avantajı elde etmek amacıyla çevresel faktörleri devamlı analiz ederek

başarılı olmayı ifade eden bir kavramdır. Stratejik yönetim ise bir örgütte etkili stratejiler geliştirmeye, uygulamaya ve sonuçlarını değerlendirerek kontrol etmeye yönelik kararlar ve faaliyetlerin tümüdür (Nakip vd., 2001:174-175). Stratejik yönetimin üç temel düzeyi mevcuttur. Bu düzeyler şunlardır. Birleşik, bölünmüş ve işlevsel düzeyler. Her düzeyde şu faaliyetler vardır: Stratejiyi formüle etme, stratejiyi uygulama ve stratejiyi değerlendirme (Fred, 1986:18). Bazı yönetim bilimciler göre, stratejik yönetim, planlama, politika oluşturma, uygun yapıyı araştırma, karşılaştırma ve kontrol aşamalarından oluşmaktadır (Eren,1997:16).

Stratejik yönetim konusunda yapılan tanımlardan bazıları şunlardır:

- Stratejik yönetim, işletmeye rekabet avantajı yaratmak ve sürdürmek amacıyla üstlenilen analiz, karar ve eylemlerden oluşan faaliyetler bütünüdür (Dess, Lumpkin & Eisner, 2007).

-Stratejik yönetim, işletmenin bir bütün olarak yapısının ya da stratejisinin mevcut ve gelecekteki çevresel istek ve değişikliklere göre yeniden yapılanmasına ve uygulamasına yönelik faaliyetler topluluğudur (Balci, 1995:171).

- Stratejik yönetim, yöneticilerin işletmenin uzun vadeli yönünü, spesifik performans hedeflerini, gelişim stratejilerini belirlemekle ilgili tüm iç ve dış koşullar ışığında belirlenen bu hedeflere ulaşmayı sağlayan eylem planlarıdır (Thompson & Strickland, 2007).

- Stratejik yönetim, bir örgütün gelecekte ulaşmak istediği hedefleri ve bu hedeflere nasıl ve ne şekilde ulaşılacağını belirten bir yönetim tekniğidir (Bryson, 1988:5; Barry, 1986:10).

- Stratejik yönetim, işletmeler için etkin stratejiler geliştirmeye, uygulamaya ve sonuçlarını değerlendirerek kontrol etmeye yönelik kararlar ve faaliyetler toplamıdır (Dinçer, 1996:17).

- Stratejik yönetim, işletmelerin zarara uğramalarını önleyen bir yönetim tekniğidir (Güeny, 2024: 35).

- Stratejik yönetim, stratejilerin planlanması için gerekli araştırma, inceleme, değerlendirme ve seçimlerin yapılmasıyla ilgili faaliyetler bütünüdür (Eren, 1990:16).

- Stratejik yönetim, formülasyon ve stratejinin oluşturulmasıyla sonuçlanan kararlar ve eylemler dizisidir (Monday vd., 2015:161).

Bu tanımlar ışığında stratejik yönetimi şu şekilde tanımlamak mümkündür. Stratejik yönetim, bütün alanlarda (özel ya da kamu) faaliyet gösteren

örgütlerin mevcut gelişme ve değişmelere uyum sağlamalarına, geleceğe yönelik amaç ve hedeflerin belirlenmesine ve bunların gerçekleştirilmesine imkân veren bir yönetim sürecidir.

21. Nepotizm

Kurumsallaşma ve profesyonelliğin yeterince benimsenmediği ülkelerde nepotizm yaygındır. Başka bir deyişle nepotizm daha çok geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerde görülür. Ancak gelişmiş ülkelerde nepotizm söz konusu olabilmektedir. Ancak yüzdesi çok düşüktür.

Nepotizm latince “nepoz” yeğen anlamına kelimeden türetilmiştir. İtalyanca da ise “nepotismo” kelimesinin karşılığıdır. Tarihsel süreçte bazı papaların aile bireylerine çıkar sağlamaları üzerine nepotizm kavramı gündeme gelmiştir (Kiechel, 1985:57-60). Günümüzde ise nepotizm, özel ya da kamu sektöründe kişilerin bulunduğu makamın gücünü kullanarak aile bireylerine avantaj sağlam için kullanılmaktadır.

Eğitim, bilgi, beceri, yetenek, tecrübe gibi temel kriterler dikkate alınmadan ya da işin gerektirdiği özelliklere sahip olmadan sadece akrabalık bağlarına dayanarak insanların işe alınması ya da işte avantajlar sağlanması nepotizm olarak değerlendirilmektedir.

Nepotizm, geleneksel bağların ve ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı ve kurumsallaşmanın yeterince gelişmemiş ülkelerin aile işletmelerinde daha çok, gelişmiş ülkelerde ise çok az görülmektedir. Günümüzde nepotizm daha çok politika, yayıncılık, aile işletmeleri ve hizmet sektöründe görülmektedir (Abdalla, Maghrabi & Raggad, 1998; Özsemerci, 2002:13; Büte, 2011).

Nepotizm konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Nepotizm, çalışma yaşamında liyakat yerine arabalara bazı ayrıcalıklar sağlama sürecidir (Webster’s Third New International Dictionary, 1976:1510).

- Nepotizm, akrabalara, arkadaşlara, meslektaşlara ve tanıdıklara ayrıcalıklar sağlama sürecidir (arash & Tumer, 2008).

- Nepotizm, eğitim, bilgi, beceri, kabiliyet, başarı ve tecrübe gibi faktörler açısından değerlendirilmeksizin veya iş gereklerine bakılmaksızın, yalnızca kan bağı ve akrabalık ilişkileri esas alınarak insanların istihdam ve terfi ettirilmesidir (Özler, Özler & Gümüştakin, 2007).

- Nepotizm, işletme sahibinin veya yöneticinin, aile üyelerini (kayırmacılar) işe alma tercihidir (Bellow, 2003).

- Nepotizm, liyakat yerine sadece akrabalık ilişkileri esas alınarak işe yerleştirme sürecidir (Özler, Özler & Gümüştakin, 2007).

- Nepotizm, aile üyelerine istihdam sağlama yolu ile taraf tutma sürecidir (Fisman & Golden, 2017).

Yapılan tanımları da dikkate alarak nepotizmi şöyle tanımlayabiliriz. Nepotizm, bulunduğu makamın gücünü kullanarak aile yakınlarını, arkadaşlarını ve tanıdıklarını işe yerleştirme sürecidir.

22. Örgütsel Sinizm

Yönetim konusunda yapılan tüm inceleme ve araştırma sonuçlarına göre kuruluş, kurum ve işletmelerin en önemli ve temel unsurunun insan olduğunu doğrulamıştır. İnsan olmadan hiçbir işletme var olamaz. Bu nedenlerden dolayı yöneticilerin (ya da iş sahiplerinin) çalışanların işletme hakkındaki olumlu ya da olumsuz duyguları, düşünceler ve tutumlarına önem vermeleri gerekir. Verecekleri kararlarda çalışanların olumlu ya da olumsuz duygularını dikkate almaları iş yapma süreçlerini olumlu yönde etkiler.

Yöneticiler ya da işletme sahipleri, iş yerinde çalışanların olumsuz duygular ve tutumlar sergilemelerinin temel nedenlerini araştırıp bunları yok etmeleri gerekmektedir. Bu olumsuz duygu ve düşünceler yok edilince çalışanlar daha istekli çalışır ve işletmelerine daha gönülden bağlanırlar.

Sinizmin düşüncesinin geçmişi, Milattan Önce (M.Ö.) 4. yüzyılda Atinalı Antisthenes tarafından Antik Yunan'da kurulan bir düşünce okulu olan Kynikler (Kinikler) Okuluna dayanmaktadır. Bu düşünceyi savunanlara "sinik" ya da "kinik" deniliyordu. Kynik kelimesi köken olarak kyon'dan gelmektedir. Kyon ise Yunancada köpek anlamına gelmektedir. Dolayısıyla "kynik": köpek gibi olan, köpeğe benzer, köpeksi anlamlarına gelmektedir. Kinik düşüncesini benimseyenler toplumsal kurallara bağlı olmadan yaşamını sürdürürlerdi. Kinikler Okulunun üyeleri yaşamlarında temel kriter olarak erdem ve bilgeliği esas alırlardı (Torun, 2016:7). Örgütsel sinizmle ilgili çalışmalar daha çok 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında yapılmıştır. Örgütsel sinizm terimi, Amerikalı işçiler hakkında yazılan ve örgütlerde sinizmin neden arttığını gösteren bir kitaptan doğmuştur (Kanter & Mirvis, 1989).

Sinik kişi, kendi dışındaki bireylerin kendi menfaatlerini gözettiklerine inanırlar. Bu inançtan hareketle kendi dışındaki diğer insanları çıkarıcı kabul ederler. Bu kişilere sinik denir. Sinik kişiler başkalarının yararına bir davranışı kendileri için faydalı bir sonucu olmayacaksa yapmayacaklarına inanırlar. Sinik kişiler daima şüpheli ve güvensizdirler. İnsanları hep çıkarıcı kabul

ederler. Sinik kişiler her şeyden şikayet ederler. Kurumlarının yaptığı güzel faaliyetlerden bile şikayet ederler. Diğer çalışanları küçümserler. Kurumlarının onları devamlı olarak hayal kırıklığına uğrattığını söylerler (Uludağ, 2018; Abraham, 2000; (Özler, Özler & Gümüştekin, 2007:438). Kısacası sinik kişiler huysuzdurlar.

Çalışanların iş ve örgütlerine karşı sinizm davranışı sergilemelerinin temel nedenleri arasında şunları sıralayabiliriz:

- Örgütsel adaletsizlik,
- Örgütsel güvensizlik,
- Adam kayırmacılık,
- Dürüstsüzlük,
- Hainlikler,
- Düşmanlıklar,
- Aldatma,
- Sözünde durmama,
- Hak yeme vs.

Sinizm konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Örgütsel sinizm çalışanların örgütlerinin adaletsizlik yapması nedeniyle ortaya çıkan güvensizlik, işletmelerine karşı duydukları olumsuz inançları ve duygularıdır (Dean, Brandes & Dharwadkar, 1998).

- Örgütsel sinizm, çalışanların içinde bulunduğu örgüte yönelik olarak örgütün ahlaki bütünlükten yoksun olduğu, hakkaniyet, dürüstlük ve içtenlik gibi ilkelerin örgütsel menfaatler uğruna feda edildiği yönündeki inançlarıdır (Jeremy vd., 2007).

- Örgütsel sinizm, insanlara, gruplara, kurumlara ve ideolojilere ilişkin genel veya özel bir tutumda güvensizlik, umutsuzluk ve hayal kırıklığıdır (Anderson, 1996: 1397-1398).

- Örgütsel sinizm, deneyimler sonucu oluşan öğrenilmiş bir inanç ve bir amaçtan diğerine genellenebilen bir tutumdur (James, 2005).

- Örgütsel sinizm, çalışanların bencillik ile motive olduklarına dair geliştirilen bir inançtır (Kanter & Mirvis, 1989).

- Örgütsel sinizm, kuvvetli olumsuz duyguları harekete geçiren hor görme, kızgınlık, utanma ve stres gibi duygusal unsurlardan oluşan bir durumdur (Abraham, 2000:269).

- Örgütsel sinizm, çalışanların kurumlarının dürüst olmadığına inanması ve çalıştığı örgütte samimiyet, adalet, dürüstlük gibi beklentilerinin karşılanmaması sonucu örgüte karşı geliştirdikleri olumlu olmayan tutumlarıdır (Brandes, Dharwadkar & Dean, 1999).

- Örgütsel sinizm, çalışanların yaşadığı olumsuz deneyimlerinin ve duygularının sonucunda ortaya çıkan küçümseyici ve eleştirel bir bakış açısı kazanması durumudur (Karacağolu & İnce, 2012).

Yapılan bu tanımlardan yararlanarak örgütsel sinizmi şöyle tanımlayabiliriz. Sinizm, çalışanların çalışma hayatında yaşadıkları adaletsizlikler, güvensizlikler ve hainlikler nedeniyle kurumuna ve arkadaşlarına karşı oluşturdukları olumsuz duygusal durumdur.

23. Narsisizm

Bütün kuruluş, kurum ve işletmeler çalışanların, yöneticilerin ve iş sahiplerinin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarından etkilenir. Örgütsel kurallar karşısında tüm çalışanlar aynı tutum ve davranışı sergilemezler. Çünkü hepsinin etkilenme biçimleri aynı değildir. Bu açıklamaya dayanarak şunu söylemek mümkündür. Çalışanların, yöneticilerin ve iş sahiplerinin kişilik yapıları işlerin yapılışı ve örgütsel iklim açısından oldukça önemlidir.

Kişilik, bir bireyi diğer bireylerden ayıran özelliklerin tümüdür. Kişiliğin oluşumunda genetik özellikler, toplumsal kültür yapısı ve eğitim etkili faktörlerdir. Çalışanların kişilik yapıları çalıştıkları kuruluş, kurum ve işletmelerin yapısından etkilendiği gibi çalıştıkları kuruluş, kurum ve işletmeleri de etkiler. Başka bir deyişle karşılıklı bir etkileşim söz konusudur.

Çalışanların kişilik yapıları birbirinden farklıdır. Bazıları içe dönük, bazıları dışa dönük, bazıları kızgın mizaçlı, bazıları sakin mizaçlı, bazıları da narsist olabilir. Bu farklı kişilik yapıları onların arkadaşlık ilişkilerine, yönetim tarzına ve iş yapma şekillerine etki eder.

Günümüzün önemli bir kişilik yapılanması olan narsisizm kişinin kendi ruhsal ve bedensel benliğine ya da kimliğine aşırı bir bağlılık ve beğeni duyması, kendini beğenmesi, kendi kendine hayran olması ve empati yapamaması biçiminde ifade edilmektedir (Seward, 2007:1). Narsizm kavramı 1898 yılında psikoloji literatüründe kullanılmaya başlanmıştır. Yunan mitolojisinden gelen narsizmi psikolojik bir fenomeni açıklamak için kullanan psikoanalitik kuramcı Havelock Eliss'tir. İlk defa "Narcissuslike" kavramını kullanmıştır. Ellis narsizmi özellikle kadınlarda görülen ve cinsel dürtüleri bireyin kendisine hayranlıkla yöneltmesini içeren duygular olarak açıklamıştır. Freud, bu kullanımdan oldukça etkilenmiştir. Kendi meta

psikoloji kuramını oluştururken narsizmi temel hareket noktası olarak almıştır (Raskin & Howard, 1988; Rozenblatt, 2002). İnsan, yaşamını sürdürebilmek için gerekli olan enerjiyi büyük ölçüde kendi kişilik yapısının içinde yer alan narsisizmden alır. Narsisizm yaşamı sürdürebilmek için gereklidir ama aynı zamanda yaşam için bir tehlikedir. Normal narsisizm nesnesi, kişinin kendi çabaları sonucu ortaya çıkan bir şeydir. Çalışmayı sürdürmek için gerekli enerji büyük ölçüde insanların narsistik özelliklerinden kaynaklanır. Bazı psikologlara göre, kişilerin büyük bir yaratıcılık gücüne sahip olmalarının temelinde narsist kişilik yapısı yer almaktadır (Lasch, 2006:92). Bu şekilde narsist kişilik iyidir. Ancak daha aşırı boyutlardaki narsist kişilik zararlıdır.

Her insan beğenilmekten ve yaptığı işlerden dolayı takdir edilmekten hoşlanır. Ancak narsistik kişilik özelliğine sahip olanlar bu takdiri kazanmak için devamlı çaba gösterirler ve karşılığını almak isterler. Eğer karşılığını almazlarsa büyük hayal kırıklığı yaşarlar (Bolat, 2016). Bu nedenle aşırı narsistlik sağlıklı değildir.

Narsistik kişilik yapısında bireysellik daha çok ön plana çıkar. Narsist kişilerde toplumsal amaçların ve başkalarına duyulan ilgi azalmıştır. Her şeyin merkezine kişi kendini yerleştirir. Dolayısıyla narsist özellikli kişilerin diğer insanlarla bağları fazla kuvvetli değildir. Sosyal yaşamda kendine olan saygıyı devamlı sürdürme düşüncesindedir. Sevgi obsesinde eksiklik olduğu için çevreden beğeni toplayarak bu eksikliği gidermeye çalışır.

Narsisizm konusunda yapılan bazı tanımlar şunlardır.

- Narsisizm, kişinin kendine verdiği değer ve özgüveninin hiçbir kuşku duyulmaksızın olabildiğince yüksekte bulunması ve başkaları tarafından gelen eleştirinin etkisini en aza indirdiği durumdur (Akhtar, 1989).

- Narsisizm, kişinin kendi vücuduna yönelttiği cinsel arzu ve hazdır (Özaydın, 1984).

- Narsisizm, kişinin kendisi, yakın çevresi ve çevresindeki diğer bireylerle uyumu ve çevresinin beklentilerini karşılayabileceği duygusunun tümüdür (Rozenblatt, 2002).

- Narsisizm, büyüklük, kibirlilik, benlik sevgisi, diğer kişilere yönelik düşük endişe, empati yoksunluğu ve kişilerarası ilişkilerde takdir, onay bekleme şeklindedir (Hischi & Jaensch, 2014).

- Narsisizm, kişilerin kendilerini tek, eşsiz, diğer kişilerden daha iyi olduklarını düşünmeleri, sosyal kurallara uymamaları ve başka insanların acı çekmesinden zevk almalarıdır (Campbell, Goodie & Foster, 2004).

- Narsisizm, insanların kendilerine olan saygılarını sürekli kılabilmek için var ettikleri bir kişilik yapılanmasıdır (McWilliams, 2020).

Yapılan bu tanımlardan yararlanarak narsisizmi şöyle tanımlayabiliriz. Narsisizm, kişinin kendini tek ve eşsiz olarak kabul edip ön plana çıkarması, çevrenin ilgisini üzerine çekerek yaşamını sürdürme çabasında olması durumudur.

Kaynakça

- Abdalla F. H., Maghrabi S. & Raggad G. B., (1998). "Assessing the effect of nepotism on human resource managers toward nepotism a cross cultural study", *International Journal of Manpower*, Volume:19, No:8, pp.554-570.
- Abraham, R., (2000). "Organizational Cynicism: Bases and consequences". *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, 126(3), pp.269-292.
- Adair, J., (2006). *Leadership and motivation: The fifty-fifty rule and the eight key principles of motivating others*. Kogan Page Publishers.
- Akbulut, E. E., (2000). *Etik Davranış Kuralları ve Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları İçin Öneri*, Sermaye Piyasası Kurulu Yayını, Ankara.
- Akhtar, S., (1989). "Narcissistic personality disorder. Descriptive features and differential diagnosis", *Psychiatr Clin North Am* 12.
- Aktepe, E., (2016). *İşletmeciliğin Genel Esasları ve Temel Kavramları*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Albenese, R., (1975). *Management: Toward Accountability for Performance*, Illinois: Richard D. Irwin Inc.
- Aldag, R. J., Stearns, T. M., (1991). *Management*, 2nd edition, Cincinnati, South-Western.
- Alkoç, G. P., (2010) "Misyon ve Vizyon İfadelerinin İşletme Stratejisindeki Yeri ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi SBE.
- Allen, F. R., (1985). "Four Phases for Bringing About Cultural Change", *Gaining Control of Corporate Culture*, Ed. Ralph, H.K. /Mary, S.J./Roy, S., Jossey-Bass, San Francisco.
- Allport, G.W., (1935). "Attitudes", in a *Handbook of Social Psychology*, ed. C. Murchison, Worcester, MA: Clark University Press.
- Andersson, L. M., (1996). "Employee Cynicism: An Examination Using A Contract Violation Framework", *Human Relations*, pp.1397-1398.
- Appleby, R. C., (1991). *Modern Business Administration*, Fifth Edition, Pitman Publishing, London.
- Araslı, H. & Turner, M., (2008). "Nepotism, Favoritism and Crony-ism: a study of their effects on job stress and job satisfaction in the banking industry of North Cyprus", *Soc Behav Pers* 36(9), pp.1237-1250.
- Arnold, J., (2005). *Work Psychology: Understanding Human Behaviour in the Workplace*, (4th ed), London, Prentice Hall Financial Times.
- Arslan, M., (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*, Siyasal Yayınevi, Ankara.
- Arthur, J., Stoner, F. & Wankel, C., (1986). *Management*, Prentice-Hall, International Enlewood Cliffs, New Jersey.

- Atkinson, T. & Frechette, H., (2009). "Creating A Positive Organizational Climate In A Negative Economic One Improving Organizational Climate To Transform Performance", Forum Transforming Performance.
- Aydın, İ. P., (2002). *Yönetmel, Meslek ve Örgütsel Etik*, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Balcı, A., (1995). *Örgütsel Gelişme*, Pegem Yayınları, Ankara.
- Balçık, B., (2005). *İşletme Yönetimi*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Banton, M., (1968). *Roles*, London Tavistock Publ..
- Baransel, A., (1979). *Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi*, İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, İstanbul.
- Barry, W. B., (1986). *Strategic Planning Workbook for Public and Nonprofit Organizations*, St Paul: Amherst Wilder Foundation.
- Bass, B. M., (1990). "From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share The Vision", *Organizational Dynamics*, 19 (3), pp.19-20.
- Başaran, İ. E., (1984). *Yönetime Giriş*, A. Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayını, Ankara.
- Bellow, A., (2003). *In Praise of Nepotism*, Random House, New York.
- Bentley, T., (2000). *Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede İnsanları Motive Etme*, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Bernerth, J. B., Armenakis, A. A., Feild, H. S. & Walker, H. J., (2007). "Justice, Cynicism, and Commitment A Study of Important Organizational Change Variables", *The Journal of Applied Behavioral Science*. 43(3), pp.309-319.
- Berson Y., Shamir, B., Avolio, B. J. & Popper, M., (2001). "The Relationship Between Vizion Strength, Leadership Style and Context", *The Leadership Quarterly*, 12(1), pp.53-73.
- Bird, B. J., (1989). *Entrepreneurial Behavior*, Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois.
- Bolat, Y., Ülker, M. & Göloğlu, D. C., (2016). "Kavramsal Açıdan Narsisizm ve Eğitimde Narsistik Kişilik", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), ss.482-492.
- Boone, L. S. & Kurtz, D. L., (2013). *Çağdaş İşletme*, Çeviri Editörü: Azmi Yağın, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Bozkurt, Ö. & Ergun, T., (1998). *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, (Fransızca ve İngilizce Karşılıklarıyla), Ed: Seriy Sezen, TODAİE Yay., Ankara.
- Brandes, P., Dharwadkar, R. & Dean, J. M., (1999). "Does organizational cynicism matter?: employee and supervisor perspectives on work outcomes", Paper Presented at the 36th Annual Meeting of the Eastern Academy of Management, Philadelphia PA., pp.1-34.

- Bratnicki, M., (2005). "Organizational entrepreneurship: Theoretical background, some empirical tests, and directions for future research", *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, (1), pp.15-33.
- Brislin, R.W., Florencio, K., Brent, M., Bob, Z., Reginald, W. (2005). "Evolving Perceptions of Japanese Workplace Motivation", *International Journal of Cross Cultural Management*, Vol: 5, No: 1, pp.87-103.
- Bryson, J. M., (1988). *Strategic Planning for Planning and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Budak, G. & Budak, G., (2013). *İşletme Yönetimi*, Barış Yayınları Fakülteler Kitapevi, İzmir.
- Burnes, B., (1996). *Managing Chance: A Strategic Approach to Organizational Dynamics Great Britain: Financial Times, Pitman Publishing*.
- Burns, J. M., (1978). *Leadership*, Harper and Row Publishing, New York.
- Büte, M. (2011). "Kayırmacılığın Çalışanlar Üzerine Etkileri İle İnsan Kaynakları Uygulamaları İlişkisi: Türk Kamu Bankalarına Yönelik Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:15, Sayı:1, ss.383-404.
- Byham, T.M. & Wellins, R. S., (2015) *Your First Leadership Job: How Catalyst Leaders Bring Out the Best in Others*, Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Cambridge Dictionary, (1995).
- Campbell, A. & Yeung, S., (1991). "Creating a sense of Mission", *Long Range Planning*, 24(4), pp.10-20
- Campbell, W. K., Goodie, A. S. & Foster, J. D., (2004). "Narcissism, confidence and risk attitude", *Journal of Behavioral Decision Making*, 17(4), pp.297-311
- Can, H., Aşan, Ö. & Aydın, E. M., (2006). *Örgütsel Davranış*, Arıkan Yayınları, İstanbul.
- Can, H., Tuncer, D. & Ayhan, Y. D., (1998). *Genel İşletmecilik Bilgileri*, Adım Yayıncılık, Ankara.
- Cherrington, D. J., (1994). *Organisational Behavior: The Management Individual and Organisational Performance*, Allyn and Bacon Inc. Boston.
- Cummings, S. & Davies, J., (1994). "Brief Case: Mission, Vision, Fusion", *Long Range Planning*, No: 6. Great Britain: Pergamon Press. Vol.27, pp.147-150.
- Cüceloğlu, D., (2006). *Yeniden İnsan İnsana*, 35. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Daniel, İ. O. A., (2013). "Communication as socio-cultural meaning exchange. The example of Richard Wright's Black Boy", *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 2,5, pp.173-177.
- David, F., (2002). *Strategic Management Concepts&Cases*, 9. Edition. New Jersey.
- Davis, K., (1988). *İşletmede İnsan Davranışı*, Çev. Kemal Tosun ve diğerleri, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Dean, J. M., Brandes, P. & Dharwadkar, R., (1998). "Organizational cynicism", *The Academy of Management Review*, 23(2), pp.341-352.
- Deitzer, B., Shillif, K. & Hucius, M., (1979). *Contemporary Management Concept*, Grid Publishing, Inc.
- Dess, G., Lumpkin, G. T. & Eisner, A., (2007). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages*, 4th ed., McGraw Hill Companies, New York.
- Dhapero, A., (1975). "The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur", *Psychology Today*, 9 (6), pp.83-88.
- Diñçer, Ö., (1996). *İşletme Yönetimi*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Dökmen, Ü., (2003). *İletişim Çatışmaları ve Empati*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Eldridge, J., Eric, T. & Crombie, A. D., (1974). *The Sociology of Organizations*, Allen & Unwin, London.
- Erdil, O. & Keskin, H., (2003). "Güçlendirmeye İş Tatmini, İş Stresi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler", *İ. Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 32(1), ss.7-24.
- Erdoğan, İ., (1991). *İşletmelerde Davranış*, İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, İstanbul.
- Eren, E., (1990). *İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim*, Der Yayınevi, İstanbul.
- Eren, E., (1997). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul, Der Yayınevi.
- Fichter, J., (1994). *Sosyoloji*, Çev. Nilgün Çelebi, Atilla Yayınevi, Ankara.
- Fisman, R. & Golden, M. A., (2017). *Corruption: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press, New York.
- Ford, R. & McLaughlin E., (1985). "Nepotism", *Personnel Journal*, 64 (9), pp.57-60.
- Fred, D. R., (1986). *Fundamental of Strategic Management*, Merrill Publishing Company.
- Frederick, H., O'connor, A. & Kuratko, D.F., (2018). *Entrepreneurship*, Cengage AU.
- Furnham, A. & Gunter, B., (1993). *Corporate Assessment*, Routledge, London.

- George, J.M. & Jones, G. R., (1996). *Understanding and Managing Organisational Behaviour*. U.S.A., Addison-Wesley Publishing Company.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M. & Donnelly, J. H., (2000). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*, Irwin McGraw Hill, Tenth Edition, Boston.
- Giddens, A., (2000). *Sosyoloji*, Çev. Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ayraç Yayınevi, Ankara.
- Gill, R., (2003). "Change Management or Change Leadership?", *Journal of Change Management*, 3(4).
- Green, F., (2010). "Well-being, job satisfaction and labour mobility", *Labour Economics*, 17, pp.897-903.
- Greenberg, J. & Robert, A. B. (1993). *Behavior in Organizations*, A. Division of Simon and Schuster Inc.
- Gudmundson, D., Tower, C. B. & Hartman, E. A., (2005). "Innovation in Small Businesses: Culture and Ownership Structure Do Matter", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Nisan.
- Güney, S., (1992). "Fiedler'in Durumsal Önderlik Modeli Açısından Atatürk'ün Önderliğinin değerlendirilmesi", *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 23, Mart, 1992, s.310.
- Güney, S., (2004). *Açıklamalı Yönetim-Organizasyon ve Örgütsel Davranış Terimleri Sözlüğü*, Siyasal Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2020a). *Liderlik*, 3 ncü Baskı, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2020b). *Örgütsel Davranış*, 5 nci Baskı, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2020c). *Sosyal Psikoloji*, 5 nci Baskı, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2022). "Dijital İşletmeciliğin Temel Kavramları", *Dijital İşletmecilik*, Ed. Mesut Öztıraç, Simge Selvitopu Akyel, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2023b). *Temel ve Genel İşletme*, Nobel, Ankara.
- Güney, S., (2023a). *aGüney Salih, Yönetim ve Organizasyon El kitabı*, 4 ncü baskı, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Güney, S., (2024). *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Hackman, J. R. & Oldham, G. R., (1974). "The Job Diagnostic Sulvey: An Instrument for the Diagnosis of Jobs and the Evaluation of Job Re-design Projects", *Technical Report*, Department of Administrative Sciences, Yale University.
- Hersey, P., Blanchard, K. H. & Johnson, D. E., (1996). *Management of Organizational Behaviour*, Seventh edition, U.S.A.: Prentice Hall International Editions.
- Hicks, G. H.& Gullet, C. R., (1975). *Organizations: Theory and Behaviour*, McGraw-Hill, New York.

- Hirschi, A. & Jaensch, V. K., (2014) "Narcissism and career success: Occupational self-efficacy and career engagement as mediators", *Personality and Individual Differences*, 77, pp.205-208.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P., (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Hitt, M.A., Ireland, R. D. & Hoskisson, R. E., (2000). *Strategic Management*, 4. Edition, USA: South-Western College Publishing.
- Hodge, B. J., Anthony, W. P. & Gales, L. M., (2003). *Organization Theory: A Strategic Approach*, 6th Edition, Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- House, R. J. & Jacidan, M., (2004). "Overview of GLOBE", *Culture, Leadership And Organizations: The GLOBE Study of Societies*, Sage Publication Inc., USA, pp.55-71.
- Drake, R. & Smith J. P., (1990). *Sanayide Davranış Bilimleri*, Çev. Kemal Tosun vd., İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, İstanbul.
- İnceoğlu, M., (1993). *Tutum, Algı, İletişim*, Sinem Ofset, Ankara,.
- James, S. M., (2005). "Antecedents and Consequences of Cynicism in Organizations: An Examination of Potantial Positive and Negative Effects on School Systems", (Unpublished Doctoral Thesis), College of Business The Florida State University.
- Johnson, G. J. & Johnson, W. R., (1995). "Subjective Underemployment and Job Satisfaction", *International Review of Modern Sociology*, 25(1), pp.73-84.
- Kanter, D. L. & Mirvis, P.H., (1989). *The Cynical Americans: Living And Working In An Age of Discontent And Disillusion*. Jossey-Bass.
- Karacaoğlu, K. & İnce, F., (2012). "Brandes, Dharwadkar ve Dean'in Örgütsel Sinizm Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Örneği", *Business and Economics Research Journal*, 3(3), ss.77-92.
- Keating, C. J., (1982). *The Leadership Book*. New York, NY: Paulist Press.
- Manfred, K. V. F. R. & Miller, D., (1988). *Unstable At the Top-Inside The Troubled Organization*, Nal Books, New American Library.
- Kiechel, W., (1984). "How to Relate to Nepotism", *Fortune*, February, pp.143-144.
- Knoop, R., (1995). "Relationships Among Job Involvement, Job Satisfaction and Organizational Commitment for Nurses", *Journal of Psychology*, 29, pp.641-666.
- Koçel, T., (2011). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınevi, İstanbul.

- Korkmaz, S., (2000). "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 18(1), ss.163-180.
- Lasch, C., (2006). Narsisizm Kültürü, Çev. S. Öztürk ve Ü. H. Yolsal, Bilim ve Sanat Yayınevi, Ankara.
- Latham, P. G. & Pinder, C. C., (2005). "Work Motivation Theory and Research At The Dawn of the Twenty-First Century", Annual Review of Psychology, Vol: 56, No: 1, pp. 485-516,
- Lešnik, K. M., (2008). "Vrednote, poslanstvo in vizija podjetja: organizacijske vrednote, poslanstvo in vizija podjetja kot jedrni elementi strateškega managementa", Koper: UP Fakulteta za management.
- Lissack, M. & Roos, J., (2001). "Be Coherent, Not Visionary", Long range Planning, (34).
- Litwin, G. H. & Stringer, R. A. Jr., (1968). Motivation and Organizational Climate, Boston, MA: Harvard University Press.
- Malik, M. A. & Azmat, S., (2019). "Leader, And, Leadership: Historical, Development of The, Terms And, Critical, Review of Literature", Communication and Management, Volume 5, pp.16-32.
- Martins, N. & Martins, E., (2009). "Organisational culture", In S. P. Robbins, A. T. Judge, A. Odendaal & G. Roodt (Eds), Organisational behaviour: Global and South African perspective, Cape Town, Pearson Education, pp.423-448.
- McHugh, P. F., (1992). Ethics-İş Ahlakı, Tüsiad Yayınları, İstanbul.
- McWilliams, N., (2020). Psikanalitik Tanı Klinik Süreç İçinde Kişinin Yapısını Anlamak, Çev. E. Kalem, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Merriam-Webster's Dictionary (2015). www.merriam-webster.com/dictionary/management, accessed 9 September.
- Monday, J. U., Akinola, G. O., Ologbenle, P. & Aladeraji, O. K., (2015). "Strategic Management and Firm Performance: A Study of Selected Manufacturing Companies in Nigeria", European Journal of Business and Management, Vol.7, No.2.
- Muchinsky, P. M., (2005). Psychology Applied to Work, Eighth Edition, USA: Wadsworth.
- Mucuk, İ., (1989). Modern İşletmecilik, Der Yayınları, İstanbul.
- Mueller, S. & Anisya, S. T., (2001). "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness", Journal of Business Venturing, Volume 16, Issue 1, January, pp.51-75
- Mullins, L. J., (2007). Management and Organizational Behaviour, Prentice-Hall Inc., London,

- Nakip, M., Akdoğan, A., Çelik, A., Uzay, Ş. & Uzay, M. S., (2001). Açıklamalı İşletme Terimler Sözlüğü, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Nelson, B., Economy, P., (2013). Yöneticilik, Çev. Ali Ümit Şensoy, Doğan Kitap, İstanbul.
- Northouse, P. G., (2010). Leadership: Theory and Practice, 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- O’neill, J. W., Beauvais, L. L. & Scholl, R. W., (2001). “The Use of Organizational Culture and Structure to Guide Strategic Behavior: An Information Processing Perspective”, *The Journal of Behavioral and Management*, p.136.
- Obiefuna, O. A., (2014). “The Role of Top Management In Business Organizations”, *Review of Public Administration and Management*, Vol. 3, No. 5, July.
- Oshagbemi, T. (1999). “Overall Job Satisfaction: How Good are Single Versus Multiple- Item Measures?”, *Journal of Managerial Psychology*, 14 (5). pp.388-403.
- Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English, (2004).
- Özkalp, E. & Kirel, Ç., (2001). Örgütsel Davranış, Etam A. Ş. Matbaası, Eskişehir.
- Özler, H., Özler, D. E. & Gümüştekin, G. E., (2007). “Aile İşletmelerinde Nepotizmin Gelişme Evreleri ve Kurumsallaşma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17), ss.437-450.
- Özsaydın, S., (1984). *Psikiyatri*, Sanal Matbaacılık, cilt:7, İstanbul.
- Özsemerci, K., (2002). “Türk Kamu Yönetiminde Yolsuzluklar, Nedenleri, Zararları ve Çözüm Önerileri”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), TO-DAİE, Ankara.
- Öztaş, N., (2017). *Yönetim: Örgüt ve Yönetim Kuramları*, 5. Baskı, Antalya: Otorite Yayıncılık.
- Payne, R. N. & Mansfield, R., (1973). “Relationship of Perceptions of Organizational Climate to Organizational Structure. Context, and Hierarchical Position”, *Administrative Science Quarterly*, 18(4).
- Pearce, J. A. & Robinson, R. B., (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition*, 13th ed., McGraw-Hill Irwin, New York.
- Peker, Ö. & Aytürk, N., (2002). *Yönetim Becerileri*, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Poroy, R. & Yasaman, H. (2004). *Ticari İşletme Hukuku*, 10. Basım, İstanbul.
- Porter, L. W. & Roberts, K. H., (1976). “Communication in Organizations”, *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Ed. Dunette, Chicago.

- Pride, W. M., Hughes, R. R. & Kapoor, J. R., (2014). Business, South Western Cengage Learning,.
- Raskin, R. & Howard, T., (1988). "A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of its Construct Validity", *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), pp.890-902.
- Robbins, P. S., (1998). *Organizational Behavior*, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Robbins, S. P. & Coulter, M., (2003). *Management*, Upper saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Robbins, S., (1976). *The Administrative Process: Integrating Theory and Practice*, Prentice Hall.
- Rozenblatt, S., (2002). "In Defence of Self: The relationship of Self- Esteem and Narcissism to Aggressive Behavior", (Unpublished Doctoral Thesis), College of Business The Florida Long Island University, Psychology, USA.
- Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M., (2001). *Örgütsel Psikoloji*, Ezgi Yayınevi, Bursa.
- Saruhan, Ş. C. & Yıldız, M. L., (2009). *Çağdaş Yönetim Bilimi*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Sayers, F, Bingaman, C. E., Graham, R. & Wheeler M., (1993). *Yöneticilikte İletişim*, Çev. D. Şahiner, Rota Yayınları, İstanbul.
- Schein, E. H., (1983). "The Rol of the Founder in Creating Organizational Culture", *Organizational Dynamics*, Summer.
- Schneider, B. & Snyder, R.A., (1975). "Some relationships between job satisfaction and organizational climate", *Journal of Applied Psychology*, 60 (3) pp.318-328.
- Sevinç, B., (2014). "Strateji Kavramı ve Örgütlerde Bir Yönetim İlkesi Olarak Kullanılması", *Türk İdare Dergisi*, 479, Ankara.
- Seward, S. K., (2007). "Are Narcissists Bad For Relationships or are Relationships Bad For Narcissists?: The Effect of Narcissism on Close Relationships", Department of Psychology St. Francis Xavier University Narcissism And Relationships, Canada.
- Shapero, A., (1975). "The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur", *Psychology Today*, 9 (6), pp.83-88
- Silver, A. D. (Aaron David), (1983). *The Entrepreneurial Life: How to go for it and get it*, John Wiley & Sons.
- Sisk, H.L., (1973). *Management and Organization*, Ohio: South Western Publication.
- Stead, R. D., Rolf, J. L. & Raymond, E. G., (1984). *Business: Its Nature and Environment, An Introduction*, Tenth Edition.

- Steers, M. R., Mowday, T. R. & Shapiro, L. D., (2004). "The Future of Work Motivation Theory", *Academy of Management Review*, Vol: 29, No: 3, pp.379-387.
- Stevenson, W. J., (2012). *Operation Management*, 11th ed., McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Stoner, J., (1978). *Management*, Prentice Hall.
- Şamiloğlu, F., (2015). "Temel İşletmecilik Kavram ve Tanımları", *Genel İşletmecilik Bilgileri*, Editör: İrfan Süer, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Terry, G., (1960). *Principles of Management*, Illinois.
- Tevrüz, S., (1989). *Davranışlarımızdan Seçmeler*, Emek Ofset Matbaası, İstanbul.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A. & Strickland, A. J., (2007). *Strategic Management: Concepts and Cases*, 11th ed., New York.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J. & Gamble, J. E., (2005). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage*, New York: McGraw-Hill Irwin.
- Titiz, T., (1996). *Girişimcilik, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.*
- Tolan, B., İsen, G. & Batmaz, V., (1991). *Sosyal Psikoloji*, Feryal Matbaacılık, Ankara
- Tonus, Z., (2016). "Örgütsel Yapılanma", *Yönetim ve Organizasyon*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3419 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2270
- Torun, Y., (2016). "Personel Güçlendirme Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisinde Örgütsel Sinizmin Aracılık Rolü: Örgütsel Sinizm Ölçeği Geliştirmeye Yönelik Bir Araştırma", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tosun, K., (1992). *İşletme Yönetimi Genel Esaslar*, Savaş Yayınları, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu, (1998). *Türkçe Sözlük*, Türk Dil Kurumu Yayınları, C.1, Ankara.
- Türk Dil Kurumu, (2013). *Türkçe Sözlük*, Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uludağ, T., (2018). "Sınıf öğretmenlerinin örgütsel adalet algıları ile örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Urhan, S., (2014). "İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Bir Alan Araştırması", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Denizli.
- Ülgen, H., & Mirze, S. K., (2010). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Beta Yayınları, İstanbul.

- Üngüren, E. & Yıldız, S., (2009). “Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Demografik Değişkenlerinin İş Tatminine Etkilerinin Saptanması Yönelik Bir Araştırma”, Dicle University Social Science Institute Journal.
- Weber, M., (2012). Ekonomi ve Toplum, Cilt 2, Çev. Latif Boyacı, Yarın Yayınları, İstanbul.
- Webster’s Third New International Dictionary, 1976.
- Wilson, A. M., (2001). “Understanding Organizational Culture and the Implications for Corporate Marketing”, European Journal of Marketing.
- Yalçın, S., (1988). Personel Yönetimi, İ. Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, İstanbul.
- Yenisey, K. D., (2007). İş Hukukunda İşyeri ve İşletme, Legal Yayınları, İstanbul.
- Zaleznik, A., (1992). “Managers and Leaders”, Harvard Business Review, March–April.