

**KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE HİZMET KALİTESİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ: ODA VE BORSALAR  
ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

**Bilge TEKİN**

**Ocak 2023  
DENİZLİ**

**KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE HİZMET KALİTESİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ: ODA VE BORSALAR  
ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

**Pamukkale Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Doktora Tezi  
İşletme Ana Bilim Dalı  
Genel İşletme Doktora Programı**

---

**Bilge TEKİN**

**Danışman: Prof. Dr. İrfan ERTUĞRUL**

**Ocak 2023  
DENİZLİ**

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

İmza  
Bilge TEKİN

## ÖNSÖZ

Bir tezin üretilmesiyle sonuçlanan herhangi bir araştırmanın kapağında sadece araştırmacının adı değil, aynı zamanda çeşitli derecelerde yardım, teşvik ve rehberlik sağlayan tüm isimsiz kahramanların isimleri olmalıdır. Bu tez, birçok kişinin nazik desteği ve yardımı ile gerçeğe dönüştü. Bana zamanlarını, sevgilerini ve enerjilerini veren tüm o insanlara minnettarım.

Öncelikle, doktora çalışmam ve araştırmalarımda desteğini esirgemeyen, sabrı, motivasyonu, coşkusu ve engin bilgisi için danışmanım Sayın Prof. Dr. İrfan ERTUĞRUL'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Rehberliği, bu tezin araştırılması ve yazılması sırasında bana her zaman yardımcı oldu. Danışmanımın yanı sıra diğer tez komitesi jürileri Sayın Prof. Dr. Süleyman BARUTÇU, Sayın Doç. Dr. Hüseyin ŞENKAYAS, Sayın Prof. Dr. Arzu ORGAN'a ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Gülşah SEZEN AKAR'a teşvikleri, zorlayıcı soruları ve anlayışlı yorumları için teşekkür ederim.

Teşekkür etmek istediğim daha birçok insan var. Bu insanların bana bu tezi üretmem ve doktoramı bitirmem için verdikleri zaman için çok minnettarım. Doktora tezim için konu seçimindeki katkıları, çalışmalarım için bana zaman tanımaları, moral motivasyon sağlayan, özgüvenimi artıran yapıcı yaklaşımları için Denizli Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanım Sayın Uğur ERDOĞAN'a teşekkür ederim.

Tez çalışmamda veri toplama aracı olarak kullanacağım anketi inceleyerek yapıcı yorumlarıyla beni destekleyip anketin oda ve borsa meclis üyelerine ulaştırılmasında yardımcı olan, saat gözetmeksizin her aramamda ulaşılabilir oldukları ve taleplerimi sabırla dinleyip nazikçe yerine getirilmesi için çaba gösteren çok değerli oda/borsa genel sekreterlerine, anket maddelerine içtenlikle cevap veren oda ve borsaların saygıdeğer meclis üyelerine en içten teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, ailemin desteği ve sevgisi olmadan biliyorum ki bu tezi gerçekleştiremezdim. Hayatım boyunca bana verdikleri sonsuz sevgi, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, hayata karşı her daim cesaretlendiren, tecrübeleri ile yol gösteren ve yanırlarım da dahi her zaman yanımda olan ve hakkımı hiçbir zaman ödeyemeyeceğim annem Zehra TEKİN'e ve babam Ali Rıza TEKİN'e teşekkür ederim.

## ÖZET

### KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ: ODA VE BORSALAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA

TEKİN, Bilge

Doktora Tezi

İşletme ABD

Genel İşletme Doktora Programı

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. İrfan ERTUĞRUL

Ocak 2023, xi+171 Sayfa

Yıllardır süregelen büyüme ve kârı maksimize etme anlayışına karşı yeni bir yaklaşım olarak kabul edilen ve son yıllarda geniş bir uygulama alanı bulan bir yönetim paradigması olan kurumsal sürdürülebilirlik konusu, iyileşme, ilerleme ve kârlılık konularının vazgeçilmez olduğunu kabul ederken, işletmelerin, kurumların, sivil toplum örgütlerinin vb. aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma ile çevre ile ilgili sistemlerin korunması, sosyal konularda adalet ve eşitlik, ekonomik ilerleme ve bu konuların paydaşlar açısından da ele alınması gerektiği görüşünü savunur. Küreselleşmenin etkisi ile artan ve daha karmaşık hale gelen rekabet konusu kâr amacı güden işletmelerde olduğu gibi kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olan sivil toplum örgütlerinin faaliyet gösterdiği alanda da önem kazanmaya başlamıştır. Farklı üye kitlelerinin ve dolayısıyla taleplerinin oluşması ile TOBB'a bağlı kurumlarda da farklı nitelikte üye taleplerinin karşılanması için çeşitli hizmet alanları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle hizmet kalitesi kavramının oda ve borsalar gibi kâr amacı gütmeyen örgütlerde de ölçülmesi zaruri hale gelmiştir.

Bu çalışma üç bölüm halinde ele alınmıştır. Birinci bölümde kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, ikinci bölümde hizmet kalitesi kavramı incelenmiştir. Her iki kavram literatürde ilişkilendirildikleri alt kavramlar ile ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise bu tez çalışmasının ana amacı olan kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla istatistiksel yöntemler kullanılarak araştırma hipotezleri sınanmıştır. İlk olarak kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan ölçüm araçlarına ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulan modeller ve veriler için güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra bağımsız gruplar t – testi ve tek yönlü ANOVA ile kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi algılarının sosyo – demografik değişkenler özelinde farklılıkları incelenmiştir. Son olarak yapısal eşitlik modeli ile kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenerek bulgular değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Sürdürülebilirlik, Hizmet Kalitesi, SERVPERF, Kamu Kurumu Niteliğinde Meslek Kuruluşları, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli

## ABSTRACT

### IDENTIFYING THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE SUSTAINABILITY AND SERVICE QUALITY: A STUDY ON THE CHAMBERS AND THE COMMODITY EXCHANGES

TEKİN, Bilge

Doctoral Thesis

Business Administration Department

PhD. in Business Administration

Adviser of Thesis: Prof. Dr. İrfan ERTUĞRUL

January 2023, xi+171 Pages

Corporate sustainability, a management paradigm that has been accepted as a new approach against the long – standing understanding of growth and profit maximization and has found a wide range of applications in recent years, agrees that improvement, progress and profitability are indispensable, while advocating the view that businesses, institutions, and non – governmental organizations should also address sustainable development and the protection of environmental systems, justice and equality in social issues, economic progress and these issues should also be addressed in terms of stakeholders. Having become more complex with the impact of globalization, the competition has started to gain importance in the field where non – governmental and non – profit organizations (NGOs) operate as well as for – profit organizations. With the formation of different members and the demands in return, various service areas have emerged in the institutions affiliated to The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB) to meet the demands of the members of various backgrounds. For this reason, it has become necessary to measure the concept of service quality in non – profit organizations such as the chambers and the commodity exchanges.

This study is discussed in three chapters. While the concept of corporate sustainability is dealt with in the first chapter, the concept of service quality is in the second one. Both concepts are discussed along with the sub – concepts they are associated with in the literature. In the third chapter, research hypotheses are tested using statistical methods to examine the relationship between corporate sustainability and service quality, which is the main purpose of this dissertation. First, confirmatory factor analysis is applied to the measurement tools used in the measurement of corporate sustainability and service quality. Reliability analyses are conducted for the validated models and data. Then, independent samples t – test and one – way ANOVA are used to examine the differences in the perceptions of corporate sustainability and service quality in terms of socio – demographic variables. Finally, the relationship between corporate sustainability and service quality is reviewed with structural equation modeling and the findings are evaluated.

**Key Words:** Corporate Sustainability, Service Quality, SERVPERF, Professional Organisations with Public Institution Status, Confirmatory Factor Analysis, Structural Equation Modeling

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	vi
TABLolar DİZİNİ .....	vii
EKLER DİZİNİ.....	ix
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ .....	x
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı .....	4
1.2. Sürdürülebilirliğin Tarihçesi .....	5
1.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik.....	6
1.3.1. Kurumsal Sürdürülebilirliğin Boyutları: Üçlü Sistem Yaklaşımı.....	11
1.3.1.1. Çevresel Sürdürülebilirlik.....	12
1.3.1.2. Sosyal Sürdürülebilirlik .....	15
1.3.1.3. Ekonomik Sürdürülebilirlik .....	18
1.3.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik Üzerinde Etkili Olan Yaklaşımlar .....	21
1.3.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma .....	21
1.3.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk .....	23
1.3.2.3. Paydaş Teorisi.....	26
1.3.3. İşletmeleri Sürdürülebilirliğe İten Sebepler .....	29
1.3.3.1. Marka Değeri, İtibar ve Güven Sağlanması.....	29
1.3.3.2. Giderlerin Azaltılması.....	30
1.3.3.3. Çalışan Motivasyonunun Artması .....	30
1.3.3.4. Tüketici Talepleri.....	31
1.3.3.5. Yasal Zorunluluklar .....	31
1.3.3.6. Paydaş Beklentileri .....	32

### İKİNCİ BÖLÜM HİZMET KALİTESİ

2.1. Kalite Kavramı .....	33
2.2. Hizmet Kavramı .....	35
2.3. Hizmetin Özellikleri .....	37
2.3.1. Soyutluk .....	37
2.3.2. Dayanıksızlık.....	38
2.3.3. Değişkenlik .....	39
2.3.4. Ayrılmazlık .....	40
2.3.5. Sahipsizlik/Mülkiyetinin Olmaması .....	41
2.4. Hizmetlerin Sınıflandırılması .....	42
2.5. Hizmet Kalitesi.....	44
2.6. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi .....	46
2.6.1. Grönroos – Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli .....	47
2.6.2. SERVQUAL (Service Quality).....	49

2.6.3. SERVPERF (Service Performance).....	51
2.7. Literatür Taraması .....	52

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	66
3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	68
3.3. Veri Toplama Aracı.....	71
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	72
3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	73
3.6. Araştırmanın Varsayımları .....	74
3.7. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler .....	75
3.7.1. Normallik Analizi.....	75
3.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi .....	76
3.7.2.1. Yeni Ölçüm Araçlarının Geliştirilmesi ve Yapıların Doğrulanması .	77
3.7.2.2. Ölçüm Yöntemi Etkilerinin İncelenmesi .....	78
3.7.2.3. Popülasyonlar Arasında Ölçüm Değişmezliğini Test Etme .....	79
3.7.3. Güvenilirlik Analizi .....	79
3.7.4. Bağımsız Gruplar t – Testi .....	80
3.7.5. Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA).....	82
3.7.6. Tukey HSD Testi .....	85
3.7.7. Yapısal Eşitlik Modellemesi .....	86
3.7.7.1. Gözlenen Değişkenler ve Gizlenen Değişkenler .....	89
3.7.7.2. Model Uyum İndeksleri .....	90
3.8. Analiz Bulguları .....	95
3.8.1. Normallik Analizi.....	95
3.8.2. Doğrulayıcı Faktör Analizleri .....	96
3.8.3. Güvenilirlik Analizleri .....	104
3.8.4. Tanımlayıcı İstatistikler ve Dağılımlar .....	105
3.8.5. Sosyo – Demografik Özelliklere Göre İstatistiksel Farklılıkların İncelenmesi .....	115
3.8.6. Yapısal Eşitlik Modellemesi .....	120
3.9. Bulgulara İlişkin İyileştirme Önerileri .....	124
<b>SONUÇ VE TARTIŞMA.....</b>	<b>127</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>134</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>166</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>171</b>



## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Sürdürülebilirlik Konsepti .....	7
Şekil 2. Kurumsal Sürdürülebilirlik: Kesişen Kümeler Modeli.....	11
Şekil 3. Sosyal Sürdürülebilirlik Kavramı .....	16
Şekil 4. Archie B. Carroll'ın Piramidi .....	25
Şekil 5. Paydaş Grupları.....	27
Şekil 6. Hizmet Süreci – Hizmet = Deneyim/Birikim + Çıktı.....	36
Şekil 7. Hizmet Kalitesi Modeli.....	49
Şekil 8. Araştırma Modelinin Gösterimi.....	69
Şekil 9. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği için Doğrulayıcı Faktör Analizi Başlangıç Modeli .....	96
Şekil 10. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeğinin Doğrulanmış Ölçüm Modeli .....	97
Şekil 11. Hizmet Kalitesi Ölçeği için Doğrulayıcı Faktör Analizi Başlangıç Modeli .....	101
Şekil 12. Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Doğrulanmış Ölçüm Modeli .....	102
Şekil 13. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi İlişkisi Yapısal Modeli ..	121

## TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi.....	5
Tablo 2. Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımları .....	8
Tablo 3. Dünya Küresel Risklerinin Olasılıklarına Göre Sıralanması.....	13
Tablo 4. Sosyal Sürdürülebilirliğin Konuları, İşlevleri ve Uygulamaları.....	16
Tablo 5. Ekonomik Sürdürülebilirliğin Alt Konuları.....	20
Tablo 6. Kalite Tanımlamaları .....	34
Tablo 7. Hizmetin Sahipsizlik Özelliğine İlişkin Örnekler.....	42
Tablo 8. Hizmetlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Yapılmış Çalışmalar .....	43
Tablo 9. PZB – SERVQUAL Boyutları Tanımları.....	50
Tablo 10. Literatür Taraması – Özet Tablo.....	63
Tablo 11. TOBB'a Bağlı Oda ve Borsaların Dağılımı .....	72
Tablo 12. Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) Değerlerine Göre Ölçek Güvenilirlik Durumları .....	80
Tablo 13. Bağımsız Gruplar t – Testi Varsayımları.....	81
Tablo 14. Bağımsız Gruplar t – Testi için t – İstatistiğinin Hesaplanması .....	82
Tablo 15. Tek Yönlü Varyans Analizi Özet Tablosu.....	84
Tablo 16. Tek Yönlü Varyans Analizi için Formül Tablosu .....	84
Tablo 17. F – İstatistiğinin Hesaplanmasına İlişkin Değerlerin Formülleri.....	84
Tablo 18. Yapısal Eşitlik Modellemesinin Girdileri ve Çıktıları.....	87
Tablo 19. Yapısal Eşitlik Modellemesinde Örneklem Büyüklüğü Yaklaşımları.....	88
Tablo 20. YEM'de Kriter Olarak Alınan Diğer Model Uyum İndeksleri .....	92
Tablo 21. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri .....	98
Tablo 22. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri.....	99
Tablo 23. Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri – Hizmet Kalitesi Ölçeği.....	102
Tablo 24. Hizmet Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri.....	103
Tablo 25. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçeklerinin ve Boyutlarının Güvenilirlikleri.....	104
Tablo 26. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçeklerinin ve Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri .....	105
Tablo 27. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Maddelerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....	106
Tablo 28. Hizmet Kalitesi Ölçeği Maddelerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	109
Tablo 29. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları .....	113
Tablo 30. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Dağılımları .....	113
Tablo 31. Katılımcıların Sektör Değişkenine Göre Dağılımları .....	113
Tablo 32. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları .....	113
Tablo 33. Katılımcıların Üye Oldukları Oda/Borsaya Göre Dağılımları.....	114
Tablo 34. Katılımcıların Oda/Borsaya Üyelik Sürelerine Göre Dağılımları .....	114
Tablo 35. Katılımcıların Oda/Borsa Meclisinde Görev Sürelerine Göre Dağılımları .....	114
Tablo 36. Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Coğrafi Bölgeye Göre Dağılımları .....	115

Tablo 37. Cinsiyete Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	115
Tablo 38. Yaşa Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	116
Tablo 39. Sektöre Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	116
Tablo 40. Eğitim Düzeyine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	117
Tablo 41. Üyesi Olunan Kuruma Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi .....	118
Tablo 42. Oda/Borsaya Üyelik Süresine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	118
Tablo 43. Oda/Borsa Meclisinde Görev Alma Süresine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi .....	119
Tablo 44. Faaliyette Bulunulan Coğrafi Bölgeye Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi.....	119
Tablo 45. İstatistiksel Farklılıklara İlişkin Araştırma Hipotezleri ve Sonuçlar .....	120
Tablo 46. Yapısal Eşitlik Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri.....	121
Tablo 47. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesine İlişkisi Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Yol Katsayıları.....	122
Tablo 48. Kurumsal Sürdürülebilirlik ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Dair Hipotezler.....	123

**EKLER DİZİNİ**

EK 1. Anket Formu ..... 166

## SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

$\alpha$	Güvenilirlik Katsayısı
$\chi^2/df$	Ki – kare/Serbestlik Derecesi
ADHD	Attention Deficit Hyperactivity Disorder
AGFI	Adjusted Goodness of Fit
AMA	American Marketing Association
AMOS	Analysis of a Moment Structures
ANOVA	Analysis of Variance
AR – GE	Araştırma - Geliştirme
ATM	Automated Teller Machine
BİST	Borsa İstanbul
BM	Birleşmiş Milletler
CFA	Confirmatory Factor Analysis
CFI	Comparative Fit Index
CPR	Corporate Political Responsibility
CS	Çevresel Sürdürülebilirlik
CSR	Corporate Social Responsibility
df	Degree of Freedom/Serbestlik Derecesi
DFA	Doğrulayıcı Faktör Analizi
$e_i$	Hata varyansları
ECOSERV	Environmental Service
EMP	Empati
ER	Entegre Raporlama
ES	Ekonomik Sürdürülebilirlik
F	ANOVA istatistiği
FİZ	Fiziksel Özellikler
GFI	Goodness of Fit
GLIK	Güvenilirlik
GRI	Global Reporting Initiative
GRSERV	Green Restaurant Service Quality
GUV	Güven
$H_i$	Hipotezler
HEV	Heveslilik
HK	Hizmet Kalitesi
HSD	Honestly Significant Difference
IBM	International Business Machines
IPA	Importance – Performance Analysis
ISM	Interpretive Structural Modeling
ISO	International Organization for Standardization
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KS	Kurumsal Sürdürülebilirlik
M.I.	Modification Indices
Max.	Maksimum
MICMAC	Cross – Impact Matrix Multiplication Applied to Classification
Min.	Minimum
N	Toplanan veri sayısı

## SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ – *devamı*

NFI	Normed Fit Index
Ort.	Ortalama
p	Anlamlılık düzeyi
PB	Paydaş Boyutu
PLOS	Public Library of Science
PZB	Parasuraman, Zeithaml, Berry
r	Korelasyon katsayısı
RATER	Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation
SEM	Structural Equation Modelling
SERVPERF	Service Performance
SERVQUAL	Service Quality
SES	Self – Esteem Scale
SME	Small and Medium – Sized Enterprises
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SRMR	Standardized Root Mean Square Residual
SS	Sosyal Sürdürülebilirlik
Std. Sap.	Standart Sapma
t	Bağımsız gruplar t – testi istatistiği
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOPSIS	Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution
TQM	Total Quality Management
UCLA	University of California, Los Angeles
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
WECD	World Commission on Environment and Development
YEM	Yapısal Eşitlik Modellemesi

## GİRİŞ

Geçtiğimiz yüzyılın başlarında örgütlerin performanslarının ölçümü için ekonomik göstergelerden yararlanılıyordu. Günümüzde bu tür yüzeysel yaklaşımlar örgütlerin ana hedeflerinden biri olmaktan çıkmıştır. Örgütler, iç ve dış paydaşlarının taleplerini karşılayan, doğal sisteme ve topluma karşı hassasiyet gösteren, eşit fırsat, adil bir performans değerlendirme sistemine dayalı ücretlendirme sağlayan, karar alma süreçlerinde ayrımcılığı önleyen, toplumun sıkıntılarına sorumlu bir şekilde çözüm arayan, dürüst, şeffaf, hesap verebilir, sorumlu uygulamalar geliştirme çabası içindedir (Ayrar, 2021: 1).

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, küresel ölçüde kamu ya da özel sektör ayrımı göstermeksizin sürdürülebilirlik uygulamaları bağlamında çevre ve paydaş baskısı giderek artmaktadır. Bunun sonucunda kâr amacı gütsün ya da gütmesin tüm örgütler ekonomik, çevresel ve sosyal konulara olan uyum seviyeleri konusunda paydaşlarına karşı şeffaf olmayı kendileri için bir zorunluluk olarak görmektedir (Öznel vd., 2012: 33).

Sürdürülebilirlik yaklaşımı ile örgütler artık, kısa vadeli ve sadece kazanç odaklı uygulamaların uzun vadede devam edilebilirliğinin olmadığını; bunun yerine uzun vadeli çevresel ve sosyal konuları da özümseyip dikkate alan yaklaşımları benimsemeleri gerektiğini kabul etmiştir. Bu doğrultuda özellikle itibar ve pazarlama konusunda sürdürülebilirliği kullanabilir duruma gelmişlerdir (Engin ve Akgöz: 2013: 86).

Örgütlerin, sürdürülebilirlik konusunda ne tür çözümler üretip, strateji ve politika geliştirdiklerini gözlemleyebilmek güçtür. Bu sebeple, örgütler sürdürülebilirlik başarılarını ölçebilmeleri için, anlaşılması ve izlemesi kolay, sayısal olarak ifade edilebilen sürdürülebilirlik göstergeleri belirleme yoluna gitmişler ve böylece onların ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerine ulaşıp ulaşmadıklarını izlemek mümkün hale gelmiştir (Tüyen, 2020: 92).

Kalite yönetiminin tarihsel yolu, üretim açısından uzun ve zengindir. Bazı ülkelerde üretime yönelik ödül, ceza ve ölçüm sistemleri, ürün standartları ve bu standartlara göre yapılan denetimler binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Kalite uygulamalarının ilk biçimleri esas olarak denetim ve test yoluyla olmuştur. Sanayi devriminden sonra yeni kavramlar ortaya çıktı. Sanayi devrimi, ürün ve süreç geliştirme yoluyla sürekli kalite iyileştirmesi için elverişli bir ortam sağladı. Bu yüzyılda, özellikle 1950'lerden bu yana, şiddetli küresel rekabet, birçok üretim sektöründe faaliyet

göstermekte olan işletmeyi, müşteri odaklı yönetimi geliştirmek, güvence sağlamak, yeni stratejiler geliştirmek, yani ölçüm teknikleri oluşturmak ve israfı azaltmak için kalite yönetimi yaklaşımı geliştirmeye zorlamıştır. Bu güç, aynı zamanda, üretim işletmeleri tarafından öğrenilen bu yeni kalite yönetimi yaklaşımlarına organizasyonun her üyesinin katılımına yol açmıştır ve hizmet işletmelerinde kalitenin iyileştirilmesine yardımcı olmuştur (Önal vd., 2019: 29 – 30).

Hizmet sektörü son kırk yılda büyümüş ve birçok hizmet sektörü ve alt sektörler ortaya çıkmıştır. Yeni gelişen hizmet sektörleri birbirini tetiklemiş ve hizmet sektörü dünyada büyük önem kazanmıştır (Yıldırım ve Şafaklı, 2016: 101). Pek çok ülkenin ekonomisini artık hizmet ekonomisi olarak tanımlamak mümkündür. Bu ülkelerde hizmet sektörleri işgücünün %60'ından biraz fazlasını istihdam etmektedir. Ayrıca, imalat ve inşaat sektörlerinde çalışanlar dikkate alındığında, gelişmiş ülkelerde toplam istihdamın %85'ini hizmet sektörü oluşturmaktadır (Akbolat vd., 2018: 7).

Bu tezde, literatürde sosyal bilimciler tarafından birçok defa çalışılmış olan algılanan hizmet kalitesi ile ölçülmesi ve değerlendirilmesi bakımından henüz yer edinmeye başlayan kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ele alınmıştır. Kurumsal sürdürülebilirliğin daha çok kavramsal düzeyde incelendiği ve organizasyonların sahip oldukları hazır dokümanlar üzerinden değerlendirildiği gözlenmiştir. Bu çalışmada Hizmet kalitesi ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu ilişki TOBB'a bağlı akredite oda ve borsalar üzerinde araştırılmıştır. Yapılan literatür taramasında oda ve borsaları merkezine alan çalışmaların oldukça az olduğu görülmüştür.

Bu tez çalışması şu şekilde hazırlanmıştır. Birinci bölümde kurumsal sürdürülebilirlik kavramı incelenmiştir. İlk olarak sürdürülebilirlik kavramı tanımlanmış ve tarihçesi hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ve boyutları açıklanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasında etkili olan yaklaşımlara kısaca değinilmiştir. Son olarak da işletmeleri kurumsal sürdürülebilirliğe yönlendiren sebepler verilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde hizmet kalitesi kavramı ele alınmıştır. İlk olarak kalite kavramından bahsedilmiştir. Daha sonra hizmet kavramı, hizmet kavramının özellikleri ve hizmetlerin sınıflandırılması ile ilgili yaklaşımlar açıklanmıştır. Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan ölçüm modellerine kısaca değinilmiştir. Son olarak, literatürde bu



tez çalışmasındakilerle benzer yaklaşımlarla hazırlanan bilimsel yayınlar hem metin şeklinde hem de özet tablo olarak verilmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde bu tez çalışmasının amacı olan kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kurulan hipotezler istatistiksel yöntemler kullanılarak sınanmıştır. İlk olarak kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan ölçüm araçlarına ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik algısını ölçmek için 25 madde ve 4 boyuttan oluşan kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği ve algılanan hizmet kalitesi ölçmek için 22 madde ve 5 boyuttan oluşan SERVPERF ölçeği kullanılmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği sosyal sürdürülebilirlik boyutu altında yer alan 3 madde çıkarılarak, SERVPERF ölçeği ise orijinal hali korunarak doğrulanmıştır. Doğrulanmış modeller ve veriler için güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra bağımsız gruplar t – testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA) ile kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi algılarının sosyo – demografik değişkenler özelinde farklılıkları incelenmiştir. Son olarak yapısal eşitlik modeli ile kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenerek bulgular değerlendirilmiştir. Daha sonra bulgulara ilişkin oda ve borsa genel sekreterleri, oda yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumluları ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen iyileştirme sonuçları ilgili literatürde yer alan bilgilerle desteklenerek sunulmuştur.

Tezin sonuç bölümünde ise bu tez çalışmasında yer verilmiş teorik bilgi, yöntemler ve uygulamaların değerlendirilmesi yapılmıştır. Literatürde yer alan benzer çalışmaların sonuçları ile bu tez çalışmasında elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak paylaşılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

#### 1.1.Sürdürülebilirlik Kavramı

İngilizcede ‘sustainability’ olarak yer almış, Türkçeye sürdürülebilirlik olarak tercüme edilmiş ifadelerin kökeni temin etmek, muhafaza etmek, daimî kılmak, desteklemek, direnmek, sınır koymak anlamlarına gelen Latince “sustinere” ifadesinden türemiştir (Binboğa, 2017: 4). California Üniversitesi’ne bağlı olarak faaliyetlerini gerçekleştiren UCLA Sürdürülebilirlik Komitesi, sürdürülebilirlik kavramını, gelecek toplumlar için sağlıklı, dayanıklı nesillerin devamlılığını sağlamak amacıyla “doğal sistemlerin muhafazası, toplumsal eşitlik ve ekonomik başarımın entegrasyonunu sağlamak” olarak tanımlar (Doğan, 2021: 8). Sürdürülebilirlik, geçmişte edinilen deneyimlerle birlikte bugünü yaşamayı ve bugünü ele alırken gelecek kuşakların gözüyle bakabilmeyi gerektiren bir yaklaşımdır. Küresel düzeyde farkındalık oluşturmayı amaçlayan bu kavram, doğal sermayenin sınırlı olduğunu, bunların tüketilmesinin uzun vadede bilinçli bir şekilde kullanılması gerektiğini söyler (Yalçın, 2021: 31).

Sürdürülebilirlik sözcüğü toplumun hemen her kesiminde kullanım alanı bulmuş ve hatta bazı bireyler ve gruplar için slogan niteliğine dönüşmüştür. Bu sözcüğün yaygın kullanımını aynı zamanda yerli, ulusal ve uluslararası politikalarda, yasal süreçlerin uygulanmasında, hükümetler arası anlaşmalarda kesin bir şekilde kılavuz görevi görmesine yol açmıştır (Yenidoğan, 2021: 2). Sözlük tanımı düzeyinde, sürdürülebilirlik basit olarak, belirli bir faaliyetin, eylemin veya durumun süre sınırlılığı olmadan devam ettirildiğini ima eder. Sürdürülebilirliğe doğru bir adım atabilmek için zamanla sürdürülebilirliğin varlığını tehdit edecek olan unsurlarını anlamak gerekir (Johnston vd., 2007: 61).

Toplumlar, doğal sistemlerle devamlı bir mücadele içinde olmuştur ve bu mücadele endüstri devrimi ile birlikte olumsuz yönde gelişim göstermiştir. İkinci Dünya Savaşı’nın ardından, toplumların doğa ile savaşı 20. yüzyıldan itibaren nükleer enerji kaynaklarının keşfedilmesi ile insanoğlunun aya ayak basması gibi önemli olayların yaşanması, doğal sistemler üzerindeki baskının daha fazla hissedilmesine sebep olmuştur. Dünya için önemli bir sorun haline gelen sürdürülebilirlik kaygısını bir seçenek olarak görmemek gerekir. Çünkü sürdürülebilir olmayan hiçbir hareketin telafisi kısa vadede söz konusu değildir (Fidanoğlu, 2021: 8).

## 1.2.Sürdürülebilirliğin Tarihçesi

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından gerçekleşen ekonomik gelişmeler, doğal sistemler üzerinde olumsuz baskıların oluşmasına neden olmuştur. Doğal sistemler yani çevre ve kalkınma kavramları arasında bir bağlantı olduğunun farkına varılması 1960'lı yılların sonunda gerçekleşmiştir. 1970'lerin ortasından itibaren dikkatler sürdürülebilir kalkınmanın temel prensipleri üzerinde toplanmıştır. 1983 yılında Birleşmiş Milletler çatısı altından Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WECD) oluşturulmuş ve daha ziyade Brundtland Raporu adıyla bilinen 'Ortak Geleceğimiz' başlıklı dokümanda 'Sürdürülebilirlik' sözcüğüne ilk kez terim olarak yer verilmiştir. Bu rapora göre sürdürülebilirlik 'bizden sonraki kuşakların ihtiyaçlarını karşılayacak fırsatlardan ödün vermeksizin, bugünkü ihtiyaçların karşılanması' olarak tanımlanmıştır. Üzerinden on yıllar geçmesine karşın Brundtland Raporu, içinde yer verilmiş olan kavramların, tanımların, ilkelerin küresel boyutta kabul görmesi sebebiyle sürdürülebilirlik yaklaşımının miladı olarak kabul edilmektedir (Şen vd., 2018: 3 – 4).

**Tablo 1.** Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi

Gelişme	Açıklama
<b>Stockholm Konferansı (1972)</b>	Bu konferans Stockholm'de gerçekleşmiştir. Gelişmiş ülkelerin kalkınmaya dair tasarladıkları ve uyguladıkları faaliyetlerin doğal sistemler üzerindeki etkileri sonucu oluşan endişeleri ile gelişmekte olan ülkelerin kalkınmaya dair ihtiyaç duydukları düzenlemeler olarak sürdürülebilir kalkınma konusu gündeme gelmiştir.
<b>Brundtland Raporu (1987)</b>	Bu rapor Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987 yılında yayınlanmıştır. Bu raporda sürdürülebilir kalkınma kavramı "sonraki toplumların ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden taviz vermeden şimdiki toplumların ihtiyaçlarının karşılanması" olarak tanımlanmıştır.
<b>Rio Zirvesi (1992)</b>	Rio De Janerio şehrinde gerçekleşmiş olan BM Çevre ve Kalkınma Konferansı, iklim değişikliği ve çevre ile ilgili sorunların ve kaygıların konulduğu en önemli etkinlik olarak kabul görmüştür. Bu etkinlikte canlı çeşitliliği, iklim değişikliği ve çölleşme problemleri ile ilgili yapılması gereken mücadelenin yer verildiği sözleşmeler imzalanmıştır.
<b>Kyoto Protokolü (1997)</b>	BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Japonya'da Kyoto şehrinde imzalanmıştır. Bu sözleşmeyi imzalayan bütün ülkeler sera gazı salınımlarını en aza indireceklerini taahhüt etmişlerdir. Bu protokole Türkiye 2009 yılında dahil olmuştur.
<b>Küresel Raporlama Girişimi (GRI) (1997)</b>	Küresel Raporlama Girişimi 1997 yılında işletmelerin gerçekleştirmekte oldukları faaliyetlerin ekonomik, çevresel ve sosyal sonuçlarını şeffaf bir şekilde paylaşmak için araç olarak kullandıkları Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi'ni yayınlamıştır. GRI, işletmelerin sürdürülebilir uygulamalarını halkla paylaşabilmeleri ve itibarlarını güçlendirebilmeleri için sürdürülebilirlik raporlaması yapmalarını teşvik etmektedir.
<b>BM Küresel İlkeler Sözleşmesi (2000)</b>	Bu sözleşmeye katılan ülkeler, şirketler, sivil toplum kuruluşları BM tarafından hazırlanmış olan 10 evrensel ilkenin yerine getirilebilmesi için iyi uygulamalar tasarlayıp yerine getirmektedir. Amaç, evrensel kalkınma kültürünün dünyanın her kesimi tarafından benimsenmesidir. Türkiye Borsa İstanbul 2005 yılında bu sözleşmeyi desteklemeye başlamıştır.

**Tablo 1.** Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi - *devamı*

Gelişme	Açıklama
<b>BM Sorumlu Yatırım Prensipleri Girişimi (2005)</b>	Bu girişim 20 küresel piyasada faaliyet gösteren 20 kurumsal yatırımcının teşebbüsü ile kurulmuştur. Bu oluşum günümüze kadar sayısı 1200'ü aşan girişime kurumsal düzeyde ekonomik, çevresel ve sosyal konularda destek olmayı teşvik etmiştir.
<b>BM Sürdürülebilir Borsalar Girişimi (2009)</b>	BM'in çatısı altında kurulmuş bir girişimdir. Borsalarda, ekonomik, çevresel ve sosyal konularda, kurumsallık yaklaşımında daha şeffaf olmaya ve daimî yatırımın artmasına, yatırımcılar ve şirketler ile nasıl katkı sağlanacağı hakkında yol haritaları oluşturma amacındadır. Türkiye Borsa İstanbul ile 2012 yılında sürdürülebilirliğin artması ve yayılması konusunda gönüllü olarak katılım sağlamıştır.
<b>Rio+20 Zirvesi (2012)</b>	1992'de gerçekleştirilen Rio Zirvesi'nin yirminci yıldönümü için düzenlenmiş olan Rio+20 Zirvesi'nin yayını olarak "The Future We Want" adlı rapor hazırlanıp yayınlanmıştır. Hem kamu hem de özel sektör için gerçekçi ve sürdürülebilir uygulama önerileri yer almaktadır.
<b>Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi (ER) (2013)</b>	2013 yılının sonunda Uluslararası Entegre Raporlama konseyi tarafından sunulmuştur. İşletmeler için yatırımcıları kendilerine çekmek adına yararlı bir enstrümandır. Entegre Raporlama uygulaması işletmeler için en üst noktaya erişimde bir aracı rolü görmektedir.

Kaynak: Fidanoğlu, 2021: 10 – 11

Tablo 1'de sürdürülebilirliğin tarihsel adımları kronolojik olarak verilmiştir. Görüldüğü üzere ortaya çıkmasından günümüze kadar geçen zaman içinde niş bir konu olmaktan çıkmış, toplumun her bir üyesini ilgilendiren bir kavram haline gelmiştir (Schlör vd., 2012: 329).

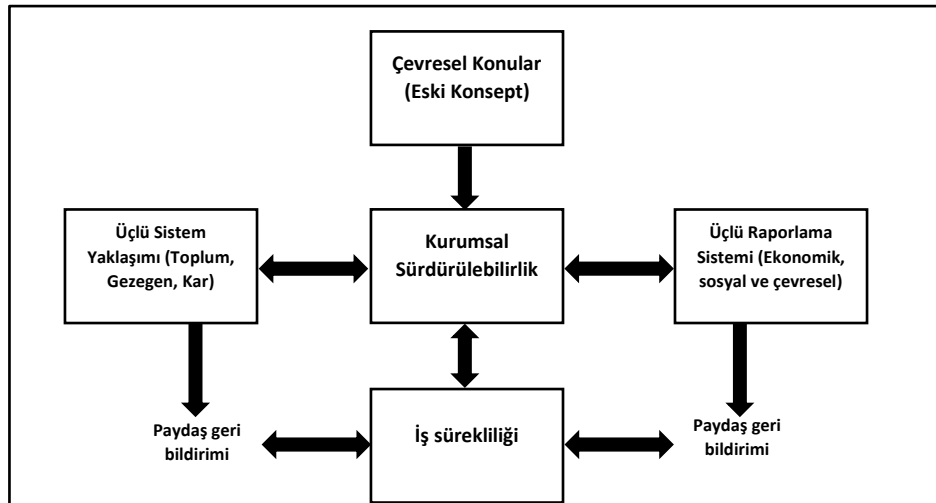
### 1.3.Kurumsal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, dünya çapında değişen bakış açıları nedeniyle tüm organizasyonlar için giderek daha fazla zorunluluk haline gelmeye başlamıştır. Bir dizi büyük şirketten yöneticilere kurumsal sürdürülebilirlik hakkında fikirlerini sorarsanız, bunun şirketleri için hayati derecede önemli bir konu olduğu cevabını alırsınız. Daha derine inerek ve kurumsal sürdürülebilirlik kavramının ne anlama geldiğini soruşturduğunuzda çok fazla tanımla karşılaşacaksınız (Strenitzerová ve Gaňa, 2018: 1657).

Bir zamanlar ütöpik, alakasız ve hatta alt üst edici bir kavram olarak görülen Kurumsal Sürdürülebilirlik ana akımlardan biri haline gelmiştir. Fortune 500'de yer alan küresel işletmelerin beşte dördü, gerçekleştirdikleri çok çeşitli çevre dostu faaliyetlerini açıklayan sürdürülebilirlik raporları yayınlamaktadır. Önde gelen birçok işletme okulu, sürdürülebilir bir dünya yaratmayı amaçlayan, tam teşekküllü sürdürülebilirlik kursları düzenlemektedir (Lyon vd., 2018: 9).

Kurumsal sürdürülebilirlik fikri, “bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınma” olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma kavramından türemiştir. Genel olarak kurumsal iş düzeyine taşınan sürdürülebilirlik Kurumsal Sürdürülebilirlik olarak adlandırılmaktadır. Sürdürülebilir Kalkınma kavramına atıfta bulunularak, Kurumsal Sürdürülebilirlik, bir organizasyonun doğrudan ve dolaylı paydaşlarının ihtiyaçlarını, gelecekteki paydaşların ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılamak olarak tanımlanabilir (Mazur ve Walczyna, 2020: 8988).

Örgütsel düzeyde, Sürdürülebilir Kalkınma kavramı, bir sistemin ekolojik, ekonomik ve sosyal kaynaklarının korunmasını, yenilenmesini ve geliştirilmesini gerektiren, Kurumsal Sürdürülebilirlik kavramına çevrilmiştir. Bu nedenle Kurumsal Sürdürülebilirlik, kurumsal değişim süreci, yani sürdürülebilirlik odaklı değişim olarak düşünülebilir. Bu değişikliğin amacı, organizasyonu, stratejisine ekonomik, sosyal ve çevresel kaygılara eşit olarak dağıtılan dikkatin dahil edildiği bir duruma taşımaktır. Nihayetinde, sürdürülebilirlik odaklı değişim, bir organizasyonu sürdürülebilir kalkınma için aktif bir ajana dönüştürme amacına sahiptir (Ceran, 2017: 60). Kurumsal sürdürülebilirlik, tüm sektörler için giderek artan daha önemli bir hedef haline gelmiştir. Birçok işletme, çeşitli nedenlerle sürdürülebilirlik peşindedir. Politika yapıcılar, iklim değişikliği ve yoksulluk gibi küresel zorlukların ele alınmasında kurumsal sürdürülebilirliğin önemini vurgulamaktadır (Landrum, 2018: 287).



**Şekil 1.** Sürdürülebilirlik Konsepti

Kaynak: Ayrıl, 2021: 59

Şekil 1’de görüldüğü üzere, sürdürülebilirliğe dair üç ana yaklaşım bulunmaktadır. Bunların ilki, sürdürülebilirliğin daha önceki uygulamalarında daha kısıtlı bakış açısına sahip, ağırlıklı çevresel kaygıların ele alındığı yaklaşımdır. İkincisi, sürdürülebilirliğin, literatürde yer alan üçlü sistem açıklaması (kâr, toplum ve gezegen) kullanılarak ele alınan yaklaşımdır. Sonuncusu ise sürdürülebilirliğin iş devamlılığının kritik bir yönü şeklinde kavramsallaştırılmasıdır (Ayrıl, 2021: 59).

Bu çalışmada 1990’lı yılların ünlü sürdürülebilirlik araştırmacısı John Elkington’un ortaya atmış olduğu üçlü sistem yaklaşımı esas alınmıştır. Bir işletmenin yalnızca elde ettiği kazançla değil, aynı zamanda çevre ve toplum üzerinde yaratmış olduğu etkinin de hesaba katılması gerektiği ifade edilmiştir (Elkington, 1998: 20).

Sürdürülebilirlik literatüründe kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu tanımları yapan sosyal bilimciler genellikle daha önce üzerinde çalıştıkları kavramlar üzerinden bir tanım oluşturma yoluna gitmişlerdir. Tablo 2’de literatürde en yaygın olarak bahsi geçen tanımlar verilmiştir.

**Tablo 2.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımları

Yazar	Tanım
John Elkington	İşletmelerin sosyal, ekonomik ve çevresel hedeflerini dengeleme çabası.
Giles Atkinson	İşletmelerin sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunduğu veya onu engellediği fikrine bağlı olarak, işletmenin neden olduğu dış etkiler ile ilgili yapılan maliyet muhasebesi.
Pratima Bansal Kendall Roth	İşletmelerin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı amaçlayan bir dizi kurumsal girişim.
Thomas Dyllick Kai Hockerts	İşletmelerin birincil ve ikincil paydaşlarının ihtiyaçlarını, gelecekteki paydaşların ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılamak.
Karina Funk	Sürdürülebilir bir organizasyon, nitelikleri ve faaliyetleri, tüm paydaşları için “arzu edilen bir gelecek durumu” sağlamak üzere tasarlanmış bir organizasyondur.
Stuart L. Hart Mark B. Milstein	Sürdürülebilir bir organizasyon, sosyal, ekonomik ve çevresel faydayı aynı anda sağlayarak sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunur. Sürdürülebilir kalkınma, insani gelişmeyi kapsayıcı, adil, ihtiyatlı ve güvenli bir şekilde gerçekleştirme sürecidir.
R. Scott Marshall Darrell Brown	“İdeal” bir sürdürülebilir organizasyon, doğal kaynakları, bu kaynakların yenilenme, geri dönüşüm hızlarından daha hızlı bir şekilde kullanmayacaktır.

**Tablo 2.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımları – *devamı*

Yazar	Tanım
Marcel van Marrevijk	Genel olarak, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk, çevresel ve sosyal kaygıların ticari faaliyet ve paydaş etkileşimlere dahil edildiğini gösteren “gönüllü” işletme faaliyetlerine atıfta bulunur.
Mel Wilson	Kurumsal büyüme ve karlılığın önemli olduğunu kabul eden yeni ve gelişmekte olan bir kurumsal yönetim paradigması, aynı zamanda işletmenin özellikle sürdürülebilir kalkınma – çevre koruma, sosyal adalet – eşitlik ve ekonomik kalkınma ile ilgili olan toplumsal hedefleri takip etmesini gerektirir.
Frank Figge Tobias Hahn	Kurumsal sürdürülebilirlik, bir işletmenin sürdürülebilirliğin üç boyutuna (çevresel, sosyal ve ekonomik) katkıda bulunma etkinliği ile diğer işletmelere göre kaynakları kullanma verimliliğidir.
Ulrich Steger	Mevzuatlara uygunluğun ötesinde ve ekonomik bir nedeni, bir ticari gerekçesi olan çevresel ve sosyal faaliyet sayısı.
Pratima Bansal	Kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik bütünlük, sosyal eşitlik ve çevresel bütünlük ilkelerini ürünlere, politikalara ve uygulamalara aynı anda entegre etmek anlamına gelir.
Oliver Salzman, Aileen Ionescu – Somers Ulrich Steger	Bir organizasyonun birincil ve ikincil faaliyetleri sonucu ortaya çıkan çevresel ve sosyal sorunlara stratejik ve kar odaklı bir yaklaşımdır.
Reinhard Steurer Markus Langer Astrid Konrad Andre Martinuzzi	Gelecekte gereksinim duyulabilecek beşerî ve doğal kaynakları koruyan, korurken geliştiren iş stratejileri ve faaliyetleri.
Francisco Székely Marianna Knirsch	Kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik büyümeyi, hissedar değerini, prestiji, kurumsal itibarı, müşteri ilişkilerini, ürün/hizmetlerin kalitesini sürdürmeyi ve artırmayı, ayrıca etik iş uygulamalarını benimsemeyi ve sürdürmeyi, sürdürülebilir işler yaratmayı, tüm paydaşlar için değer yaratmayı içerir.
Donald O. Neubaum Shaker A. Zahra	Bir işletmenin, paydaşlarının beklentilerini etkin bir şekilde karşılayarak zaman içinde büyümesini destekleme yeteneği.
Sally Russell Nardia Haigh Andrew Griffiths	Uzun vadeli ekonomik performans için çalışmak, çevre için olumlu etkiler yaratacak faaliyetlerde bulunmak, toplumu desteklemek ve tüm bunları bir arada gerçekleştirmek için bütünsel bir yaklaşım belirlemek.
Tobias Hahn Frank Figge	İşletmenin uzun vadeli refahını elde etmek veya toplumun ve insanlığın uzun vadeli refahına katkıda bulunmak için çevresel, sosyal ve ekonomik hedeflerin peşinden koşmak.
Michael E. Porter Mark R. Kramer	Bir işletmenin rekabet gücünü artırırken aynı zamanda faaliyet gösterdiği toplumdaki ekonomik ve sosyal koşulları iyileştiren politika ve uygulamalar.
Rodrigo Lozano	Günümüzün ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını içeren sürdürülebilirlik dengelerine ve bunların zaman boyutunda ve zaman boyutundaki ilişkilerine katkıda bulunmaya çalışan kurumsal faaliyetler.

**Tablo 2.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımları – *devamı*

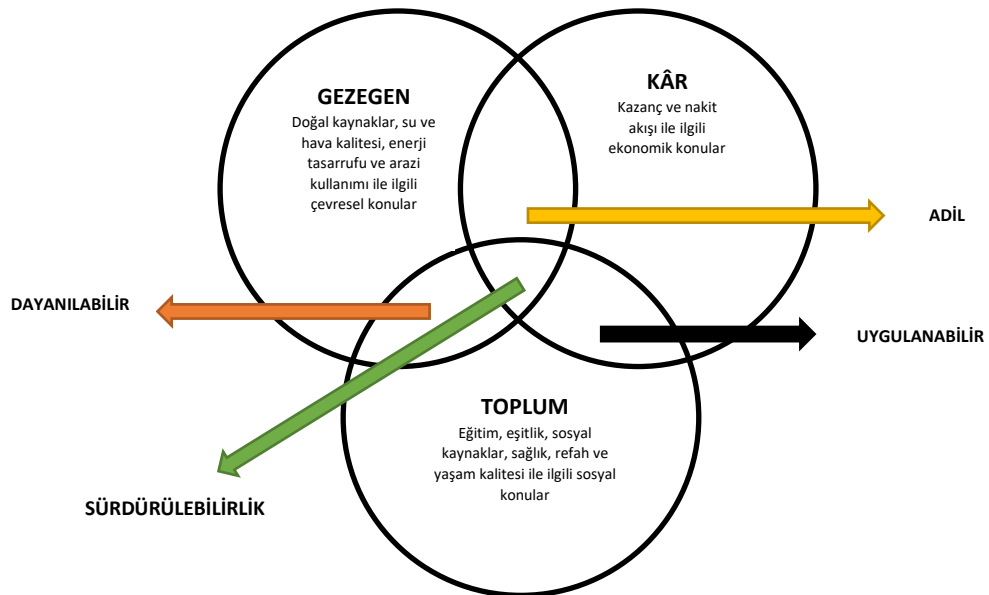
Yazar	Tanım
Mike Valente	Sürdürülebilirliğe ilişkin proaktif yönelime doğru bir yaklaşım. İşletmelerin “birleşik ağ ve sistem olarak çalışan sosyal, ekolojik ve ekonomik paydaşlarla birlikte koordineli yaklaşımlar” kullanarak sosyal, ekonomik ve ekolojik sistemleri birbirine bağlamanın yollarını bulması gerekir.
Markus J. Milne Rob Gray	Bir organizasyonun ekonomik, çevresel ve sosyal performans göstergelerini yönetim ve raporlama süreçlerine dahil etmek.
Stefan Schaltegger, Markus Beckmann Erik G. Hansen	Bir işletmenin ekolojik, sosyal ve ekonomik zorlukların başarılı olarak gerçekleştirilmesi ve bunların pazara entegrasyonu.
Pratima Bansal Mark R. DesJardine	İşletmelerin kendi (veya başkalarının) gelecekteki ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden kısa vadeli finansal ihtiyaçlarına cevap verme yeteneği.
Suzanne Benn Melissa Edwards Tim Williams	Sürdürülebilir organizasyonlar şu faaliyetlerde bulunur: a. Organizasyonların sosyal olarak faydalı ömrünü uzatmak, b. Gezegenin, biyosferin yaşanabilir oluşunu sürdürme ve yenileme ve tüm canlı türlerini koruma yeteneğini geliştirmek, c. Toplumun kendini sürdürme ve temel sorunlarını çözme yeteneğini geliştirmek ve d. İnsanın şimdiki ve gelecek nesilleri için iyi bir refah düzeyini sürdürmek.
Robert G. Eccles Ioannis Ioannou George Serafeim	Kurumsal politikaların benimsenmesi yoluyla sosyal ve çevresel konuları bir işletmenin stratejisine ve iş modeline entegre etmek.
Tobias Hahn Lutz Preuss Jonatan Pinkse Frank Figge	Bir işletmenin sosyal ve çevresel kaygılarının ticari faaliyetlerin ve paydaşlarla olan etkileşimlerine dahil edildiğini gösteren uygulamalara atıfta bulunan bir kavramdır.
Sanjay Sharma	Bir işletmenin uzun vadeli finansal, sosyal ve çevresel performansından ödün vermeden kısa vadeli finansal, sosyal ve çevresel performansının elde edilmesidir.
Marie Pavlákova Dočekalová Alena Kocmanová	Sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyetlerine ve stratejilerine entegre ederek işletmelerin uzun vadeli faydalar elde etmesi için anahtar bir kavramdır.
Thomas Dyllick Katrin Muff	İnsanlık ve gezegen için kritik olan alanlarda nasıl kayda değer olumlu bir etki yaratabileceğini anlayan bir organizasyonun yaptığı uygulamalardır.
Stefan Schaltegger Erik G. Hansen Florian Lüdake – Freund	Sürdürülebilirlik yönetimi, organizasyonları, sistemin sınırları içinde, ekonominin ve toplumun sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunacak şekilde dönüştürmek için sosyal, çevresel ve ekonomik konuları bütünlük bir şekilde ele alan yaklaşımları ifade eder.
Antony Upward Peter H. Jones	Sürdürülebilir bir işletme, değer zinciri boyunca pozitif çevresel, sosyal ve ekonomik değer yaratan, böylece insan ve diğerlerinin yaşamının bu gezegende sonsuza kadar gelişebilme ihtimalini sürdüren bir organizasyondur. Böyle bir işletme zarar vermeden çevreyi yenilerken finansal açıdan sürdürülebilir sosyal fayda da yaratır.



Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, birçok kaynakta kurumsal sosyal sorumluluk ifadesi ile eş anlamlı olarak, birbiri yerine kullanılmaktadır. Anlam olarak birbiriyle tam örtüşmeler de biri olmadan diğerinin açıklanabilmesi oldukça zordur (Camilleri, 2017: 60). Kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımı 60 yıldan uzun süredir kabul görmüş bir kavramdır. Bu yaklaşımın herkes için kabul edilmiş genel bir tanımı bulunmamaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımı kapsamında organizasyonlar; çalışanlarının sosyal haklarını, çalışanlarının kariyer gelişimlerini desteklemelerini, toplumsal ve çevresel etkiler yaratan faaliyetlerine yönelik çeşitli uygulamalar geliştirmektedirler (Doğan, 2021: 19).

### 1.3.1. Kurumsal Sürdürülebilirliğin Boyutları: Üçlü Sistem Yaklaşımı

Sürdürülebilirlik kavramının en çok kabul görmüş boyutlandırma yaklaşımı olan üçlü sistem yaklaşımı 1997 yılında John Elkington tarafından ortaya atılmıştır. Tüm dünyada en etkili yaklaşım olarak anılmaktadır. Bu düşüncenin özünde. Sürdürülebilirlik, ekonomik refah, çevresel kalite ve sosyal eşitliğin aynı anda sağlanması fikri yatmaktadır (Correia, 2019: 30; Taticchi ve Demartini, 2021: 68). Bu üç boyutlu sistem yaklaşımı, organizasyonların ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını temsil eden kâr, gezegeni ve insanları aynı anda, eşit önem vererek ele alması gerektiğini savunur. Şekil 2’de kurumsal sürdürülebilirliğin üçlü sistem yaklaşımı gösterilmektedir (Wilson, 2015: 440).



Şekil 2. Kurumsal Sürdürülebilirlik: Kesişen Kümeler Modeli

Kaynak: Allan vd., 2008: 58

Bir işletme sürdürülebilirlik performansının tüm bu boyutlarını yönetebiliyorsa sürdürülebilir olarak kabul edilebilir. Her şeyden önce kâr, sağlıklı bir işletmenin ön koşuludur ve bu nedenle, bir işletmenin toplum ve çevre üzerinde sahip olabileceği olumlu etkinin sağlayıcısıdır. İkinci olarak, üç boyutlu sistem yaklaşımının sosyal boyutu müşterilerin sağlık ve güvenliğini, çalışanların refahını ve genel olarak toplumun korunmasını sağlar. Son olarak, üç boyutlu sistem yaklaşımının üçüncü boyutu olan çevre, gezegenin korunması ile ilgilidir. Gezegen hem insanlara hem de şirketlere ev sahipliği yapmaktadır. İşletmeler dikkatlerini gezegene odaklanmayı ve çevrenin kirlenmesini önlemeye vermeyi öğrenmezlerse sadece dünyaya değil, kendilerine de zarar verirler. Bu boyut, sadece kirlilik sorununu değil, aynı zamanda malzeme, sınırlı doğal kaynaklar ve enerji tüketimini de ele almaktadır (Taticchi ve Demartini, 2021: 69).

Sürdürülebilirliği ve üç boyutlu sistem yaklaşımını tanımlamak için daha büyük kitlelerce kabul edilmiş olan model, Venn diyagramı açıklaması olarak da adlandırılan kesişen kümeler modelidir. (Lee, 2007: 68).

### **1.3.1.1.Çevresel Sürdürülebilirlik**

Günümüzde insan nüfusu hızlı bir şekilde 8 milyar kişiye ulaşmak üzeredir. Bu durum dünya üzerindeki tüm toplulukları kıt olan doğal kaynakları bilinçli ve sorumlu bir şekilde kullanmaya zorlamaktadır. Bu kaynakların kullanımı konusunda alınan tüm kararların ve atılan adımların gelecekteki toplumların yaşam koşulları düşünülerek yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle toplumların temel yaşam gereksinimleri temin edilirken tüm yaşam şekillerini riske atmayan tüketim stratejileri geliştirilmek zorundadır (Tarı, 2021: 16).

Önceki akademik çalışmalar incelendiğinde ekolojik sürdürülebilirlik ile çevresel sürdürülebilirlik kavramlarının eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir. “Çevresel” sözcüğünün anlaşılması ve kullanılması, genel olarak doğal sistemler üzerindeki bir çeşit insan etkisi ile ilişkilendirilme eğilimindedir. Bu yaklaşım, onu bir sistem içindeki öğelerin karşılıklı bağımlılığı kavramı olarak tanımlanan “ekolojik” sözcüğünden ayırır (Morelli, 2011: 4).

Çevresel sürdürülebilirlik, dengeli kaynak temeline dayalı olarak yenilenebilir doğal kaynak sistemlerinin ve çevresel varlıkların yoğun bir şekilde tüketilmesini önlemeyi amaçlayan bir sistemdir (Ömeroğlu, 2020: 75).

Sürdürülebilirlik kavramının çevresel unsuları, çevresel sürdürülebilirlik alt başlığı kapsamında incelenir. Çevresel sürdürülebilirlik, yeryüzündeki tüm yaşam şekillerinin, yani ekosistemlerin yapılarına olumsuz bir şekilde temas etmeden, canlı çeşitliliğine zarar vermeden, toplumların ihtiyaçlarının dengeli bir şekilde karşılanmasıdır. Sürdürülebilir bir çevre, sürdürülebilir sosyal ve ekonomik yapının ön koşuludur denilebilir (Değirmenci, 2021: 15). Çevresel sürdürülebilirlik boyutunun amacı, doğal ve ekolojik sistemleri muhafaza ederek, doğal dengenin sağlanmasıdır. Özet olarak, amaç doğal sistemlere sahip çıkmaktır (Fidanoğlu, 2021: 25).

Çevresel sürdürülebilirlik boyutunun ortaya çıkışının; Donella H. Meadows, Jorgen Randers ve Dennis L. Meadows'un "Büyümenin Sınırları" isimli yeni çevresel yaklaşımı ve çevresel unsurları ön planda tutan eseri ile gerçekleştiği söylenebilir (Turner, 2008: 397). Bu eserde dünya nüfusunun bu eserin ortaya çıktığı zamandaki hızıyla artışının devam etmesi durumunda, hayatın mevcut finansal yapılarla sürdürülebilir bir dünyanın mümkün olmayacağından söz edilmiştir. Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasında karşılaşılabilecek birçok zorluk vardır. Ekosistemi korumakla yüksek yaşam kalitesini garanti altına almak arasında birçok problemle karşılaşılabileceği fakat bireyler ve örgütler birlikte hareket ederse çevresel sürdürülebilirliğin imkansız bir hedef olmadığından da bahsedilmektedir. (Gómez – Baggethun ve Naredo, 2015: 385).

Tablo 3'te de görüldüğü üzere Dünya Ekonomik Forumu'nun 2019 yılında listelediği "Dünya Küresel Risklerin Olasılıkları" sıralamasında yer alan başlıkların ilk üç sırasında çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili sorunlar yer almıştır ve bu sorunlar tahrip edici etkilere sahip hava olayları, iklim hareketleri başarısızlığı ve insanların çevreye verdikleri zararlar şeklinde yer verilmiştir. Aynı şekilde beşinci sırada da canlı çeşitliğinde azalmalar adlı konuya yer verilmiştir (Asgary vd., 2020: 60).

**Tablo 3.** Dünya Küresel Risklerinin Olasılıklarına Göre Sıralanması

<b>ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</b>	Tahrip edici etkilere sahip hava olayları
	İklim hareketleri başarısızlığı
	İnsanların çevreye verdikleri zararlar
	Enfeksiyon ve bulaşıcı hastalıklar
	Canlı çeşitliliğinde azalmalar
	Dijital güç yoğunluğu
	Teknolojik eşitsizlik

Kaynak: Doğan, 2021: 26

Dünya, kaynaklarını belirli bir sürede belirli bir döngü ile oluşturup yerine koymaktadır. Günümüzde toplumlar doğal kaynakları o kadar hızlı ve bilinçsiz bir şekilde sarf etmektedir ki, doğal sistemler kaynakları yenilemek için bu hıza yetişememektedir. 1960'lı yıllarda çevre üzerindeki olumsuz etkilerin kontrolden çıkmaya başlamasından bu yana, çevresel sürdürülebilirliğin nasıl kavramsallaştırılabileceği ve ölçülüp kontrol altına alınabileceği konusunda organizasyonlar tarafından nasıl bir strateji ve politika izlenmesi gerektiği hakkında birçok uygulama ve çalışma tasarlanıp uygulamaya konmuştur (Ersoy, 2021: 24).

Çevresel boyutta sürdürülebilir bir organizasyon, kendisini doğal sistemlerin bir ferdi olarak görür. Üretime konu olan doğal unsurları alarak mal ve hizmet haline getirir ve kaynak israfına fırsat vermeden kaynakların sürdürülebilir bir şekilde etkin kullanılmasını sağlar (Alba – Hidalgo vd., 2018: 447). Ayrıca kaynakların, geri dönüştürülerek başka üretim süreçlerinde girdi olarak kullanılmak üzere kazanımlarının sağlanmasını teşvik eder. Organizasyon içinde ve organizasyon dışındaki tüm paydaşları ile ortak hareket ederek karşılıklı olarak çevre bilincini artırmayı hedefler (Evangelista vd., 2018: 1628). Çevresel boyutta sürdürülebilir organizasyonlar, doğal sistemlerin meydana gelişinin altında bir oranda tüketimin olduğu ve çevre dostu ürünlerle yerine konabilen doğal kaynakları kullanırlar. Atmosferde toplanan emisyonları, çevresel sistemlerin bu emisyonları yok etme kapasitesinin altında bir oranda ortaya çıkarırlar. Özet olarak, çevreyi tahrip edici, geri dönüşü zor olan eylemlerde bulunmazlar (Sarkis ve Zhu, 2017: 744).

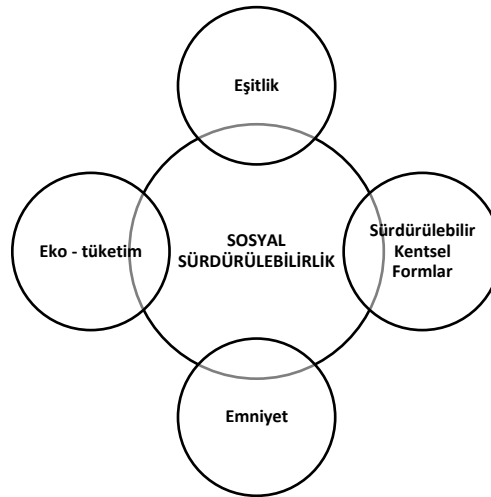
Çevresel sürdürülebilirlik boyutundan bakıldığında, asıl mesele çevre – verimlilik ve çevre – etkinliktir. Çevresel – etkinlik, çevresel tahribata yol açan mevcut faaliyetlerin sonlandırılması anlamına gelmektedir. Doğal sistemleri taklit ederek bir sürecin atık ürünlerinin diğer süreçler için hammadde olarak girdi haline getirildiği sağlıklı sistemler tasarlamak gerekmektedir (Caiado vd., 2017: 892). Özetlemek gerekirse, çevre – etkin bir dönüşüm döngüsü düşük seviye atık yaratır. Yeterlilik, optimum miktarda mal ve hizmetin sağlık, gönenc, mutluluk için yeterli oranda tüketilmesi, müfrit tüketiminden kaçınılması ve tüketim sarfiyatının yoksulluk sınırına yaklaşmamasını ifade etmektedir. Hem çevre – etkinlik hem de yeterlilik, iş dünyasında ve toplumda daha çok çevresel avantaj oluşturmak için çevresel sürdürülebilirliği ana politika ve strateji olarak gören unsurlardır (Carvalho vd., 2017: 75).

### 1.3.1.2.Sosyal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramının sosyal boyutunu tanımlamanın bazı zorlukları vardır. “Sosyal” sözcüğüne birçok farklı anlamlar yüklenmiştir. Oxford Özlü İngilizce Sözlüğü’nde hem isimlere hem de sıfatlara atıfta bulunan yedi farklı tanım bulunmaktadır (Dempsey vd., 2011: 290). Sürdürülebilirlik Kalkınma’nın üç boyutu arasında önemli örtüşme alanları bulunduğu için tamamen sosyal konuların diğer boyutlardan ayrıştırılması güçtür. Bu örtüşmeler özellikle istihdam ve işsizlik başta olmak üzere, her iki boyutla da ilgili olduğu düşünülen birçok konu ile ekonomik ve sosyal boyutlar açısından belirgindir (Vallance vd., 2011: 342).

Sosyal boyut, eşitlikçi, saygılı, düşünceli, güvenli, hür ve doğal sistemlere zarar vermeden onunla uyum içinde bulunmayı ifade eder. Ayrıca alt konusu olan sağlık ve güvenlik kavramları da genel olarak çalışma koşullarını içerir, standart ve sorumluluklar çerçevesinde düzenlenir (Arslan, 2021: 11). Sürdürülebilirlik konusu, sadece ‘doğal’ süreçlerle ilgili değil, aynı zamanda toplumun doğa ile etkileşimlerini ilgilendiren sosyal süreçleri anlamakla da ilgili olduğundan, bu, sürdürülebilirliği sosyal bilimler için oldukça zorlu hale getirir. Sosyal sürdürülebilirlik, sosyal adalet, cinsiyet eşitliği, siyasi katılım ve bunlara benzer sosyal yapılarla ilgili sosyal kaygılarla bağlantılıdır (Grießler ve Littig, 2005: 72).

Şekil 3, kavramsal çerçeveyi ve teorik öncüller ve bileşenler de dahil olmak üzere sosyal sürdürülebilirlik boyutunun ana kavramlarını özetlemektedir. Eşitlik kavramı, eşit olmayan politikaları önlemeyi ve sürdürülebilirlik yönetiminde halkın katılımını teşvik etmeyi amaçlar. Bu çabalar, sırayla yabancılaşmayı azaltabilir ve uygarlığı, toplumu ve bölgesel aidiyet duygusunu geliştirebilir. Genel olarak sürdürülebilirliğin emniyet konusu sosyal sürdürülebilirlik için özel bir öneme sahiptir. Sadece güvende olma hakkını değil, gelecekteki zayıfları ve fiziksel zararları önlemek için tüm uyum ve güvenlik önlemlerini alma hakkını ifade eder. Eko – tüketim kavramı, sosyal ve çevresel açıdan sorumlu yollarla ve bu yönde değer kazanma, tüketme ve üretme biçimlerini ifade eder. Bu kavram, tüketimi mümkün olduğunca azaltma politikaları açısından bir toplumun çabaları ve hissettiği sorumluluk ile ilgilidir. Sürdürülebilir kentsel formlar, sosyal olarak arzu edilen kentsel ve topluluk fiziksel formlarının fiziksel boyutlarıdır. Arzu edilen bir fiziksel form, diğer çevresel hedeflerin yanı sıra bir topluluk, güvenlik, sağlık ve bölgesel bağlılık duygusunu teşvik etmelidir (Eizenberg ve Jabareen, 2017: 77 – 78).



**Şekil 3.** Sosyal Sürdürülebilirlik Kavramı  
Kaynak: Eizenberg ve Jabareen, 2017: 78

Sosyal sürdürülebilirliği tanımlamanın anahtarı, sosyal değerlerin tanımında ya da araştırmacıların çoğunluğunun üstünde durduğu “sosyal sermaye” konusunda yatmaktadır. Sosyal sermaye, insanı ilgilendiren sosyal sistemlerde etkili bireysel ve kolektif eylem potansiyelini artıran, paylaşılan bilgi ve ilgili organizasyon ağlarından (örneğin; hükümetler, yargı otoriteleri, ordular, sağlık sistemleri, bankacılık sistemleri, eğitim sistemleri, sivil toplum kuruluşları vb.) oluşur. Şeffaflık, adalet, denge, eşitlik, esenlik, sağlık ve güvenlik gibi değerler bu bağlamda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sosyal sürdürülebilirlik, bu değerlerin gelecek nesiller için korunması, teşvik edilmesi ve muhafaza edilmesini sağlamanın bir yolu olarak tanımlanabilir. Buna insan hakları, çeşitliliğin korunması, sağlık ve güvenliğin sağlanması ve teşviki ve nesiller arası eşitlik de dahildir. Sosyal sürdürülebilirliğin konusu, gelecek nesiller için neyin korunmasının gerektiği ve bunun nasıl yapılacağıdır (Widok, 2009: 43).

**Tablo 4.** Sosyal Sürdürülebilirliğin Konuları, İşlevleri ve Uygulamaları

Konu	Teorik Öncül	Ana Bileşenler
<b>Emniyet</b>	Risk, toplumsal sürdürülebilirlik çerçevesinin ontolojik temelidir. İnsanlar ve insanlar dışındaki canlılar için emniyet, güvenlik, sürdürülebilirlik ve özellikle toplumsal sürdürülebilirliğin temel şartıdır.	<p><b>a.</b> Risk ve belirsizliklerle başa çıkmak için uyum önlemleri</p> <p><b>b.</b> Kentsel kırılma matrisi: Riskin toplumsal ve demografik boyutlarını anlamak</p>
<b>Eko – tüketim</b>	Gelecekteki riski azaltmak ve yerel ve küresel çabaları azaltmaya yardımcı olmak toplumun sorumluluğudur.	<p><b>c.</b> Etki azaltma önlemleri</p>

**Tablo 4.** Sosyal Sürdürülebilirliğin Konuları, İşlevleri ve Uygulamaları – *devamı*

Konu	Teorik Öncül	Ana Bileşenler
<b>Eşitlik</b>	Toplumsal, ekonomik ve doğal sistemler için adaletsizlik, iklim değişikliği tehditleri ve belirsizlikleriyle başa çıkma çabalarının yanı sıra toplum için de risk teşkil etmektedir. Daha adil politikalar ve daha az eşitsizlik, insanların yaşam alanlarına yabancılaşmasını azaltır, kırılganlıklarla baş etme becerilerini geliştirir ve uygulanabilir çevresel hedeflerin gelişimini teşvik eder.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tanıma</li> <li>b. Yeniden dağıtım</li> <li>c. Katılım</li> </ul>
<b>Sürdürülebilir Kentsel Formlar</b>	Fiziksel kentsel form, güvenlik ve toplumsal gündemlere ulaşmak için çok önemlidir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Yapılaşmanın göze hoş görünümü</li> <li>b. Karışık arazi kullanımları</li> <li>c. Çeşitlilik</li> <li>d. Temiz enerji</li> <li>e. Pasif güneş tasarımı</li> <li>f. Yeşillendirme</li> <li>g. Sürdürülebilir ulaşım</li> <li>h. Yenileme ve kullanım</li> </ul>

Kaynak: Eizenberg ve Jabareen, 2017: 79

Kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan akademik çalışmaların çoğunluğunda sosyal sürdürülebilirliğin temel boyutları olarak erişilebilirlik, güvenlik, sosyal uyum, yaşam kalitesi, aidiyet, eşitlik, insan hakları ve yoksulluk kavramlarıdır (Hacıoğlu, 2020: 26). Sosyal açıdan sürdürülebilir bir organizasyon, insan kaynakları yönetimine ilişkin yeteneklerini geliştirme ve yetkin çalışanlarını elde tutma gibi yönetim stratejileri ile paydaşlarından onay alarak değer yaratırken, sosyal sorumluluk ile ilgili hizmetleri ile de toplumun refahına katkıda bulunur (Özdarak, 2021: 18). Sosyal boyut, adil, saygılı, güvenli, özgür, insanlığa ve çevreye katkıda bulunmayı ifade eder. Ayrıca sağlık ve güvenlik kavramı genel olarak çalışma koşullarını ifade etmekte, standartlar ve sorumluluklar içermektedir (Arslan, 2021: 11).

Tablo 4 özetlenecek olunursa, sosyal sürdürülebilirlik tüketim, gelir, eğitim – öğretim, tecrübe edinimi ve iş gibi bireysel kazanımlara odaklanırken, kurumsal sürdürülebilirlik demokrasi, cinsiyet eşitliği veya bilgi kaynaklarına şeffaflıkla erişim hakkı gibi insanlar arası süreçleri konu edinir (Eizenberg ve Jabareen, 2017: 80).

### 1.3.1.3. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramı, kalkınma bilimi ile ilgili gelecekte meydana gelecek olan gelişmeleri etkilemeye devam etmektedir. Sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan en iyi seçimlerin toplumun meselelerini göz önünde bulunduran ve maddi olarak uygun, mali ve sosyal açıdan adil, benzer şekilde sosyal ve çevresel olarak tolere edilebilir olanlardan yana olacağı ortadadır (Özçelik, 2013: 4988). Bu bakış açısı, sürdürülebilirliğin, çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarını birbirine bağlayan yani üçünü de kapsayan bir bakış açısıdır (Gedik, 2020: 197). Dünyadaki finansal alanlardaki son gelişmeler iş dünyası için birçok belirsizlik yaratmaktadır. Bu da işletmelerin üzerinde, piyasada rekabet halindeyken, işlerinin devamı ve verimliliği için stratejilerini yeniden tasarlama baskısı oluşturmaktadır (Gültekin, 2021: 49).

Ekonomik sürdürülebilirlik kavramı için yapılmış ilk tanımları finansal sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkilendirebiliriz. Finansal sürdürülebilirlik; ekonomik sürdürülebilirliğin tanımına gelir kavramının dahil edilmiş şeklidir. Yani finansal sürdürülebilirlik bir bireyin başta olduğu şekilde belirli bir süre çizgisinde tüketebildiği maksimum miktar olarak tanımlanmıştır (Arcagök, 2021: 34).

Ekonomik sürdürülebilirlik, İşletme biliminde en küçük ekonomik birim olan işletmelerin varlık sebebi olan kârlılıklarını en üst seviyeye taşımak üzere, ekonomik başarımlarını sürdürülebilir hale getirilmesi ve sektördeki ve hatta pazardaki konumunu koruması anlamına gelmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik işletmelerin toplumsal faydayı göz önünde bulundurarak, erişmek istenilen kârlılık ve büyüme hedeflerini terk etmemesi olarak da değerlendirilebilir (Kurnaz ve Kestane, 2016: 283). Bir başka açıdan ekonomik sürdürülebilirlik, mal ve hizmetlerin devamlılık şartlarına göre üretilebilen, sanayi ve tarım üretimine zarar veren sektörlerin dengesizliklerinden sakınan, iç ve dış borçların idare edilebilirliğini sağlayan bir sürdürülebilirlik boyutudur (Yılmaz, 2019: 63).

Ekonomik sürdürülebilirlik, bir organizasyonun ekonomik unsurların uygulanabilirliğini çevrenin korunması ve sosyal unsurların sürdürülmesi gibi etik ilkelere uyumlu hale getirmekle ilgilidir. Bu yaşam döngülerinin çevresel ve sosyal bedellerini de temsil etmelidir. Yeni kalkınma düzeninde ekonomik büyüme çevresel ve sosyal bakış açısını da içermelidir. Tamara Oherenko'ya göre, "ekonomik büyüme, kullanılan üretim faktörlerindeki orantılı bir artış nedeniyle ekonomik sistemde üretilen



ürün ve hizmetlerin hacmindeki bir artış olarak anlaşılmalıdır” (Kuhlman ve Farrington, 2010: 3437).

Geçmişte yaşanan ekonomik krizlerin sonuçlarına bakıldığında toplum için gerekli olan ekonomik kalkınmanın sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi gerektiği ifade edilebilir. Ekonomik büyüme fikri, onlarca yıldır küresel politikaların temel hedefiydi. Ekonomik kalkınma ile sürdürülebilirlik arasındaki dengeyi korumak oldukça zordur. Sürdürülebilirlik fikrinin ekonomik boyutu sadece enflasyon, gayri safi milli hasıla veya kâr ile ilgili olmayıp daha geniş bir anlamı olan bir kavramdır. Tüketim konusu, üretim ve dağıtımını kapsayan bir kavram olması nedeniyle sürdürülebilirlik için kritiktir (Çetin ve Pamukçu, 2019: 21).

Sürdürülebilir kalkınmanın temel amaçlarından biri, ekonomik refahın birçok kuşak için eşit bir şekilde dağıtılmasıdır. Ayrıca yenilenemeyen doğal kaynakların tüketimine bağlı ekonomik kalkınmadan yenilenebilir kaynaklarla sağlanan kalkınmaya geçiş amaçlanmaktadır (Gazibey vd., 2014: 517).

Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik boyutu temel olarak insanlığın refahının artırılmasını içerir. Geleneksel kalkınma kavramı, topluma ekonomik fayda sağlayan ekonomik ilerleme ile ilgiliydi (Gürlük, 2010: 86). Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı ise geleneksel kalkınmadan farklı olarak daha uzun vadeli konulara odaklanır ve doğal kaynakların bozulması nedeniyle meydana gelen ekonomik kayıpların fark edilebilmesi için mevcut bakış açısını değiştirmeyi amaçlar. Böylece uzun vadede sürdürülebilir kalkınma fikrinin ekonomik açıdan önceki kalkınma modellerine göre daha elverişli olduğu anlaşılacaktır (Günaydın, 2021: 9 – 10).

Sorumlu bir ekonomi için sürdürülebilir kalkınmanın birçok zorluğu vardır. Bu zorlukların geneli sürdürülebilir kalkınmanın diğer iki boyutu olan çevresel ve sosyal sürdürülebilirlikten kaynaklanmaktadır. Bu alanda başarılı olmak için birkaç öneri vardır (Zubko, 2021: 7):

- Kâr ve servetin daha adil dağılımı için yenilikçi ve etik iş uygulamaları geliştirmek,
- Ürün ve hizmetlerin fiyatlarına sosyal ve çevresel maliyetleri eklemek,
- Yerel ekonomik altyapıyı geliştirmeyi amaç edinen uygulamalar tasarlamak.

Alternatif uygulamalar da önerilmektedir (Geissdoerfer vd., 2017: 758; Korhonen vd., 2018: 3785; Zubko, 2021: 7):

- Döngüsel ekonomi: yeni bir ürün üretmek yerine bu üretimi azaltın, eski haline getirin, geri dönüştürün, onarın.
- Fonksiyonel ekonomi: Bir mal ya da hizmet almak yerine kullanımı için belirli bir ücret karşılığında dış bir kaynaktan hizmet alın. Örneğin; araba kiralama, kilometre başına lastik kiralama, fotokopi hizmetleri gibi.
- Paylaşım ekonomisi: İnsanlar arasında yeni mübadele biçimleri (değişim, takas, kiralama) yoluyla kaynakların (beceri, zaman, para vb.) paylaşımına dayanan konut veya toplu kullanıma konu olan malların ortak kullanımı.

**Tablo 5.** Ekonomik Sürdürülebilirliğin Alt Konuları

Boyut	Alt Konuları
<b>EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Müşteriler</li> <li>• Kazanç, değer yaratma ve hissedarlar</li> <li>• Satın alma faaliyetleri</li> <li>• Patentler ve fikri mülkiyet</li> <li>• Hammaddeler</li> <li>• Kalite standartları</li> <li>• Tedarik zinciri ve lojistik</li> <li>• Sürdürülebilirlik indeksleri</li> <li>• Yükümlülükler, antitröst, yolsuzluk ve rüşvetle mücadele</li> </ul>

Kaynak: Labuschagne vd., 2005: 375

Tablo 5’te ekonomik sürdürülebilirlik altında ele alınan alt konular yer almaktadır. Bir organizasyonun ekonomik sürdürülebilirliği, standart muhasebe uygulamalarının bir parçası olan hisse başına düşen kazanç tablosunda kazanç değeri olarak kullanılan kâr değeridir. Bir organizasyonun geleneksel kârlılık performansını değerlendirirken, muhasebeciler çok sayıda sayısal veriyi bir araya getirir, kaydeder ve analiz eder (Guth vd., 2020: 34). Geleneksel muhasebe hesaplamasından bilinen sermaye, varlıklardan borçların çıkarılması ile hesaplanır. Bir işletme, varlıklarını gerçekleştirmediği ve yükümlülüklerini yerine getiremediği sürece, öngörülebilir bir gelecekte işletmenin varlığının devam edeceği varsayılmaktadır (Malyarets vd., 2019: 24). İşletme, sermaye yetersiz kaldığında iflasını ilan etse de sürdürülemez oluşu daha önceden meydana gelmiştir. Bununla birlikte ekonomik olarak sürdürülebilir bir işletme, hissedarlarının talep ettiği getirileri üretirken likiditeyi sağlamak için belirli bir süre boyunca nakit akışlarının yeterliliğini sağlayabilen bir işletmedir (Njoroge vd., 2020: 254).

### **1.3.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik Üzerinde Etkili Olan Yaklaşımlar**

Kurumsal sürdürülebilirlik, organizasyonların ve onların paydaşlarının güncel ihtiyaçlarını karşılarken, diğer yandan gelecekte muhtemel ihtiyaç duyacağı toplumsal ve doğal sistemlerin muhafaza edilmesini sağlayan organizasyon stratejileri ve faaliyetleridir (Yazıcı, 2010: 2).

Kurumsal sürdürülebilirlik, toplumsal ve doğal sistemler ile alakalı konuların organizasyonların stratejilerine, politikalarına, programlarına dahil edilmesidir. Kurumsal sürdürülebilirliği ekonomik, toplumsal ve doğal sistemlerle ilgili hedef ve değerlerin karşılıklı dengelerinin sağlanması için yapılan organizasyon uygulamalarının bir yönetim süreci olarak tanımlanmıştır. Organizasyonların yalnızca finansal konuları ile ilgili değil, toplumsal ve doğal sistemler ile alakalı konularının da göz önünde bulundurulmasını zaruri görmektedir (Taşkırmaz ve Bal, 2017: 472; Sak ve Dalgar, 2020: 175).

Kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, kurumsal sosyal sorumluluk ve paydaş teorileri birbiriyle yakından ilişkili yaklaşımlar içerir. Kurumsal sürdürülebilirlik felsefesini anlayabilmek için bu teorilerin incelenmesi yararlı olacaktır (Doğan, 2018: 85).

#### **1.3.2.1.Sürdürülebilir Kalkınma**

Son birkaç yüzyıldır, insanlığın küresel olarak ilerleme şekli dünyanın doğal sistemlerine ciddi bir şekilde zarar vermiştir. Doğal sermayenin tüketim oranı o kadar yüksektir ki, yeryüzü bu hızlı yok ediş ve tahribata tahammül edemez hale gelmiştir (Chichilnisky, 1997: 467). Bunun en gözle görülür nedeni, doğal sermayeye kolay ve kontrolsüz bir şekilde erişimimizi ve onu tüketmemizi sağlayan yeni teknolojilerdir. Teknolojinin de bu kötü ilerleyişe hizmet etmesinin temel nedeni de nüfus ve endüstriyel üretimdeki üstel büyümedir (Jabareen, 2008: 181). Bazı araştırmacılar şu an yaşamakta olduğumuz çağa çevre çağı adını vermişlerdir. Bunun sebebi, ekonomik, toplumsal ve teknolojik değişimlere bağlı olarak ekolojik bir dönüşümdür. Gezegendeki bu dönüşümün bireysel bir şekilde fark edilmesi zordur, ancak bilimsel gözlemlerle ortaya çıkarlar (Patzelt ve Shepherd: 2011: 632). Çevrenin korunmasının önemi gerçeği, sürdürülebilirlik ile ilgili adımların atıldığı ilk günkü kadar önemlidir. Fakat, 21. yüzyılda çevrenin korunması gerçeği, ekonomi ve sosyal kaygılarla birlikte ele alınması gerektiğini ortaya çıkarmıştır (Redclift, 2005: 212).

Hızlı ve kontrol edilemez bir ilerleme sadece doğal sistemleri değil, toplumsal sistemleri de etkilemiştir. Bu sistemler iklim değişikliği, bireyler arası anlaşmazlıklar, zenginlik konusunda yaşanan adaletsizlikler gibi önemli sorunlarla karşılaşmamıza neden olmuştur (Silvestre ve Tirca, 2019: 326). Medeniyetin ve bireylerin ilerlemesinin doğal sistemlere bağlı olduğunu ve onlar olmadan var olamayacağı küresel çapta kabul edildiği için doğal sistemlerin dengesi her ne olursa olsun korunmalıdır. Bu duruma göre, yeryüzünün yaşam şeklimizi, alışkanlıklarımızı ve ekonomik sistemlerimizi devam ettirebilmemiz için bizi daha ne kadar süre boyunca destekleyeceği sorusu küresel boyutta bir kaygıya sebep olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma felsefesi, bu kaygının üstesinden gelinerek ortadan kaldırılması sürecini organize etmemizi sağlar. Bu olumsuz gelişmeler, sürdürülebilir kalkınma kavramının doğmasına sebep olmuştur (Wichaisri ve Sopadang, 2018: 2).

Sürdürülebilir kalkınma kavramı tüm problemleri temelde doğal sistemler, ekonomi ve toplumu birlikte ele alan bir yaklaşımı benimser. Birçok yönetim yaklaşımı, piyasa kararları alınırken, doğal sistemlerin tahribat edilmesinin maliyetinin hesaplanmadığı ve ekonomik kararlara dahil edilmeyen hiçbir büyümenin yeterli olmadığını savunmaktadır (Matthew ve Hammill, 2009: 1119). Sürdürülebilir kalkınma terimi, ekonomik gelişimin, toplumsal ve doğal sistemler dikkate alınmaksızın sağlanmasının bir önemini olmadığını vurgular. Bu üç unsurun birlikte ele alınarak sağlanan gelişim, ekonomik gelişimi toplumsal ve siyasal gelişimi de beraberinde getirecektir (Griggs vd., 2013: 307).

Brundtland Raporu olarak da tanınan Ortak Geleceğimiz adlı raporda sürdürülebilir kalkınma ‘Gelecek toplumların kendi ihtiyaçlarını, isteklerini karşılama yeteneklerini ellerinden almadan günümüz toplumlarının ihtiyaçlarını karşılayan gelişmedir’ olarak tanımlanmaktadır. Sınırlılık teşkil eden unsurları içermesine karşın, bu tanım sürdürülebilir kalkınmayı mümkün kılmak için iki temel ilkeyi içerir (Hall vd., 2010: 441; Çamlıca ve Akar, 2014: 102). Bu ilkeler hem günümüz toplumunun bireylerinin arasındaki eşitlik, hem de günümüz toplumuyla gelecek toplumlar arasındaki eşitliktir. Toplumsal adalet ve ekonomik eşitlik, toplumlar arası eşitliği sağlamak için sürdürülebilir kalkınmanın önemli unsurlardır. Daha iyi bir hayat ve yoksulluğun üstesinden gelebilmek için sürdürülebilir kalkınmanın önerdiği tüm prensipleri uygulamaktan geçer (Barkemeyer vd., 2011: 16 – 17). Farklı nesillerdeki toplumlar arası hakkaniyet, gelecek nesillerin huzurunu ve mutluluğunu gözetmek, onların menfaatlerini

muhafaza etmek sorumluluğumuzdur. Bu konular, ortaya atıldığı günden itibaren sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir parçası olmuştur (Jickling, 2005: 251).

Sürdürülebilir kalkınma, toplumun küresel sınırlılıklarla uğraşırken refahı iyileştirebilmeyi amaçlayan bir şekilde düşünebilmesine yardımcı olur. Bu sınırlılıklar, mevcut teknoloji ve sosyal organizasyon tarafından tüketilen doğal sermaye ve biyosfer üzerindeki sınırları ifade eder. Sürdürülebilir kalkınma, doğal sistemleri tahrip etmeden kalıcı olarak iyileştirme sağlayarak toplumun uyum, güvenlik ve refah derecelerini en üst düzeye çıkarmayı amaçlar (Berke, 2002: 22). Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik, politik ve toplumsal yaşam için durağan, sabit yapılar yaratmayı ya da sabit özellikler belirlemeyi amaçlayan statik bir kavram değildir. Devam eden bir süreçtir ve özellikleri zaman ve şartlara göre değişir. Ulaşılması gereken bir zirve değil, artırılabilen dinamik bir kavramdır. Kavram, temel hedeflerin temel tanımına dayanan gücü sayesinde, siyasi ve entelektüel çevrelere geniş çapta yayılmıştır (Mitcham, 1995: 312 – 313).

### **1.3.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk**

Geçtiğimiz birkaç on yılda, kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik gibi kavramlar, farklı sektörlerdeki ve ülkelerdeki organizasyonlar için stratejik öncelikler olarak ortaya çıkmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğun araştırma gündemlerinde üst sıralarda yer alması, ‘sadece doğru olanı yapmak değil, aynı zamanda daha iyisini yapmaktır’ iddiasını savunan teorik ve yönetsel tartışmalara yol açmıştır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk müşteri memnuniyeti, yasal yaptırımlardan kaçınma, çalışan bağlılığı ve uzmanlıklarının geliştirilmesi gibi olumlu sonuçlar ortaya çıkarır, sürdürülebilir kalkınmanın tüm önemli yönlerini kapsadığı için sürdürülebilirliği popüler kılar. (Bux vd., 2020: 1729).

İş dünyası bağlamında, sürdürülebilir bir organizasyon, çevreyi korurken ve etkileşimde bulunduğu kişilerin hayatlarını iyileştirirken paydaşlarına fayda sağlayan bir birimdir. Toplum, ekonomik kalkınma ve çevrenin korunması arasındaki karşılıklı ilişkiler, sürdürülebilirlik kavramının bir parçasıdır (Meseguer – Sánchez vd., 2021: 1637). Öte yandan, bu alanda en çok kabul gören görüşlerden biri de Kurumsal Sosyal Sorumluluğu; organizasyonların sosyal ve çevresel kaygılarını ticari operasyonlarına ve paydaşları ile olan etkileşimlerine gönüllü olarak entegre ettikleri bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu perspektiften, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, hukukun sona erdiği yerde ortaya çıkar ve yalnızca iyi bir imaj veya kar optimizasyonu arzusunu değil, aynı

zamanda ekonomik, politik, sosyal, çevresel vd. sonuçları garanti eden şeffaf bir kaynak yönetimi stilini temsil eder (Sánchez – Hernández vd., 2021: 7921).

Bazı uluslararası kuruluşlar, kurumsal düzeyde Kurumsal sosyal sorumluluk tanımları oluşturmuştur (Ashrafi vd., 2020: 761). Avrupa Komisyonu, Kurumsal Sosyal Sorumluluğu, şirketlerin sosyal ve çevresel kaygıları ticari faaliyetlerinde ve paydaşlarıyla gönüllü olarak etkileşimlerinde bütünleştirdikleri bir kavramdır; sosyal sorumluluk sahibi olmak yalnızca yasal beklentileri yerine getirmek değil, aynı zamanda uyumun da ötesine geçmek anlamına gelir ve insan sermayesine, çevreye ve paydaşlarla ilişkilere daha fazla yatırım yapmak anlamına gelir (Lund – Thomsen, 2020: 1703).

Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), Kurumsal Sosyal Sorumluluğu, bir organizasyonun kararlarının ve faaliyetlerinin toplum ve çevre üzerindeki etkilerinden, şeffaf ve etik davranış yoluyla, sağlık ve toplumun refahı olmak üzere sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan sorumluluğu olarak tanımlar; paydaşların beklentilerini dikkate alır; yürürlükteki yasalara ve uluslararası davranış normlarına uygundur ve organizasyon geneline entegre edilir ve diğer organizasyonlarla ilişkilerinde uygulanır (Diez – Cañamero vd., 2020: 2156). Sürdürülebilir Kalkınma için Dünya İş Konseyi (WBCSD) için Kurumsal Sosyal Sorumluluk, yaşam kalitelerini iyileştirmek için çalışanları, aileleri, yerel topluluk ve genel olarak toplumla birlikte çalışarak sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaya yönelik iş taahhüdüdür (Okumuş vd., 2020: 387).

Literatürde en çok yer verilmiş olan tanımlardan biri Michael L. Barnett tarafından yapılmıştır. Barnett'a göre Kurumsal Sosyal Sorumluluk; kilit paydaşlarla ilişkileri güçlendirmek ve sosyal refahı iyileştirmek için ücretsiz olarak tahsis edilen işletme kaynaklarıdır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk, organizasyonların sosyal, ekonomik ve çevresel yönlerine odaklanarak sürdürülebilirliği teşvik etmek için yararlı bir araçtır (Barnett, 2007: 794). Aynı zamanda kurumsal vicdan, vatandaşlık, sosyal performans veya sürdürülebilir sorumlu iş olarak da bilinen kurumsal sosyal sorumluluk, bir iş modeline entegre edilmiş bir kurumsal öz – düzenleme biçimidir. Kurumsal sosyal sorumluluk; organizasyonun, hukukun ruhuna, etik standartlara ve uluslararası normlara etkin bir şekilde uyduğu, izlediği ve sağladığı, kendi kendini düzenleyen bir mekanizma olarak işlev görür (Medina – Muñoz ve Medina – Muñoz, 2019: 4).

Kurumsal sosyal sorumluluğun amacı, organizasyonun eylemlerinin sorumluluğunu üstlenmek ve çevre, tüketiciler, çalışanlar, topluluklar, paydaşlar ve kamusal alanın diğer tüm üyeleri üzerindeki faaliyetleri aracılığıyla olumlu bir etkiyi teşvik etmektir. Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk odaklı organizasyonlar, toplumsal büyümeyi ve gelişmeyi teşvik ederek ve yasallığı ne olursa olsun, kamusal alana zarar veren uygulamaları gönüllü olarak ortadan kaldırarak proaktif olarak kamu çıkarını destekleyecektir. Kurumsal sosyal sorumluluk, kamu yararının kurumsal karar alma sürecine kasıtlı olarak dahil edilmesi ve insan, gezegen ve kâr üçlüsünün onurlandırılmasıdır (Fontaine, 2013: 111). Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin değerlerini ve davranışlarını, yalnızca müşterilerin ve yatırımcıların değil, aynı zamanda çalışanların, tedarikçilerin, toplulukların, düzenleyici kurumların, özel çıkar gruplarının ve bir bütün olarak toplumun paydaşlarının beklenti ve ihtiyaçlarıyla nasıl uyumlu hale geldikleri ile ilgilidir (Sheehy ve Farneti, 2021: 5969).



**Şekil 4.** Archie B. Carroll'ın Piramidi  
Kaynak: Sheehy ve Farneti, 2021: 5969

Archie B. Carroll, kurumsal sosyal sorumluluğu, sosyal olarak sorumlu davranış veya faaliyet için aşağıdan yukarıya öncelik sırasına göre sıralanan dört sorumluluk katmanına bölmeyi önermiştir. Faaliyet kategorileri, ekonomik yükümlülüğün temellerinden, doruk noktasındaki etik ve hayırsever yükümlülükler yoluyla yasal hale gelmiştir (Jones vd., 2009: 303).

Şekil 4'te görüldüğü üzere temel olarak Carroll, bir organizasyonun ilk sorumluluk olarak ekonomik yönden uygun bir durumda olması gerektiğini, aksi takdirde var olamayacağını ve diğer sorumluluklara katkıda bulunamayacağını savunmuştur (Yelkikalan ve Köse, 2012: 293). Yani kurumsal sosyal sorumluluğu yürütmenin birinci basamağı sağlam bir ekonomik performanstır. İkinci sorumluluk aşaması, yasalara uyma yükümlülüğüdür. Organizasyonlar, ulusal ve uluslararası otoritelerin tüm toplum için belirlemiş olduğu kurallara uyma sorumluluğuna sahiptir (Moon ve Parc, 2019: 116). Yöneticiler ekonomik ve yasal sorumlulukları yerine getirdikten sonra dikkatlerini etik sorumlulukları yerine getirmeye çevirebilirler. Carroll, bu düzeydeki sorumluluğun, hem zarara karşı olumsuz bir yasaklama hem de diğer taraflara adil davranmak için pozitif bir adalet sağlama özelliğine sahip olduğunu belirtmiştir. Son sorumluluk seviyesi hayırseverlik sorumluluklarıdır (Berger – Walliser ve Scott, 2018: 174). Yöneticiler diğer üç sorumluluk seviyesini tamamladıktan sonra dikkatini bu aşamaya ilişkin sorumluluklara çevirebilir. Toplumun tüm seviyeleri için yaşam kalitesini artırma amaçlı gönüllü faaliyetler gerçekleştirebilir (Fordham ve Robinson, 2018: 3).

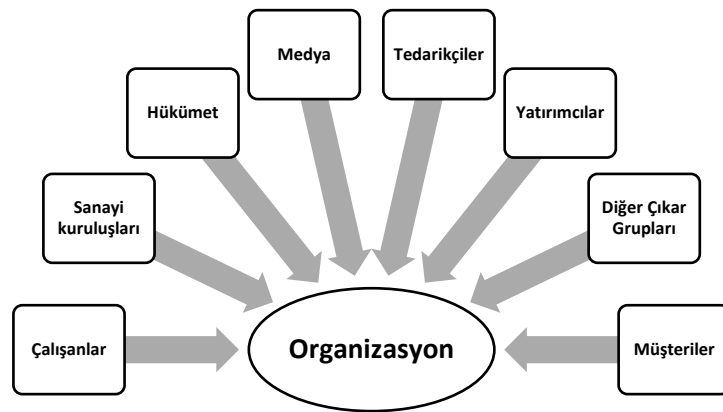
### 1.3.2.3. Paydaş Teorisi

'Paydaş' sözcüğü (Fransızca 'partie prenante') araştırmacılar ve halk tarafından farklı farklı şekillerde kullanılmaktadır. Daha geniş kullanımıyla, kamusal yaşamda 'vatandaş' kelimesine eşdeğer genel bir terimdir. Uzmanlar için hissedar olmayan kişileri de ifade eden bir kelimedir (Freudenreich vd., 2020: 4). Aslında 'partie prenante', tam bir çeviri yapılacak olursa 'hissenin sahibi' ifadesi elde edilmektedir. Yani dar anlamıyla, bir şeyde hisse sahibi olan daha geniş anlamıyla da bir şeye katılan kişi anlamına gelmektedir. Ancak varlığını sürdürme konusu hangi tarafın bakış açısı ile ele alınmalıdır? Firma bakış açısı ile mi yoksa paydaş bakış açısıyla mı? Bu nedenle bazı Frankofon yazarlar 'partie interessee (ilgili taraf)' veya 'ayant droit (hak sahibi)' terimlerini tercih etmektedirler (Valentinov vd., 2019: 827). İngilizce paydaş (stakeholder) terimi, hissedarlar da dahil olmak üzere karı paylaşan grupları belirten bir sözcüktür. İngilizcedeki karşılığı hissedarlar dışındaki grupların da söz sahibi olabileceğini ve işletmenin faaliyetlerindeki paylarının ve menfaatlerinin tanınması gerektiğini belirtir. İşletmenin varlığını sürdürebilmesi için vazgeçilmez olan ve kendisine fikri sorulan veya karar alma süreçlerine veya arbitraj süreçlerine doğrudan katılan bireyleri veya grupları tanımlar (Richter ve Dow, 2017: 429). Paydaş gruplandırma yaklaşımlarının en sık kullanılan biri Şekil 5'te verilmiştir. Resmi bir



şekilde “paydaş” terimi, ilk kez 1963 yılında Stanford Araştırma Enstitüsü’nde gerçekleşmiş bir konferansta, “bir organizasyonun varlığını sürdürebilmesi için bağımlı olduğu tüm gruplar” için kullanılmıştır. Ancak R. Edward Freeman’ın 20 yıl sonra araştırmalarında yer vermesiyle popüler hale gelmiştir (Sulkowski vd., 2018: 224).

Paydaş teorisi, kurumsal bir yönetim ve etik teorisidir (Phillips vd., 2003: 480). Değerlerin mutlaka ve açık bir şekilde iş yapmanın bir parçası olduğu varsayımıyla başlar. Karar alıcılardan, yarattıkları değer ortak duygusunu ve temel paydaşlarını bir araya toplayan unsurların ne olduğunu ifade etmelerini ister. Ayrıca karar alıcıları, nasıl iş yapmak istedikleri, özellikle kurumsal amaçlarına ulaşmak için paydaşlarıyla nasıl ilişkiler kurmak istedikleri ve yaratmaları gerektiği konusunda net bir yaklaşım belirlemeye zorlar (Freeman vd., 2004: 364).



**Şekil 5.** Paydaş Grupları

Kaynak: Mamun, 2013: 41

Paydaş teorisi, paydaşların, yönetsel karar alma süreçlerine dahil edilmesi için normatif ve araçsal bir temel sunmada etkilidir. Bir işletmenin ilişkisel ağlarını anlamamıza katkıda bulunur ve ilgili tarafları tanımak için bir çerçeve sunar ve menfaatlerini öncelik sırasına koymak ve alınacak kararlara entegre etmek için bir yol haritası sağlar. Paydaş teorisini uygulama konusunda en önemli nokta paydaşların tanımlanması aşamasıdır. Birçok organizasyonda gerekli önem verilmediği için paydaşların yüzeysel ve önemsiz bir kavram olarak anlaşılmasına neden olmaktadır (Crane ve Ruebottom, 2011: 77). Bir işletmenin paydaş bakış açısı, modern işletme literatüründe yaklaşım yarım asırdır varlığını sürdürmektedir. Hem kamu politikasına hem de iş kararlarına rehberlik etmek için kullanılmış olmasına rağmen, genel uygulanış şekli bağlamında genel bir fikir birliği yoktur (Barney ve Harrison, 2018: 203).

Paydaş teorisi, kurumsal sürdürülebilirlik kavramını açıklamak için başvurulan kurumsal teorilerin başında gelmektedir. Paydaşlar, organizasyonlarda doğrudan veya dolaylı menfaatleri olan taraflardır ve paydaş teorisi, bir organizasyonun sadece hisse sahiplerine odaklanması yerine tüm paydaşlar ile ilgilenilmesi gerektiğini vurgular (Aslan, 2020: 428). Organizasyonların paydaşları ile olan ilişkilerini çözümlemesi paydaş teorisinin ana konusunu oluşturmaktadır (Polat, 2008: 93).

Paydaşlar, kurumsal sürdürülebilirlik bağlamında en önemli unsurların başında gelmektedir (Littau vd., 2010: 18). Sürdürülebilirlik kavramı tabiatı gereği bütünlendiricidir. Üçlü sistem yaklaşımını bir organizasyonun performansını değerlendirme aracı olarak kullanmak bir organizasyonu tüm yönleriyle değerlendirmek anlamına gelir. Bu nedenle, bir organizasyonun üçlü sistem yaklaşımını ilgilendiren tüm unsurlarını ele almak, tüm paydaşların nasıl etkilendiğini ve tüm unsurları nasıl etkilediğini ortaya çıkarmak anlamına geldiğinden sürdürülebilirliğin üçlü sistem yaklaşımı ile paydaş teorisinin bir uyum içinde olduğunu gösterir (Montabon vd., 2016: 13).

Araştırmacılar tarafından incelenmeye başlandığı ilk yıllarda hakkında çok fazla tenkit olmasına rağmen, son yıllarda hem uygulamada sadık kalınmaya çalışılan hem de akademik literatürde en çok başvurulan teorilerden biri haline gelmiştir. Günümüz organizasyonlarını beklenti ve isteklerini bir şekilde etkileyen bu teori kurumsal sürdürülebilirlik alanının da en önemli unsurlarından birisi olduğu inkâr edilemez bir gerçektir (Ayrar, 2021: 83).

İşletmeler, kurumsal düzeydeki sürdürülebilirliğe katkıda bulunabilmek için hedef, strateji, politika, misyon ve vizyon oluşturma süreçlerine paydaşlarını dahil etmeli ve onlarla sürekli iletişim halinde olmalıdırlar. Kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları, doğrudan ve dolaylı tüm paydaşların anlayabileceği bir şekilde ifade edilmeli ve bu uygulamalara dair onlardan geri bildirim alınmalıdır. İşletmelerin, paydaşlarıyla olan iletişimleri ne kadar şeffaf, ilişkileri de ne kadar güçlü olursa ortak kurumsal menfaatler doğrultusundaki hedeflere olan mesafe o kadar kısa olacaktır. Bir işletme, tüm paydaşlarına karşı eşit mesafede ve aynı şeffaflıkta davranmalıdır. Kurumsal paydaş teorisinin işletmenin sürdürülebilirliğine katkısı, onu sürdürülebilir uygulamalarla sürdürülebilir ilerlemeye yönlendirmesidir (Korkmaz, 2020: 10).

### 1.3.3. İşletmeleri Sürdürülebilirliğe İten Sebepler

İşletmeler, sürdürülebilirlik esasıyla tasarlanmış uygulamaları süreçlerine entegre ettikleri zaman farklı konularda avantajlar sağlamaktadırlar (Gençoğlu ve Aytaç, 2016: 61). Kurumsal sürdürülebilirliğin; ekonomik başarımın artırılması, işletme maliyetlerinin azaltılması, çalışanların performansının artırılması, daha az girdi ile daha çok çıktı sağlanması, müşteri gözünde kurumsal imajın daha iyi hale gelmesi ve kurumsal bilinirliğin artması işletmeye kazanç olarak geri dönecek yararları mevcuttur (Tüm, 2014: 77).

Kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları kısa vadede işletmelere gözlerinde büyütebilecekleri kadar ciddi bir maliyet gibi görünse de uzun vadede önemli avantajlar sağlamaktadır (Saban vd., 2017: 113). İşletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için doğal sermayeye ihtiyaçları vardır. Hem bu sermayeyi etkin ve sürdürülebilir bir şekilde tüketerek işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamak hem de atıkların yeniden üretime kazandırılması ile maliyetlerde düşüş sağlamak, enerji tasarrufu sağlayarak işletme giderlerini düşürmek, doğal sistemlere duyarlı üretim stratejileri ve politikaları sayesinde elde edilen rekabet avantajıyla, aynı zamanda çalışan refahını ve mutluluğunu artıran etkin insan kaynakları yönetimiyle kurumsal sürdürülebilirliği hedef haline getirir (Önder, 2017: 939).

#### 1.3.3.1. Marka Değeri, İtibar ve Güven Sağlanması

Türk Ticaret Kanunu'na göre marka, bir müteşebbisin mal ve hizmetlerini, başka bir müteşebbisin mal ve hizmetlerinden farklılaştırmaya yarayan kendine özgü isimler, sözcükler, sayılar, şekiller, harfler, sesler, renkler vb. sembollerle ifade edilmiş şeklidir. Marka değeri, markanın bir işletmeye ve işletmenin müşterilerine mal ve hizmet yoluyla sağlanan değerini artıran veya azaltan aktifler ve yükümlülüklerin tamamıdır (Elmasoğlu, 2016: 83).

Kurumsal sürdürülebilirlikle, işletmelerin ilerleme faaliyetlerinde, büyüme modellerinde, gelecek toplumların yaşam normlarını, refah durumlarını göz önünde bulundurmaları, yaptıkları üretimlerle doğal sistemlere karşı duyarlı olmaları, doğal düzeni muhafaza etme çabaları, ürünlerin hammadde halinden ürün haline gelip dağıtımlarına kadar gösterdikleri duyarlılıktan, üretim yerlerinin özelinde veya işletme tesislerinin genelinde sağladıkları enerji tasarrufuna kadar yapılan tüm bu uygulamalar, işletmelerin marka değerine, markalarının farkındalığına ve markalarının itibarına

katkıda bulunmaktadır (Kuşat, 2012: 229). Kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları yapan işletmelerin marka imajları, marka değerleri artmaktadır. Marka değeri artan işletmeler rekabet halinde oldukları işletmelere karşı önemli bir üstünlük sağlamaktadır. Rekabet üstünlüğüyle daha geniş bir müşteri kitlesine sahip olan işletmeler daha fazla üretim yapma eğiliminde olurlar. Bu sayede daha fazla istihdam ihtiyacı doğar ve işletmeler bu sayede daha hızlı büyüme fırsatı bulurlar (Taşkırmaz ve Bal, 2017: 472).

### **1.3.3.2.Giderlerin Azaltılması**

Kârlılık, sınırlı olan doğal sermayenin uygun bir değerinde kullanıldığını göstermektedir. Fakat toplumun değişen koşullar karşısında yalnızca kârlılık kâfi olmamakta, işletmenin mevcudiyetinin sürdürülebilir bir duruma gelmesi gerekmektedir. İşletmeler varlıklarını daimî hale getirirlerse performansları ve dolayısıyla verimlilikleri artar, giderleri azalır ve daha kazançlı bir yapıya dönüşürler (Düzer ve Önce, 2017: 639).

İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri büyük oranda kâr sağlamalarına bağlıdır. Ekonomik performansın artmasının yanı sıra sosyal ve çevresel dönüşümlere uyum gösterebilen işletmeler, kârlarını daha uzun sürede devam ettirebilmekte ve daha uzun süre varlık gösterebilmektedirler (Göker, 2020: 198).

### **1.3.3.3.Çalışan Motivasyonunun Artması**

Kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımının öncelikli unsurlarından biri olan paydaşların en önemlilerinden biri çalışanlardır. Kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımında karar alma süreçlerine çalışanların katılımı söz konusudur. İşletme için alınan kararların hemen hepsinde çalışanların görüşleri alınarak hareket edilir. Bu sayede çalışanların motivasyonu ve kurumsal farkındalıkları artar (Tuna, 2014: 97).

Kurumsal sürdürülebilirliğin sosyal bileşeniyle ilgili yatırımlar yapan ve stratejiler geliştiren işletmeler, sorumlu insan kaynakları politikalarıyla, çalışanlarına yakışır çalışma koşulları sağlayarak, etkin ve verimli, performansa dayalı adil bir ücret politikasıyla hareket ederek değerlendirir, çalışanların kariyer hedeflerini göz önünde bulundurarak gelişimlerini destekler, mesai saatleri dışında motivasyon artırıcı etkinlikler düzenler ve huzurlu bir iş çalışma ortamı yaratır. Bu sayede çalışanların performansı artar ve verimlilik sağlanmış olur (Almasri, 2019: 35).

### **1.3.3.4.Tüketici Talepleri**

Uluslararası organizasyonların ve sivil toplum kuruluşlarının sorumlu sürdürülebilirlikle ilgili geliştirmiş olduğu strateji ve politikalar ile tasarladığı uygulamalarla toplumsal bilinç artmıştır. Tüketiciler, mal ve hizmetin üretimi sırasında doğal sistemlere yani çevreye zarar vermeyen, gelecek toplumların refahını, huzurunu ve mutluluğunu düşünen, yardım kuruluşlarına, sosyal sorumluluk alanında faaliyetler gösteren dernek ve birliklere destek olan, toplumsal fayda ve çeşitli alanlarda finansal destek sağlayan işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetleri satın alma eğilimindedirler (Kayıkçı vd., 2019: 80 – 81).

Tüketiciler, üretim sürecinde örneğin; doğal sermayeye yani su kaynaklarına, ormanların tahrip edilmemesini, insan sağlığına zararlı ürünlerin üretilmemesini, genetiği değiştirilmiş, daha çok verim almayı sağlayan zararlı ilaçlarla üretim yapılmamasını, tarihi, kültürel ve sosyal değerlerin işletmeler tarafından da muhafaza edilmesini talep etmektedir. Bu yönde faaliyet gösteren işletmelerin itibarı arttığı için tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir (Çetin ve Gül, 2018: 450 – 451).

Örneğin, otomobil şirketleri üretmekte oldukları yeni nesil araçlarda son teknoloji yakıt sistemleriyle doğal sistemlere yapılan tahribatın en aza indirildiğini ifade ettikleri reklamlar yapmaktadır. Büyük ve önemli bir kurumsal sürdürülebilirlik faaliyeti olan bu uygulama, tüketici talepleri sonucu ortaya çıkmıştır ve büyük otomobil şirketlerini bu şekilde uygulamalar yapmaya itmiştir (Kaya ve Uğurhan, 2019: 1103).

### **1.3.3.5.Yasal Zorunluluklar**

Uluslararası organizasyonlar, özellikle de Birleşmiş Milletlerin gerçekleştirmiş olduğu konferanslarda hükümetlerle birlikte işletme temsilcileri de davet edilmeye başlanmıştır. Bu sayede kurumsal sürdürülebilirlik disiplini daha geniş bir tabana yayılmaya çalışılmıştır (Konak, 2011: 154). Birleşmiş Milletlerin yaptığı çalışmalar bir tavsiye niteliği taşısa da işletmeler kendileri için rekabet üstünlüğü sağlaması, marka değerinin yükselmesi, maliyetlerde kayda değer bir azalma sağlaması ve dolayısıyla karlılığı artırması ve tüketicilerin isteklerinin bu yönde olması gibi unsurlar sebebiyle kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerine dokunmaya başlamışlardır (Binboğa, 2017: 208).

Joseph E. Stiglitz, “Ekonomistler, bireylerin ve organizasyonların dışsallıkları hesaba katmaları için teşviklerin nasıl daha etkili ve dikkat çekici bir şekilde oluşturulabileceği konusuna dikkatlerini vermişlerdir; çelik üretimi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, sebep oldukları çevre tahribatının hesabını vermeye ve ödemeye zorlanmalı ve beklenmeyen durumlara yol açanlar da ortaya çıkan yıkımı onarmalıdır (Özgül, 2018: 26).”

Birleşmiş Milletler kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını daha kalıcı hale getirmek için Kyoto Protokolü’ne katılım sağlayan taraflardan bazı yasal yükümlülükleri yerine getirmelerini talep etmiştir. Bu süreçten sonra katılım sağlayan ülkelerde yönetimler kendi iradeleriyle yasal düzenlemeler hazırlamışlardır. Örneğin, sera gazı salınımlarının azaltılması, mümkünse önlenmesi, atıklardan kaynaklanan tahribatların ve bu tahribatlara sebep olan işletmelere yüklenerek telafilerinin sağlanması gibi sorumluluklar işletmeleri kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarına iten önemli unsurlardır (Özgül, 2018: 68).

#### **1.3.3.6. Paydaş Beklentileri**

Günümüz ekonomik şartları içinde işletmelerin paydaşları çalışanlar, tüketiciler, müşteriler ve hissedarlardan daha fazlasından meydana gelmektedir. İşletmelerin rekabet içinde buldukları bireyler, kurumlar, tedarikçiler ve işletmenin tüm koşullarından doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkilenen toplumun tüm unsurları işletmelerin paydaşlarını oluşturmaktadır (Çetin vd., 2015: 11).

Kurumsal işletmelerin birçoğu halka arz edilmiş işletmelerdir. Yani faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ülkelerdeki ve merkezlerinin buldukları coğrafi bölgedeki piyasalarda hisse senetleri halka açılan firmalardır. Bu nedenle kurumsal olarak anılan işletmeler hisse sahiplerine, müşterilerine ve toplumun her kesimine karşı, gerçekleştirdikleri faaliyetler konusunda şeffaf olmaları gerekmektedir (Uzkesici, 2005: 78 – 79). İşletmelerin var oluş amacından da anlaşılacağı gibi en önemli paydaşlarının başında hisse sahipleri ve birlikte iş yaptıkları diğer paydaşları gelmektedir. Hisse sahiplerinin işletmeden en büyük beklentilerinden bir tanesi ekonomik ve kurumsal olarak büyümesini görmektir. Bir işletmenin büyümesi, rekabet edebilmesi, marka değerini güçlendirmesi, sürdürülebilir olması paydaşlarının öncelikli olarak arzu ettikleri bir durumdur (Arslan ve Albayrak, 2019: 468).

## İKİNCİ BÖLÜM

### HİZMET KALİTESİ

#### 2.1. Kalite Kavramı

Kalite, toplumlar tarafından çok eski zamanlardan bu yana farkında olunan bir kavram olmasına karşın, yüksek kaliteli mal ve hizmetlerin işletmeler açısından büyük bir önem taşıdığına farkına varılması uzun zaman almıştır. Bugün işletmeler, müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması için verimlilik, başarı ve maliyetin yanında kaliteyi de dikkate almakta, kalite seviyelerini sürekli olarak ileri taşıma çabası içindedirler (Turan vd., 2008: 58). Üretim ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler kaliteyi, iç ve dış paydaşların doyumunu sağlayan en önemli unsurlardan biri haline getirmiştir. Kalitenin önemi, maddesel ürünlerin ötesinde, hizmet, bilgi ve tecrübeyi de kapsayacak şekilde genişlemiş, eğitim, sağlık, sivil toplum kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları gibi birçok alana yayılmıştır (Demirsoy, 2017: 27).

Bugünkü koşullarda organizasyonlar, faaliyet göstermekte oldukları pazarın şartlarını gözetenek var olma mücadelesi sürdürürken kalite kavramı; kurumsal amaçlarının gerçekleştirilmesinde, rekabet koşullarına uyum sağlamaya çalışırken ve paydaşlarının ve en önemlilerinden birisi olan müşterilerinin taleplerinin arzu edildiği şekilde karşılanmasında stratejik, yani yol gösterici bir kavram olarak görülmektedir (Mergen, 1993: 25; Ertuğrul 2014: 3). Kalite kavramı, en temel şekliyle açıklanırsa ‘en iyi’ anlamına gelmektedir. Kaliteli bir ürün veya hizmetten söz edildiğinde ise akılda ilk olarak benzerlerinden üstün özelliklere sahip, yüksek fiyatlı bir ürün ve hizmeti çağrıştırmaktadır (Wicks ve Roethlein, 2009: 83).

Köken olarak Latince olan ‘qualitas’ ifadesinden türemiş olan kalite kelimesi; kullanıldığı ürün veya hizmetin nitelikleri itibariyle çok çeşitli tanımlarının olduğu görülmektedir (Box, 1983: 25). Buradan da kalitenin ürün veya hizmetlerin doğal bir niteliği olduğu söylenebilir. Bazı araştırmacılar, bir ürün veya hizmetin yapısının değiştirilmeden veya farklı bir ürün veya hizmetle yer değiştirmeden değiştirilemeyeceği görüşündedir (Akıncı vd., 2009: 64). Kalite kavramı, genel özellikleri itibariyle nesnel bir kavram olduğu için araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Dünya’nın hızlı bir şekilde değişmesi, rekabet ortamının sürekli dönüşmesi, kalite kavramı için genel, herkesçe kabul görmüş bir tanımının yapılmasını engellemiştir (Gülümser ve Koromaz, 2019: 77).

Kalite, günlük yaşamımızda, akademide, endüstride ve kamusal alanda birçok yoruma ve bakış açısına konu olmuş çok yönlü ve soyut bir yapıdır. Endüstride, çoğu organizasyonun köklü kalite departmanları vardır, ancak en iyi sonuçlar için kaliteli çalışmayı organize etme yöntemi hala sorgulanmaktadır. Kalite kavramının kökleri, özellikle müşterinin rolü açısından son yüzyılda önemli ölçüde üretim endüstrisine dayanmaktadır. Yıllar geçtikçe de kalite ve yönetimi ile ilgili yeni kavramlar ve yaklaşımlar önerilmektedir (Martin vd., 2020: 1 – 2). Kalite literatüründe yapılmış olan çok çeşitli kalite tanımları vardır. Bunlardan en çok kabul edilmiş olanlarından bazıları Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6.** Kalite Tanımlamaları

TANIM SAHİBİ	TANIM
F. W. Taylor (1990)	Kalite, kontrol edilebilen bir kavramdır.
Genichi Taguchi (1965)	Kalite, tasarım niteliklerine uygunluktur.
Philips Crosby (1979)	Kalite, bir ürünün müşterinin ihtiyaçlarıyla eşleşme derecesidir.
Armand V. Feigenbaum (1983)	Kalite, bir ürün veya hizmetin, üretim, pazarlama, mühendislik, onarım ve bakım işlemlerinden geçtikten sonra üstüne kattığı değerdir.
W. Edwards Deming (1986)	Kalite, müşterinin bugünkü ve gelecekteki gereksinimlerini sürdürülebilir bir şekilde karşılayabilmektir.
Koru Ishikawa (1997)	Kalite, hedef müşterin belirlemiş olduğu ürün niteliklerinin, üretimini yapacak olanların belirlemiş olduğu niteliklerle karşılaştırılmasıdır.
W. Edwards Deming (1998)	Kalite, işletmelerin ürettiği ürünlerin niteliklerinin ve performansının kalite şartlarına uygunluk derecesidir.
ISO 9001: 2015	Kalite, müşteri ihtiyaçlarının ve beklentileri ile kalite ile ilgili mevzuatları karşılayarak, müşteri memnuniyetini ileriye taşıma çabasıdır.
Amerikan Kalite Kontrol Derneği (2012)	Kalite, bir mal veya hizmetin belirli bir ihtiyacı karşılayabilme yeterliliğini ortaya koyan süreçteki unsurların tümüdür.

Kaynak: Uzunçakmak, 2021: 42

Amerikan Kalite Derneği’nin tanımına göre kalite; her kişinin kendi tanımına sahip olduğu öznel bir terimdir. Kusursuzu arayışın sistemselsel bir yaklaşımıdır (Taner ve Kaya, 2005: 354). Teknik kullanımda kalitenin iki anlamı vardır. Bunlardan ilki bir ürün veya hizmetin belirtilen veya ima edilen ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan



özellikler, ikincisi ise kusursuz bir ürün veya hizmettir. Edward Deming'e göre kalite, müşterinin bugün ve gelecekteki ihtiyaçlarına yönelik olmalıdır. Armand V. Feigenbaum, kalite için kullanılan ürün ve hizmetin müşterinin beklentilerini karşılayacağı pazarlama, mühendislik, imalat ve bakım ile ilgili ürün ve hizmet özelliklerinin toplam bileşimi olduğunu söylemiştir (Paşaoğlu, 2011: 11). Robert A. Broh'a göre kalite, kabul edilebilir bir fiyata mükemmellik derecesi ve kabul edilebilir bir maliyetle değişkenliğin kontrolüdür (Özel, 2011: 347). Kalite, mutlak anlamda popüler olan 'en iyi' anlamına sahip değildir. 'Belirli müşteri koşulları için en iyisi' anlamına gelir. Ürün kalitesi ile ilgili yapılan birçok kalite tanımı olmasına karşın hizmetler için kalitenin tek bir tanımı olduğu söylenir. Hizmetler özelinde kalite 'müşterilerin hizmet deneyimi sonucu sahip olduğu yargılardır' şeklinde tanımlanır (Reeves ve Bednar, 1994: 427).

## **2.2.Hizmet Kavramı**

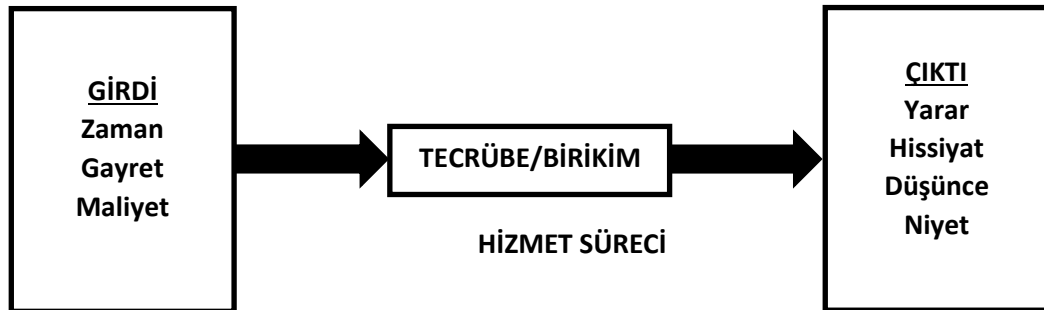
Dünya mal, hizmet ve düşünce alanında küresel rekabette büyük bir gelişme ve artışa tanık olmaktadır. Bununla birlikte dünya, odak noktasını sanayileşme düşüncesinden hizmet ve bilgi kavramlarına doğru kaydırmaktadır. Sonuç olarak, bazı hizmet sektörlerinin rolü daha da büyümüştür ve bu nedenle kuruluşlar çeşitli hizmetleri sunarken kalite yaklaşımını benimsemek zorundadır (Şahin ve Şen, 2017: 1176).

Modern ekonomide hizmet sektörünün önemi sürekli artmaktadır. Gelişmiş ülkelerin çoğunluğu hizmet sektörünü bakım sektörü olarak algılamaktadır (Kowalik ve Klimecka – Tatar, 2018: 31). İnsanlar hayatlarının her aşamasında hizmetlere çeşitli şekillerde rastlar ve onlarla uyum içinde yaşarlar. İnsanlarla doğrudan veya dolaylı olarak ilgili her konuda hizmetlerden söz edilebilir. Bu nedenle hizmet çok geniş bir kavram olarak görülmektedir. Bu nedenle bu kavram üzerine birçok tanım yapılmıştır (Edvardsson vd., 2005: 108).

Hizmet, öğretim, saç tasarım ve futbol gibi fiziksel olmayan ürünler olarak tanımlanabilir. Hizmet aynı zamanda, bir tarafın diğerine sunabileceği, esasen maddi olmayan ve mülkiyete yol açmayan herhangi bir eylem veya performans olarak da tanımlanabilir (Yıldırım, 2019: 350). Hizmet, müşterilerin isteklerini bir sunum olarak ya da sadece fayda olarak karşılamak için sunulan bir eylem ya da faaliyettir. Hizmetlerin, kavramsallaştırılması genellikle zordur; nedeni hizmetlerin aynı anda tanıtılması, satın alınması ve tüketilmesidir (Alsanosi, 2018: 6).

Hizmet, bir tarafın diğerine sunabileceği, esasen soyut olan ve hiçbir şeyin mülkiyeti ile sonuçlanmayan herhangi bir eylem veya performans olarak tanımlanır. Üretimi fiziksel bir ürüne bağlı olabilir veya olmayabilir. Birçok çeşit hizmet olduğu için tek bir tanımla ifade edilmesi oldukça zor bir kavramdır (Johns, 1999: 959). Philip Kotler ve Gary Armstrong hizmeti, bir tarafın diğerine sunduğu, gözle görülemeyen ve herhangi bir şeyin mülkiyetiyle nihayetlenmeyen bir eylem veya bir kazanım olarak tanımlanmıştır. Bu tanımla ile hizmetin meydana gelmesi, fiziksel bir ürünle ilgili olabilir ya da olmayabilir (Erdoğan, 2012: 40).

Amerikan Pazarlama Birliği (AMA); hizmeti, belirli bir fiyat karşılığında satışa sunulan ya da malların satılması ile yanında sunulan faaliyetler, faydalar ya da müşteride oluşan doyum olarak tanımlanmıştır ve kısa bir dönem için en fazla kullanılan tanım olmuştur. Ancak tanımın eksik yönü somut olan mal kavramını soyut olan hizmet kavramından tam anlamıyla ayırmamasıdır. AMA'nın aldığı eleştiriler sonucunda sonradan yapmış olduğu tanımları yenilemiş ve hizmet için bir malın satışıyla ilişkili olmaksızın son tüketicilere ve/veya işletmelere satıldığında istek ve ihtiyaçların yerine getirilmesini sağlayan ve mal kavramına bağımlı kalınmaksızın tanımlanabilen çabalar şeklinde tanımlanmıştır (Güven, 2012: 11).



**Şekil 6.** Hizmet Süreci – Hizmet = Deneyim/Birikim + Çıktı

Kaynak: Tuncer, 2017: 5

Hizmet, sunulan kişinin önceki yaşantılarından doğan ve çoğunlukla maddi olmayan sorunlarına çözüm bulan ya da çözümünü kolaylaştıran uygulamalar, faaliyetler ya da bunların toplamıdır (Dalgıç, 2013: 3). Başka bir tanımda ise; sunulan kişilerin sahiplik olmaksızın satın aldıkları faydalardır. Hizmet, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için belirli bir fiyatla sunulan ve herhangi bir maddesel varlığın sahipliğini gerektirmeyen, yarar ve tatmin sağlayan maddi olmayan uygulamalar bütünüdür (Bulut, 2018: 9).

Lethinen ve Jarvinen (2015: 169), herhangi bir hizmet tanımının ve anlayışının az çok tartışmalı olduğunu ve ideal bir tanım ve ideal bir özellik listesi bulmanın imkânsız değilse de çok zor olduğunu vurgulamışlardır. Araştırmacılar, hizmet kuruluşunun hizmeti tanımlayabilmesi ve müşterilerin verilen hizmeti doğru bir şekilde algılayabilmesi için verilen hizmetin doğru bir şekilde sunulması gerektiğini belirtmişlerdir (Garcia, 2014: 280).

Sektörler genel olarak incelendiğinde saf hizmet veya ürün endüstrisi yoktur. Bir hizmet işletmesinin hizmet verebilmesi için somut araçlara ihtiyacı vardır. Örneğin bir havayolu şirketinin uçuş hizmeti verebilmesi için uçağa ihtiyacı vardır. Bununla birlikte ürünlerin de pazarlanabilmesi için destekleyici hizmetlere ihtiyacı vardır. Herhangi biri ürünü satmak için ürünün belirli özellikleriyle ilgili tüm bilgilerin müşteriye sağlanması gerekir (Menzhanova, 2015: 16). Hizmet sürecinin genel gösterimi Şekil 6’da verilmiştir.

### **2.3.Hizmetin Özellikleri**

Hizmet kavramının özellikleri aynı zamanda onu somut ürün kavramından ayıran temel farklılıklardır. Bu farklılıkların hizmet kavramının kalite yönetimi yaklaşımında etkileri büyüktür (Moeller, 2010: 359). Hizmeti üründen farklılaştıran temel özellikler aşağıdaki başlıklarda açıklanmaktadır:

#### **2.3.1. Soyutluk**

Hizmetin soyutluğu, hizmetlerin soyut olduğunu ve satın alınmadan ve deneyimlenmeden önce hissedilemeyen, koklanamayan, tadına bakılamayan, görülemeyen veya duyulamayan bir kavram olması demektir (Hole vd., 2018: 183). Müşteri hizmeti deneyimlemeden onun hakkındaki nihai fikrini bilemez. Bir hizmetin iyi ya da kötü olduğu hakkındaki yorumlar, geri bildirimler, başkalarının fikirleri olabilir ancak bir müşteri bunu deneyimlemedikçe kaliteyi gerçekten bilemez (Yüksel ve Önaçan, 2018: 23).

Soyutluk niteliği hizmet kavramının araştırıldığı ilk yıllarda somut ürünlerden ayırt edilmesini sağlayan tek özellik olarak kabul edilmekteydi (Laihonen ve Lönnqvist, 2010: 332). Bu özellik hizmeti, satın almadan önce niteliklerinin ve özelliklerinin görülebildiği, dokunulduğu, koklandığı, onaylandığı test edildiği üründen ayıran en önemli özelliğidir. Çoğu zaman hizmetler, daha fazla ürün gibi hissedilmelerini sağlamak için fiziksel unsurlarla desteklenir (Şimşek, 2016: 117).

Bir hizmet sağlayıcı için, hizmet kavramının soyutluğu, hizmet sunum sürecini tasarlamada kritik bir unsurdur. Müşterinin bir hizmeti satın almaya ikna olması ve ardından aynı hizmeti kullandıktan sonra kalitesinden memnun olması gerekir (Flipo, 1988: 286; Bebko, 2000: 9). Diğer müşterilerden gelen iyi geri bildirimler, hizmete güvenilirlik katmanın iyi bir yoludur. Ancak asıl önemli olan müşterinin hizmet alma anında kendi deneyimlemiş olduğu memnuniyettir. Bu nedenle, bir hizmet sağlayıcı, hizmeti tasarlarırken her zaman soyutluk özelliğini göz önünde bulundurmalıdır (Mazaheri vd., 2014: 254). Hizmetlerin soyut oluşu hizmet sağlayıcılar için birtakım güçlüklerle yol açmaktadır. Bunlar (Sevimli, 2006: 2; Uzunçakmak, 2021: 10):

- Hizmetler gözle soyut olmalarından dolayı sergilenemezler, sunulması zordur, bu nedenle müşteri ilk etapta hizmeti yanlış algılayabilir.
- Hizmetler, standartlaştırması zor olduğu için patentlerinin fikri mülkiyet haklarının alınması zordur, bu nedenle taklit edilme riskleri vardır.
- Çoğunlukla standartlaştırılmadıklarından birim fiyatlarının belirlenmesi işletmeler için bir handikaptır.

### 2.3.2. Dayanıksızlık

Dayanıksızlık, hizmetlerin daha sonra satılmak veya kullanılmak üzere saklanamayacağı anlamına gelir. Başka bir deyişle hizmetler stoklanamaz (Erdil ve Yıldız, 2011: 1233). Hizmetler kullanıldıktan sonra stoklanamaz, kaydedilemez, iade edilemez veya yeniden satılamaz. Bir müşteriye verildikten sonra hizmet tamamen tüketilir ve başka bir müşteriye teslim edilemez. Dayanıksızlık yönü göz önünde bulundurulduğunda, gereksiz maliyet oluşumunu önlemek için hizmetlerin iyi planlanmaları gerekir (Manav, 2017: 7 – 8).

Hizmetler iki açıdan dayanıksızdır. İlki, bir hizmetin ilgili kaynakları, süreçleri ve sistemleri belirli bir zaman diliminde teslim edilmek üzere atanır (Hapsari vd., 2017: 35). Örneğin, bir havayolu işletmesi yalnızca kalkıştan önce uçakta koltuk satabilir. Bu hizmet yalnızca belirli bir süre için kullanılabilir. Uçakta boş bir koltuk, kalkıştan sonra asla kullanılamaz ve ücretlendirilemez. İkincisi, hizmet verildiğinde, verilen kişiye özel olan bu hizmet, müşteri tarafından tüketildiği için geri dönülemez bir şekilde ortadan kalkar. Örneğin, uçaktaki bir yolcu varış noktasına bir kez nakledildikten sonra, bu noktada bir daha bu yere nakledilemez (Vargo ve Lusch, 2004: 325 – 326).

Arz ve talebi dengelemek zor olduğu için dayanıksızlık işletme performansını etkileyen bir özelliktir. Bu, finansal sonuçlar üzerinde büyük bir etkisi olabileceğinden, hizmetlerin en önemli özelliklerinden biridir (Candi, 2007: 563). Doktorlar veya dış hekimleri, hizmet değerinden vazgeçtiği için genellikle kaçırılan randevular için hastalardan ücret alır. Eğer hasta gelseydi ve hizmet almış olsaydı o anda bir değer oluşacaktı fakat hasta gelmediği için o değer yaratılamamıştır. Bu nedenle doktor o kaybı telafi etmek için hizmeti sunmamış olmasına rağmen bedelini talep etmektedir (Roy ve Sivakumar, 2014: 48).

Talebi tahmin etmek zor olabilir. Talep mevsime, günün saatine veya iş döngüsüne göre değişebilir. Dalgalandan bir talep söz konusu olduğunda kaliteli bir hizmet sunmak veya sürekliliğini sağlamak zorlaşır. Talep sabit olduğunda hizmetlerin dayanıksızlığı sorun değildir. Ancak talep dalgalanması durumunda hizmet firmaları zor durumda kalabilmektedir (Wyckham vd., 1975: 62 – 63). Örneğin, turizm sezonunda yüksek talebi dengelemek için bir otel daha fazla çalışan istihdam edebilir. Ancak, diğer zaman dilimlerini tahmin etmek kolay değildir. Kötü havalarda, otel yöneticisi fazladan çalışan istihdam edebilir ya da tam tersi tahmin edilenden daha fazla taleple karşı karşıya kalıp hizmet verememe problemini yaşayabilir. (Cloninger ve Oviatt, 2007: 237).

### **2.3.3. Değişkenlik**

Hizmetlerin bir diğer önemli özelliği değişken olmalarıdır. Bu durum hizmetlerin eş zamanlı üretim ve tüketim özelliklerinin sonuçlarından bir tanesidir (Ghobadian vd., 1994: 45). Hizmetlerin kalitesinin onları kimin, ne zaman, nerede ve nasıl sağladığına bağlı olarak büyük ölçüde değişebileceği gerçeğini ifade eder (Barutçu, 2008a: 104). Hizmetlerin emek – yoğun doğası sebebiyle, çeşitli sağlayıcılar tarafından veya hatta aynı sağlayıcılar tarafından farklı zamanlarda sağlanan hizmetin kalitesinde büyük farklılıklar vardır (Şahin, 2013: 37).

Ürünler homojen ve seri üretilebilirken, hizmetler için aynı şey geçerli değildir. Bu özelliğe heterojenlik özelliği de denmektedir (Hill, 1995: 10; Bordagaray vd., 2014: 711). Değişkenlik terimi, hizmet sunuş şekillerinin benzersizliğini tanımlar. Başka bir deyişle hizmetler, aynı anda üretilir, sunulur ve tüketilir. Hizmet, aynı tüketici aynı hizmeti talep etse bile aynı zaman, konum veya koşullarda ya da konfigürasyonlar veya kaynaklarla asla tam olarak tekrarlanamaz (Tekin vd., 2014: 753).

Birçok hizmet, tipik olarak her tüketici veya durum için değiştirilir. Örneğin, müşteriyi evinden operaya taşıyan bir taksinin sunduğu hizmet, aynı tüketiciyi operadan evine taşıyan taksi hizmetinden farklıdır. Her yolculuk zaman içinde farklı bir noktayı, başka bir yönü ve belki başka bir rotayı, taksi şoförünü veya arabayı içeriyor olabilir (Dendeş vd., 2021: 3).

Hizmetlerin heterojen olduğu göz önüne alındığında, her müşterinin mükemmel hizmet alması esastır (Hole vd., 2018: 183). Hizmet kalitesinin heterojenliği, iki müşterinin mükemmel hizmet alamayacağı anlamına gelmez, sadece iki işlemin aynı şekilde tekrarlanamayacağı anlamına gelir. Benzer ürün ve hizmetlere sahip iki rakip işletmeyi temelde birbirinden ayıracak olan kriter sundukları hizmetin kalitesidir. Pazarlamacılar, kendilerini rekabette farklı kılmak ve müşterileri çekmek için hizmet sunumundan yararlanabilirler (Bailey ve McCollough, 2000: 53; Kuester vd., 2013: 536).

Fiziksel bir ürün kolayca farklılaştırılmaz fakat hizmetin, müşteri gereksinimlerine göre özelleştirilebilme kapasitesi vardır. Bununla birlikte çok fazla özelleştirme, hizmetin standart teslimatını tehlikeye atacak ve kalitesini olumsuz etkileyecektir. Bu nedenle hizmet sunumunun tasarlanmasına özen gösterilmelidir (Wirtz vd., 2020: 671).

#### **2.3.4. Ayrılmazlık**

Ayrılmazlık özelliği, hizmet üretimi ve tüketiminin aynı anda gerçekleştiğini savunan 1836 yılında Jean Baptiste Say Tarafından ortaya atılmıştır. Leonard L. Berry, buna bağlı olarak, eş zamanlı üretim ve tüketimin, tüketim gerçekleştiğinde hizmet sağlayıcının fiziksel olarak hizmetin sağlandığı ortamda mevcut olduğu anlamına geldiğini belirtmiştir (Moeller, 2010: 363 – 364).

Mallar önce üretilir, sonra satılır ve tüketilirken; hizmetler önce satılır, sonra üretilir ve aynı anda tüketilir (Soy, 2019: 19). Birçok hizmetin üretimi sırasında müşterinin bulunması gerektiğinden, ayrılmazlık ilkesi müşteriyi hizmet üretim süreciyle yakın temasa zorlar. Hizmet sağlayıcı bir makine veya bir kişi olabilir, hizmetin sonucunu hem müşterinin hem de sağlayıcının eşit olarak etkilediği varsayılır (Black vd., 2014: 279; Dikmen ve Bozdağlar, 2017: 86). Örneğin bir restorana gittiğinizde yemeğin sipariş edilmesi, yemeğin beklenmesi ve müşteriye sunulması, garsonun müşteriyi bilgilendirmesi aşamalarında hizmet sağlayıcı ve müşteri tüm hizmet sürecinin bir parçasıdır. Hizmet

üretim sürecindeki müşteri ve hizmet sağlayıcı arasındaki etkileşim hizmet kalitesini belirleyen en önemli unsurlardan biridir (Moeller, 2010: 363 – 364; Kaya, 2019: 270).

Ayrılmazlık, hizmetlerin pazarlanması sürecini zorlaştıran bir özelliktir. Hizmetleri pazarlayan kişiler, hizmetleri pazarlarken vaat edilen hizmetle sunulan hizmetler arasındaki boşluğu ortadan kaldırmak ve en aza indirmek zorundadır. Bu ilke, pazarlama süreçlerinin hizmet kalitesinin bozulmasına yol açmaması için hizmet sağlayıcıların profesyonelce hareket etmelerini ve davranmalarını zorunlu kılmaktadır (Blut vd., 2014: 278). Örneğin bir berber, müşterisine sunduğu saç yıkama veya kesimi hizmetinin bir parçasıdır. Saçın yıkanması ve kesimi aynı anda müşteriye teslim edilir ve müşteri tarafından tüketilir. Buna karşılık, aynı müşteri bir restorandan hamburgerini satın aldıktan birkaç saat sonra tüketebilir. (Lewis, 1988: 68).

Organizasyonların çalışanları, bu tür hizmetleri yerine getirmesi durumunda hizmetin bir parçası olurlar. Hizmetin ayrılmaz özelliği için müşterinin fiziksel varlığının olması şarttır. Fiziksel mallar söz konusu olduğunda, bunlar üretilmekte ve daha sonra çeşitli perakendecilere ve toptancılara dağıtılmakta ve bunlar daha sonra tüketilmektedir (Pather, 2007: 16). Ancak hizmetler söz konusu olduğunda, hizmet sağlayıcıdan ayrılamaz, dolayısıyla hizmet sağlayıcılar hizmetin bir parçası haline gelir. Halı yıkama, sıhhi tesisat vb. hizmetler, müşterinin mevcudiyetinin isteğe bağlı olduğu durumlarda üretilebilir ve sunulabilir. Etkileşimin doğası ve kapsamı ne olursa olsun üretim ve tüketimin ayrılmazlık potansiyeli devam etmektedir (Polyakova ve Mirza, 2016: 361).

Hizmet sunumu süreci, müşterilere aynı standartta hizmetin tekrar tekrar sunulmasını sağladığı için çok önemlidir. Bu nedenle, birçok hizmet işletmesinin sunum sürecinin ayrıntılarını sağlayan bir hizmet planı vardır. Bu tür planlar, hizmet personeli tarafından kullanılacak karşılama ifadelerini tanımlamaya kadar gider (Pather, 2007: 17).

### **2.3.5. Sahipsizlik/Mülkiyetinin Olmaması**

Bir ürünü satın alabilir, eve götürebilir, yıllarca sahip olabilir ve hatta belki yeniden satabilirsiniz. Fakat aynı şeyi bir hizmetle yapamazsınız. Hizmetten sadece belirli bir süre için yararlanabilirsiniz ve tekrar ödeme yapılmadığında sona erer. Hizmetlerin fiziksel mülkiyetinin olmaması, satılmalarını zorlaştırır. Çünkü hizmet işletmeleri, somut ürünleri kontrol edebildikleri gibi hizmetleri kontrol ederken zorluk çekerler. Çünkü hizmetin sunulması süreci müşteri ve hizmet sağlayıcı arasındaki etkileşimden doğrudan etkilenmektedir (Aydoğdu vd., 2019: 158). Tablo 7’de bir hizmetin sahipsizlik özelliğine

ilişkin bazı örnekler verilmiştir. Bir müşteri, bir hizmet için ödeme yaptıktan sonra erişim elde ettiğinden bu özellik hizmeti üründen farklılaştıran temel özelliklerden biridir. Müşteriler, ancak aşağıdaki hizmet unsurlarının sahipliğini elde ederler (Kaya, 2019: 270):

- Hizmeti gösteren somut öğeler
- Hizmetin kendisinden ziyade hizmetten elde edilen faydalar

**Tablo 7.** Hizmetin Sahipsizlik Özelliğine İlişkin Örnekler

Sağlanan Hizmet (Sahiplik yoktur.)	Somut Öğeler (Sahiplik vardır.)	Elde Edilen Fayda (Sahiplik vardır.)
Belediye vergisi muafiyeti için uygunluk belgesi	Sertifika/Yazı	Tasarruf
Kayıt	Ücretler için kimlik kartı dekontu	Kayıt süresi boyunca tesislere erişim
Kayıtlı öğrenci numaraları hakkında bilgi sağlanması	Listeler veya raporlar	Kayıtlı öğrencilerin bilgisi

Kaynak: Ayaz ve Arakaya, 2017; Topal vd., 2019

Hizmetin sonlu doğası mülkiyetin yokluğunu gösterdiğinden, bu kavram ayrılmazlık ve dayanıksızlık kavramlarıyla ilişkilidir. Bununla birlikte, müşterilerin hizmet sağlayıcılarla, sahiplik olmasa da hizmetlere erişim derecelerini etkileyen farklı ilişkilere sahip olabileceği belirtilmelidir (Bekki, 2017: 2):

- Üyelik durumu; müşterilere, ayrı işlemler veya sürekli, düzenli teslimat içeren hizmete tekrarlayan erişim sağlar;
- Geçici durum; müşterilere geçici ve düzensiz bir şekilde hizmetlere erişim sağlar.

Bir üniversite kaydı için öğrencilerin ve personelin çoğunluğunun üyelik statüsü vardır. Bağlılığı olmayıp hizmet almak için başvuran diğer kişi ve/veya dış kuruluşlar geçici statüye sahiptir (Bekki, 2017: 3).

#### 2.4.Hizmetlerin Sınıflandırılması

Hizmet literatüründe, sınıflandırma ile ilgili çok çeşitli girişimler önerilmiştir. Bu önerilerin başlıcaları Tablo 8’de verilmiştir. Gerçeklikte, işletmelerde sadece bu sınıflandırmalara dayalı bir yaklaşım izlenmesi yeterli olmayacaktır. Her işletmenin karar alıcılarının kendi yaklaşımlarını geliştirmesi ve bu yaklaşımlarla stratejilerinin belirlenip karar alma sürecine dahil edilmesi gerekir (Lovelock, 1983: 10).



**Tablo 8.** Hizmetlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Yapılmış Çalışmalar

Yazar	Sınıflandırma Önerisi	Yorum
Robert C. Judd (1964)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kiralanan mal hizmetleri (Belirli bir zaman dilimi boyunca bir mala sahip olma ve onu kullanma hakkı)</li> <li>2. Sahip olunan mal hizmetleri (müşterinin sahip olduğu malların özel olarak tasarlanması, onarılması ve iyileştirilmesi)</li> <li>3. Mal olmayan hizmetler (şahsi deneyimler veya tecrübe edinimine sayılı sahiplik)</li> </ol>	İlk ikisi oldukça spesifikdir, ancak üçüncü kategori geniş kapsamlıdır ve sigorta, bankacılık, hukuki danışmanlık ve muhasebe gibi hizmetleri göz ardı eder.
John M. Rathmell (1974)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Satıcı türü</li> <li>2. Alıcı türü</li> <li>3. Satın alma nedenleri</li> <li>4. Satın alma pratiği</li> <li>5. Düzenleme derecesi</li> </ol>	Hizmetlere özel bir ayırım söz konusu değildir fakat fiziksel ürünlere objektif bir şekilde uygulanabilir.
G. Lynn Shostack (1977) Earl W. Sasser (1978)	Her ürün "paketinde" yar alan fiziksel mal ve fiziksel olmayan hizmetin porsiyonu	Öz nitelikli sınıflandırma için çokça fırsat sunar. Birkaç saf mal veya saf hizmet olduğu görüşündedir.
T. P. Hill (1977)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bireyleri etkileyen hizmetler ile fiziksel malları etkileyen hizmetler</li> <li>2. Hizmetin kalıcı ve geçici etkileri</li> <li>3. İkinci maddede verilmiş olan etkilerin tersine çevrilebilir oluşu veya olmayışı</li> <li>4. İkinci maddede verilmiş olan etkilerin fiziksel ve zihinsel oluşu</li> <li>5. Bireylere sunulan hizmetler ve topluluklara sunulan hizmetler</li> </ol>	Hizmet kavramının faydalarının doğasını ve sunum/tüketim süreci ortamındaki değişkenlikleri vurgular.
Dan R. E. Thomas (1978)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ağırlıklı olarak ekipman tabanlı hizmetler <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Otomatik hizmetler (Araba yıkama)</li> <li>b. Vasıflı olması gerekmeyen operatörlerin kontrolündeki hizmetler (Hamallık)</li> <li>c. Vasıflı operatörlerin kontrolündeki hizmetler (Pilotluk)</li> </ol> </li> <li>2. Ağırlıklı olarak insan tabanlı hizmetler <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Yüksek temas gereken hizmetler (Çim bakımı)</li> <li>b. Nitelikli işçilik gerektiren hizmetler (Onarım)</li> <li>c. Profesyonellik gerektiren hizmetler (Avukatlar, diş hekimleri)</li> </ol> </li> </ol>	Pazarlamadan ziyade, operasyonel olmasına rağmen, hizmetin niteliklerini anlamak için faydalı bir yaklaşım sunar.
Richard B. Chase (1978)	Hizmet sunumundan müşteri ile temasın kapsamı <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Yüksek temas (sağlık hizmetleri, oteller, restoranlar)</li> <li>Düşük temas (posta servisi, toptan satış)</li> </ol>	Müşterilerin hizmet sürecine daha fazla katılımları nedeniyle talep zamanlaması ve hizmet özellikleri üzerinde daha fazla etkiye sahip olmaları nedeniyle, yüksek temas hizmetlerinde hizmetin değişkenliğini kontrol etmenin daha zor olduğunu kabul eder.

**Tablo 8.** Hizmetlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Yapılmış Çalışmalar – *devamı*

Yazar	Sınıflandırma Önerisi	Yorum
Philip Kotler (1980)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. İnsana dayalı ve ekipmana dayalı hizmetler</li> <li>2. Müşterinin varlığının zaruri olması ve olmaması gereken hizmetler</li> <li>3. Kişisel ihtiyaçlarını karşılayan ve iş ihtiyaçlarını karşılayan hizmetler</li> <li>4. Kamusal hizmetler ve özel sektör temelli hizmetler, kâr amacı güden ve gütmeyen hizmetler</li> </ol>	Önceki çalışmaları analiz eder ve sentezler, hizmet organizasyonunun amaçlarındaki farklılıkları yeniden ortaya çıkarır.
Christopher H. Lovelock (1980)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Temel Talep Özellikleri <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sunulan nesne (kişilere karşı mülk</li> <li>- Talep/Arz dengesizliklerinin boyutu</li> <li>- Müşteriler ve hizmet sağlayıcılar arasındaki sürekli ve kesikli ilişkiler</li> </ul> </li> <li>2. Hizmet içeriği ve faydaları <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiziksel mal içeriğinin kapsamı</li> <li>- Kişisel hizmet içeriğinin kapsamı</li> <li>- Tek hizmet ve hizmet paketi</li> </ul> </li> <li>3. Hizmet sunum prosedürleri <ul style="list-style-type: none"> <li>- Çoklu site ve tek site teslimi</li> <li>- Kapasite tahsisi (Rezervasyonlar – ilk gelene ilk hizmet)</li> <li>- Bağımsız tüketime karşı toplu tüketim</li> <li>- Zaman tanımlı ve görev tanımlı hizmetler</li> <li>- Hizmet sunumu sırasında müşterilerin bulunması gereken kapsam</li> </ul> </li> </ol>	Önceki sınıflandırmaları sentezler ve birkaç yeni yaklaşım ekler. Her sınıflandırma içinde birkaç farklı kategori önerir.

Kaynak: Lovelock, 1983: 11 – 12

### 2.5.Hizmet Kalitesi

Somut ürünler üretirken kaliteyi tanımlamak çok daha kolaydır. Bir üretici, bir ürünün kalite düzeyini, tasarım özellikleri ile üretilen ürünün özelliklerini karşılaştırarak değerlendirebilir. Bir ürün, belirlenen özellikleri yani spesifikasyonları karşılamadığında bir kusur oluşur. Spesifikasyonlar, bir ürün için müşterilerin istediğini gösteren pazar araştırması verilerine dayanarak ürünü tasarlayan ürün mühendisleri tarafından oluşturulur. Ayrıca, müşteri istek ve ihtiyaçları başka iletişim kanallarından da elde edilebilir. Hizmetler için kalite düzeyini belirlemek ürünlere kıyasla çok daha zordur. Bunun sebebi, hizmetler için kalite spesifikasyonları işletmeler ve bireylerden yani aynı anda birden fazla kaynaktan gelir. Şirket, spesifikasyonları standart çalışma prosedürleri olarak sunar (Barutçu, 2008b: 322). Hizmet kalitesinin tanımlanmasının zorluğu, hizmetlerin oldukça soyut, emek yoğun doğası ve hizmetin üretim sürecinde müşterilerin ve çoğunlukla başka unsurların dahil olmasından kaynaklanır (Stewart vd., 1998: 210).

Hizmet kalitesinin ortaya çıkışı 1960'lı yılların sonunda, hizmet işletmelerinin ekonomi üzerindeki rolünün artması ile başlamıştır. Bu gelişme, mal kalitesinde olduğu gibi geleneksel bir kalite anlayışının dışına çıkmış ve kalite kavramı daha geniş bir kapsama taşınmıştır. Bununla birlikte üretim sektöründe faaliyet göstermekte olan işletmelerde hizmet kalitesi kavramı farkındalığı olmuştur (Demirağ, 2019: 34). 1980'li ve 1990'lı yıllarda hizmet kalitesi hakkındaki gelişmeler hız kazanmıştır. Bu dönemde, akademik camiadaki araştırmacıların da hizmet kavramına olan ilgileri artmıştır. Valarie A. Zeithaml, A. Parsu Parasuraman, Leonard L. Berry, J. Joseph Cronin, Steven A. Taylor gibi araştırmacılar, hizmet kalitesi ile ilgili teorik bilgileri yapmış oldukları ampirik çalışmalarla destekleyerek hizmet kalitesi kavramının gelişmesinde büyük rol oynamışlardır (Parasuraman vd., 1985: 42, Cronin ve Taylor, 1992: 56).

Hizmet kalitesi konusu ile ilgili yapılan ilk tartışmalar 1978 yılında W. Earl Sasser, Richard P. Olsen ve D. Daryl Wyckoff, 1982 yılında Christian Grönroos, Uolevi Lethinen, ve Jarmo L. Lethinen, tarafından yapılmıştır. Burada hizmet kalitesine ilişkin üzerinde durulan üç temel konu şunlardır (Yayla ve Cengiz, 2006: 178):

- Müşteriler için hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi, somut ürünlerin kalitesini ölçmekten daha zordur.
- Algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmetten bekledikleri performansı, aldıkları hizmetin performansı ile karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar.
- Hizmet kalitesini değerlendirme süreci, hem hizmetin alınması sonucunda ortaya çıkan çıktıyı ve hem de hizmet sunum sürecindeki tüm unsurları içerir.

Hizmet kalitesi, müşterilerin aldıkları hizmetler sonucu hissettikleri memnuniyetin derecelerini ifade eder. Hizmetlerin gözle görülebilir olmama özelliği sebebiyle hizmet alan kişinin algısı kadar iyidir veya değildir. Kişiden kişiye farklılık gösterir (Söylemez, 2017: 38; Organ ve Tekin, 2019: 4). Hizmet alıcılar, soyut bir kavram olan hizmet kavramının kalitesini ölçmek için genellikle hizmet alma sürecine dahil olan dolaylı özelliklerden faydalanırlar. Hizmet kalitesi kavramı için tanım yapılırken, hizmetin gözle görülemeyen unsurlarından da yararlanan yaklaşımlar da bulunmaktadır (Hıra, 2020: 25). İşletmelerin müşterilerinin arzu ve isteklerini karşılayabilecek kapasitede hizmetler sunabilmesi için üç temel unsur vardır (Paşaoğlu, 2011: 21):

1. Hizmet talep eden müşterinin gereksinim ve beklentilerini hizmet tasarımlarının merkezine koymak,

2. Birinci adımda belirlenmiş olan müşterinin hizmette aradığı nitelikler,
3. Talep edilen hizmetin ikinci maddede tespit edilen bu niteliklere sahip olma derecesi.

Bu kapsamda kaliteli bir hizmetten söz edebilmek için (Paşaoğlu, 2011: 21 – 22);

- Müşteri beklentileri doğrultusunda kusursuz hizmetlerin satın alınması,
- Hizmet ile ilgili pürüzlerin ortadan kaldırılması,
- Müşterilere nazik davranılması,
- Müşterilerde güven duygusu uyandırmak
- Hizmet sağlayıcısının beklenen performansı göstermesi,
- Hizmetin söz verilen zamanda ve istenen şekilde sunulması,
- Müşterinin hizmet için ödediği paranın karşılığı alması,
- Hizmet alma sürecinde güvenli olmayan durumların yaşanmasının önüne geçilmesi gerekmektedir.

Hizmet kalitesini ölçmede ve geliştirmede yaşanan en büyük zorluklardan biri, hizmetlerin standartlaştırılmasının güç olmasıdır. Standart bir hizmet sunabilmek için hizmet sunma sürecine dahil olan tüm bireylerin, her seferinde aynı adımları izlemesi gerekir (Yumuşak, 2006: 24). Süreci kendi haline bırakmayıp, detaylı bir şekilde hizmet süreci standartları geliştiren işletmeler hizmet kalitesinde ve dolayısıyla müşteri memnuniyetinde sürdürülebilirlik sağlarlar (Kozak ve Aydın, 2018: 175). Paydaşlar odaklı, özellikle de müşterilerini hizmet tasarlama sürecinin merkezine koyan işletmeler, küresel olarak rekabet edebilir hale gelirler (Aydın ve Şenkayas, 2019: 22).

## **2.6.Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi**

İşletmelerin hizmet kalitesini bütün faaliyetlerinin merkezinde tutması kalitenin ve kalitenin sürdürülebilirliğinin garanti altına alınması, hizmet kalitesinin doğru ve objektif bir şekilde değerlendirilmesi ile mümkün olmaktadır. Sağlanan hizmet kalitesinin bilinmesi, hizmet alıcıların işletme tarafından sunulan hizmetler hakkındaki tecrübe ve memnuniyetlerini belirlemek için onlara rehberlik etmektedir. Hizmet kalitesini ölçmek, iyileştirme alanlarının ortaya konmasını sağlar (Webster, 1989: 36; Barutçu, 2008a: 103). Hizmet kavramı ile ilgili literatürde hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin birçok değerlendirme aracı bulunmaktadır (Uzunçakmak, 2021: 53). Bu çalışmada Grönroos – Algılanan Hizmet Kalitesi, SERVQUAL ve SERVPERF metotları incelenecektir.

### 2.6.1. Grönroos – Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli

1982’de Finlandiya, Helsinki’deki İsveç Ekonomi Okulu’ndan Christian Grönroos, Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli’ni tanıttı. Bu modele göre hizmet kalitesi çalışmaları ve müteakip model geliştirme, en başından veri müşterilerin kalite olarak algıladıklarına dayanıyordu. “Hizmet kalitesi” terimi hem akademisyenler hem de uygulayıcılar tarafından fazlaca kullanılmaktadır. Çoğu zaman “kalite”, sanki bir dizi kaynak ve uygulamanın bir fonksiyonu değil de bir değişkenmiş gibi kullanılır. Örneğin, hizmet işletmelerinin gelecekte geleceğinde başarılı bir şekilde rekabet edebilmek için hizmetlerinin kalitesini ileriye taşımak zorunda kalacak olmasını belirtmeleri, iki şeyi yapmadıkça çok da anlamlı olmayacaktır. Bunlar; tüketicilerin hizmet kalitesini nasıl tanımladığı ve hizmet kalitesinin ne şekilde etkilendiğidir (Okumuş ve Yaşın, 2007: 88 – 89).

Geleneksel pazarlama faaliyetleri – reklam, sahada satış, fiyatlandırma vb. – hedef müşterilere vaatlerde bulunmak için kullanılabilir. Bu çeşit vaatler, müşterilerinin isteklerini, beklentilerini ve arzu edilen hizmet kalitesini etkiler (Grönroos, 1989: 52 – 53). Ayrıca süregelen yaklaşım (“her zaman böyle yaparız”) ve ideoloji (din, siyasi görüş vb.) de belirli bir müşterinin beklentilerinin belirlenmesinde etkili olabilir. Aynı şey ağızdan ağıza iletişim durumunda da geçerlidir. Ayrıca, bir hizmete ilişkin daha önce tecrübe edilmiş durumlar da müşterinin beklentileri üzerinde etkilidir. Algılanan hizmet kalitesi, tüketicinin hizmeti kendisinin algılamasının sonucudur (Grönroos, 1984: 37).

Tipik olarak hizmetler, tüketim süresinde yüksek derecede tüketici katılımını gerektiren ürünlerdir. Alıcı – satıcı etkileşimlerinde, üretiminin ve tüketiminin aynı anda gerçekleştiği aşamalarda, tüketicinin genellikle farkına vardığı ve değerlendirdiği birçok unsur bulacaktır (Álvarez – García vd., 2019: 3944). Belirli bir hizmetin algılanan kalitesinin, tüketicinin algıladığı hizmeti, beklediği hizmetin karşısına koyarak değerlendirme yaptığı süreç sonucunda ortaya çıkar. Bu sürecin sonucu algılanan hizmet kalitesi olacaktır. Bu nedenle sunulan hizmetin kalitesi iki değişkene bağlıdır. Bunlar; beklenen hizmet ve algılanan hizmet (Athanasia vd., 2020: 404).

Hizmetin en ayırıcı özelliği soyut olması ve meydana getirilmesi ve sunulması önemli ölçüde aynı anda gerçekleşen bir eylemdir. Hizmet alıcı – satıcı etkileşimi ile tüketiciye sunulur. Bu etkileşimin, algılanan hizmet üzerinde önemli bir etkiye sahip olacağı yadsınamaz bir gerçektir (Kang ve James, 2004: 267). Otel konağına bir oda

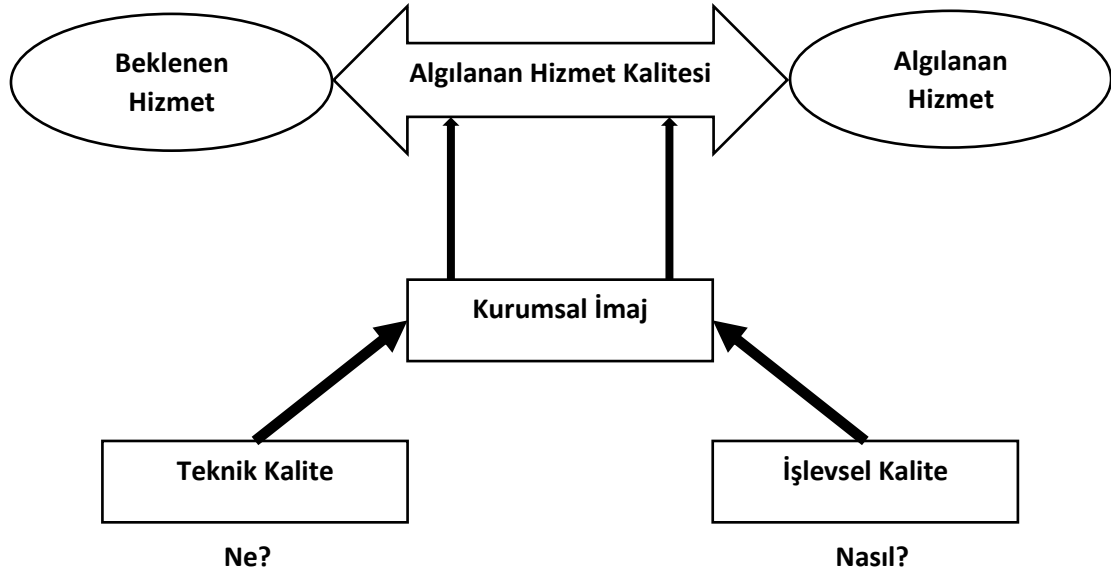
satılması, bir restoranın müşterilerine yemek sunması, tren yolcusunun bir yerden bir yere ulaştırılması, bir danışmanın danışanına bilgi sağlaması, bir hastanın ameliyat olması sonucu şikayetinden kurtulması ve bir bankanın müşterisine kredi sağlaması bu duruma örnektir (Lewis, 1989: 4 – 5).

Hizmet sürecinin, tüketicinin bir hizmet işletmesiyle etkileşimlerinin bir sonucu olarak ne elde ettiği, hizmetin teknik kalite boyutu olarak adlandırılır. Genellikle, tüketici tarafından oldukça nesnel bir şekilde ölçülür (Woodall, 2001: 595). Ancak hizmet tüketicilerle etkileşim içinde üretildiğinden, bu teknik kalite boyutu tüketicinin algıladığı toplam kalite için geçerli olmayacaktır. Bir ATM makinesinin, bir restoranın veya bir danışmanın erişilebilirliği, garsonların, ATM’lerden sorumlu banka çalışanlarının, seyahat acentesi temsilcilerinin, otobüs şoförlerinin, kabin görevlilerinin dış görünüşü ve davranışları, hizmet işletmelerinin nasıl performans gösterdiği, ne söylediği ve nasıl söylediklerinin müşterinin hizmeti değerlendirmesi üzerinde bir etkisi vardır. Ayrıca, aynı veya benzer hizmetleri aynı anda alan müşteriler, belirli bir müşterinin hizmeti algılama durumunu etkileyebilir. Diğer müşteriler kuyruk oluşturabilir, bu durum o esnada hizmet sunulan müşteriye rahatsız edebilir veya tam tersi alıcı – satıcı etkileşimlerinin atmosferini olumlu yönde etkileyebilir (Broderick ve Vachirapornpuk, 2002: 328 – 329).

Özetle, tüketici yalnızca üretim sürecinin bir sonucu olarak ne elde ettiği ile değil, sürecin kendisiyle de ilgilenir. Teknik faydayı ya da teknik kaliteyi işlevsel olarak nasıl elde ettiği, kendisi ve aldığı hizmete duruşu açısından da önemlidir (Theodorakis vd., 2013: 86 – 87). Alınan hizmetin bu kısmı işlevsel kalite olarak adlandırılabilir. İşlevsel kalite, bir hizmetin etkileyici performansının bir ölçüsüdür. Sonuç olarak, doğası gereği birbirinden oldukça farklı iki kalite boyutu vardır: müşterinin ne aldığı sorusuna karşılık gelen teknik kalite, diğer yandan müşterinin onu nasıl aldığı sorusuna karşılık gelen işlevsel kalite. Tanımından da anlaşılacağı üzere, işlevsel kalite boyutu teknik kalite boyu kadar nesnel olarak değerlendirilemez (Hrgović vd., 2019: 775).

Algılanan hizmet kalitesi, bir hizmet alıcısının, bir kısmı teknik bir kısmı ise doğası gereği işlevsel olan bir dizi hizmet boyutuna karşı oluşturduğu algının sonucudur. Algılanan hizmet, istenen ve beklenen hizmet ile kıyaslandığında algılanan hizmet kalitesi elde edilir. Şekil 7’de hizmet kalitesi modeli şema olarak gösterilmiştir. Şekilde

görüldüğü üzere bazı durumlarda kalite sürecinde üçüncü bir boyut olarak kurumsal imaj kavramı devreye girmektedir (Brogowicz vd., 1990: 27).



**Şekil 7. Hizmet Kalitesi Modeli**

Kaynak: Grönroos, 1984: 40

Ruh bilimi ve pazarlama literatüründe kurumsal imaja dair çok fazla tanım bulunmaktadır. Genel olarak kurumsal imaj, bir organizasyon hakkında bireylerin ve/veya kuruluşların zihninde oluşan genel izlenimdir. Grönroos (kurumsal) imaj (saygınlık ve güvenilirlik) kavramının hizmet organizasyonunun işleyişine ilişkin anlayışını etkileyen bir araç olduğunu öne sürmüştür. Olumlu bir kurumsal imaj yaratmak, müşterilerin memnuniyetini artırır ve onların işletmeye olan bağlılıklarını geliştirir. Kurumsal imaj, organizasyonun çok çeşitli uygulamaları ve yaklaşımları ile ilgilidir (Srivastava ve Sharma, 2013: 278).

### 2.6.2. SERVQUAL (Service Quality)

Bir hizmet organizasyonunda kalite, sunulan hizmetin, hizmet alıcısının yani müşterinin istek ve beklentilerini karşılama derecesinin bir ölçüsüdür. Hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmalar, 1980'lerin başında büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Bazı araştırmacılar, hizmet kalitesinin, istek ve beklentilerin kıyaslanmasından ibaret olduğunu ileri sürmüşlerdir. Robert C. Lewis ve Bernard H. Booms 1983 yılında yayınlamış oldukları çalışmalarında hizmet kalitesinin, sunulan hizmetin performansının müşteri istek ve beklentileriyle ne kadar iyi eşleştiğinin bir ölçüsü olduğunu savunmuşlardır (Yousapronpaiboon, 2014: 1088).

SERVQUAL, hizmet alan bireylerin aldıkları hizmet ile alakalı değerlendirmelerinin büyük önem taşıdığı görüşü üzerine kurulan bir metottur. Bu değerlendirme, hizmet alan bireyler grubundan hizmet kalitesi aracılığıyla, talep ettiği ile hizmet sağlayıcısının sunduğu hizmetin performansına ilişkin değerlendirmeleri arasındaki bir boşluk olarak kavramsallaştırılmıştır. SERVQUAL yaklaşımı, çok boyutlu bir metot olarak kabul görmüştür (Onurlubaş ve Gümüş, 2020: 32).

Geliştirildiği ilk zamanlarda tüketicilerle yapılan odak grup uygulamalarından elde edilen bilgilere dayanarak, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (PZB) tüketicilerin hizmet kalitesi istek ve beklentileri ile algılarının on boyut kapsamında kıyaslanarak elde edilebildiği sonucuna varmışlardır. Bu boyutlar hizmet kalitesinin boyutlarının on elemanı ile ele alınmıştır. Bunlar; maddi varlıklar, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvenlik, yeterlilik, inanılabilirlik nezaket, müşterileri anlamak/tanımak ve erişimdir. (Buttle, 1996: 9; Ladhari, 2009: 174; Dichoso vd., 2019: 74). 1988'deki çalışmalarında bu eleman sayısı beşe indirilmiştir. Yani bu ölçüm metodu beş boyut altında ele alınmıştır. Tablo 9'da bu beş eleman – güvenilirlik, güvence, maddi varlıklar, empati (müşteriyi anlamak/tanımak), cevap verebilirlik – açıklanmıştır (Parasuraman vd., 1985: 48):

**Tablo 9.** PZB – SERVQUAL Boyutları Tanımları

Boyut – Tanımlar	Oda/Borsalardaki Karşılığı
<b>Güvenilirlik</b> Sunulması vaat edilen hizmeti güvenilir ve hatasız bir şekilde yerine getirebilme	Oda/Borsa hizmetleri üyelerinin talep ettikleri işlemleri yerine getirebilmek için tutarlı bir şekilde planlanıyor mu? Yerine getirilen işlemleri beklenen kalitede ve formatta mı?
<b>Güvence</b> Çalışanların bilgisi ve hoşgörüsü ile güven ve itimat telkin etme yetenekleri	Çalışanlar üyelere doğru bilgilerle hizmet sağlıyor mu? Hizmet verirken kibar bir yaklaşım sergileniyor mu? Verilen hizmetin prosedürleri açık bir şekilde tanımlanmış mı?
<b>Maddi varlıklar</b> Fiziksel tesisler, ekipman ve personelin görünümü	Oda/Borsa hizmet binası ve birimleri hoş görünüyor mu? İnternet sayfaları düzenli bir şekilde güncelleniyor mu? Açılmayan bağlantılar mevcut mu? Çalışanların giyimi ve yaptıkları işle uyumu beklentileri karşılıyor mu?
<b>Empati</b> Organizasyonların müşterilerine sunduğu özenli, kişiselleştirilmiş ilgi	Oda/Borsa üyeleri bireysel ilgi gördüklerini hissedebiliyorlar mı? Fikirlerinin dikkate alındığının farkındalar mı? Genel olarak kendilerinin önemsendiklerini düşünüyorlar mı?
<b>Yanıt verebilirlik</b> Müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet sunma hevesi	Oda/Borsa çalışanları e – postalara ve telefonlara zamanında yanıt veriyor mu? Üyeler Oda/Borsa'ya başvurduklarında ilk seferde istekleri karşılanıyor mu? Üyeler kendi tercih ettikleri iletişim araçları ile hizmet alma ayrıcalığına sahip mi?

Kaynak: Gregory, 2019: 791; Malhotra vd., 1994: 6



Güvenilirlik, somut öğeler ve yanıt verebilirlik elemanları aynı şekilde kalmıştır, ancak geriye kalan yedi eleman güvence ve empati boyutları altında toplanmıştır (Mehta ve Durvasula, 1998: 41). Bu metot, bu beş boyutun İngilizce versiyonlarının baş harflerinin bir araya getirilmesi ile oluşan RATER ifadesi ile de literatürde sıkça kullanılmaktadır. Bu kısaltma doksanların başında bu konuda çalışan araştırmacılar tarafından daha kullanışlı olduğu düşünülerek kullanılmaya başlanmıştır (Saleem vd., 2017: 173; Gregory, 2019: 791; Hamilton – Ibama ve Ogonu, 2019: 40). Bu boyutlar toplam 22 adet ölçek ifadesinden oluşan SERVQUAL metodu altında bir araya getirilmiştir. Her ifade iki farklı durum altında ölçülür. Bu iki durumun ilki hizmet talep eden kişilerin istek ve beklentilerini ölçer, ikincisi ise hizmet sağlayıcı birey ya da organizasyonun sunduğu hizmetin fiili algısıdır (Ramanathan vd., 2018: 1941).

Boşluk, hizmet alıcılarının istek ve beklentileri ile aldıkları hizmete dair memnuniyetleri arasındaki fark anlamında kullanılmaktadır (Mandal ve Gupta, 2018: 352; Dichoso vd., 2019: 74). Boşluğun tespit edilmesi, onu kapatma ve böylece hizmet kalitesini daha iyi bir seviyeye taşıma fırsatı sağlar. Boşluk puanları, her bir bireysel ifade için analiz edilebilir ve her bir boyut için genel bir boşluk puanı hesaplanması adına birleştirilerek hesaplama yapılabilir (Kant ve Jaiswal, 2017: 413).

Her ifade için boşluk, *Algı puanı – Beklenti puanı* şeklinde hesaplanır. Hesaplamanın sonuçları aşağıdaki şekilde değerlendirilir (Kurnaz ve Özdoğan, 2017: 88):

- + işaretli boşluk puanı, istek ve beklentilerin karşılandığını veya çok üstünde olduğunu yani hizmet kalitesinin sağlanmış olduğunu ifade eder.
- - işaretli bir boşluk puanı, istek ve beklentilerin karşılanmadığını, hizmet kalitesinin yetersiz olarak algılandığını ifade eder.

### **2.6.3. SERVPERF (Service Performance)**

J. Joseph Cronin ve Steven A. Taylor, 1992 senesinde, SERVQUAL metodunun hizmet kalitesini ölçmek için yeterince iyi bir metot olmadığını öne sürmüşlerdir. Çünkü her hizmet talep eden kişi o hizmeti ilk defa deneyimleyecek olup, o hizmetten ne bekleyeceğini bilemeyeceği ihtimalini göz önünde bulundurarak 22 ifade ile SERVQUAL metodunu temel alan yeni bir metot geliştirmişlerdir (Öztürk, 2019: 37). Yalnızca hizmet performansının ölçülmesi ile sonuçlanan SERVPERF ölçeğinin daha güvenilir tahminler, daha yakınsak ve ayırt edici geçerlilik, daha fazla açıklanmış varyans dolayısıyla daha az yanlılık ve daha iyi sonuçlar ürettiğini bulmuşlardır. Ayrıca bu

metodun yalnızca hizmetin performansı ile ilgili algıların bir fonksiyonu olduğunu vurgulamışlardır (Koç ve Kaya, 2021: 214). Bu yöntem, alınan hizmete yönelik beklenti ile hizmet kalitesi deneyimi arasındaki farkın gereksiz olduğu temeline göre hareket eder (Akpur ve Zengin, 2019: 81). SERVPERF metodunun SERVQUAL'a göre daha avantajlı olduğu J. J. Cronin ve S. A. Taylor tarafından yürütülen çalışmalardan çıkarılabilir (Cronin ve Taylor, 1994: 130 – 131; Kaya ve Ünüvar, 2016: 356):

- SERVQUAL metodunu temel olarak alan geliştirdikleri ölçüm aracının hizmet alanındaki kalite kavramını bilimsel olarak açıkladığını belirtmişlerdir.
- Her iki ölçüm aracında da beşli likert ölçeği kullandıkları için iki yöntemi kıyaslamının regresyon analizi ile değerlendirilebileceğini öne sürdüler.
- SERVPERF ölçüm aracının hizmet kalitesini geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçülebileceğini belirtmişlerdir.

Bu ölçüm aracı yüksek öğretim kurumları hizmetleri (Ravichandran vd., 2012: 23; Mageto vd., 2020: 424), bankacılık hizmetleri (Anand ve Selvaraj, 2012: 151; Roy ve Saha, 2015: 1; Fragoso ve Espinoza, 2017: 1294), sigorta hizmetleri (Gopalkrishna vd., 2008: 49; Shreenivasan vd., 2018: 1307), perakendecilik (Öztürk, 2019: 72), hastane hizmetleri (Akdoğan, 2011: 83; Albayrak, 2018: 75; Akdere vd., 2020: 342), turizm sektörü hizmetleri (Karatepe ve Avcı, 2002: 19; Babić – Hodović vd., 2019: 1), reklam endüstrisi hizmetleri (Quester ve Romaniuk, 1997: 183), ulaştırma ve taşımacılık hizmetleri (Cunningham vd., 2002: 4; Pekkaya ve Akıllı, 2013: 75), denetim ve danışmanlık hizmetleri (Fleischman vd., 2017: 116; Meriç ve Karabayır, 2019: 559), kamusal hizmetler (Gümüş ve Köleoğlu, 2002: 373) gibi çeşitli alanlarda da pek çok uygulamaya sahiptir.

## **2.7.Literatür Taraması**

Yapılan literatür incelemeleri sonucunda kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi kavramları ile ilişkilendirilen pek çok araştırma alanı karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma için literatür taraması yapılırken başta kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk, paydaş katılımı ve hizmet kalitesi olmak üzere diğer ilişkili kavramlar olan müşteri memnuniyeti, kurumsal itibar, kurumsal imaj, müşteri güveni, marka değeri, tekrar satın alma niyeti ve kurumsal performans konularının ele alındığı çalışmalar incelenmiştir. İlerleyen paragraflarda bu çalışmaların bazıları açıklanmış, daha sonra

çalışmanın yazarı/ları, yayın yılı, amacı ve kullanılan yöntemler Tablo 10'da özetlenmiştir.

Bloemer vd. (1998) çalışmalarında, banka sektöründe imaj, algılanan hizmet kalitesi ve memnuniyetin sadakati nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Araştırmalarının evrenini Hollanda'da faaliyet göstermekte olan bir bankanın müşterileri oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğini kullanmışlardır. İlgili kavramlar arasındaki nedensel ilişkilerin test edilmesi için korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar, imajın algılanan kalite yoluyla banka sadakati ile dolaylı olarak ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte hizmet kalitesinin, memnuniyet yoluyla banka sadakati ile hem doğrudan hem de dolaylı olarak ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın konusunu oluşturan yapıların boyutları düzeyinde de kalitenin, güvenilirlik boyutu ile imajın, pazar konumu boyutunun banka sadakatinin itici gücü olduğu da araştırmanın bulguları arasındadır.

Fahlioğulları (2009) çalışmasında, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının müşteri güveni ve kurumsal imaj üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki GSM operatörü kullanıcıları oluşturmaktadır. Toplanan veriler doğrusal çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının müşteri güveni ve kurumsal imaj kavramları üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Kuo ve Ye (2009) çalışmalarında, geçmişte yaptıkları araştırmalarda karşılına çıkan teorik bir yapıyı incelemiştir. Hizmet kalitesinin ve kurumsal imajın, öğrencilerin mesleki eğitim kurumlarına olan bağlılıklarını etkileyen bir unsur olduğu hipotezini test etmişlerdir. Çalışmanın evrenini Tayvan'da faaliyet göstermekte olan mesleki eğitim kurumları oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. İlgili teorik yapı yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Sonuçlar, hizmet kalitesinin ve kurumsal imajın öğrenci memnuniyetini sağlamada kritik unsurlar olduğunu göstermiştir; hizmet kalitesi ve kurumsal imaj, öğrenci memnuniyeti aracılığıyla dolaylı olarak öğrenci sadakatini etkilemektedir.

Caruana ve Ewing (2010) araştırmalarında, kurumsal imaj ve kalitenin online müşteri sadakati üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmalarının evrenini çevrimiçi kitap alışverişi yapan kişiler oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket

tekniklerinden yararlanılmıştır, süreç çevrimiçi olarak yürütülmüştür. Veri toplama süreci eş zamanlı olarak Güney Afrika ve Avusturya’da çevrimiçi kitap alışverişi yapan kişiler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri analizi yapısal eşitlik modellemesi ile gerçekleştirilmiştir. İki örneklemeden elde edilen bulgular, kurumsal itibarın sadakat üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ve algılanan değer ve kalitenin boyutları için sadakat üzerindeki etkileri açısından önemli bir aracılık etkisi sağladığını göstermiştir.

First ve Khetriwall (2010) çalışmalarında, bir firmanın çevresel yöneliminin kurum marka değerini etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Bu çalışmada, kurumsal çevrecilik iki açıdan ele alınmıştır. Bunlar; çevresel yerleşiklik (çevresel değerlerin marka kimliğine dâhil edildiği seviye) ve çevresel performanstır (bir firmanın çevre politikalarına ve iyi uygulamalara uyum düzeyi). Çalışmanın evrenini çevresel yönelimlerini web sitelerinde rapor olarak sunan firmalar oluşturmaktadır. Veriler firmaların yayınladıkları raporlardan elde edilmiştir, ANOVA ve bağımsız gruplar t – testi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak, tüketicilerin çevre liderlerini ödüllendirip ödüllendirmediği ve çevresel görüşlerini marka algılarına ve satın alma kararlarına dönüştürerek çevrecileri cezalandırıp cezalandırmadığına dair kesin bir kanıt elde edilememiştir. Varsayılan ilişkilerin başka unsurlar tarafından yönetildiğine ve aracılık ettiği görüşü varsayılmıştır. Bu nedenle yöneticilere, kurumsal sosyal sorumluluğu reddetmemeleri, bunun yerine çevresel faaliyetlere ve bu faaliyetlerin tüketicilere tanıtılmasına yatırım yapmaları tavsiye edilmiştir.

Virvilaite ve Daubaraite (2011) çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal imaj üzerindeki etkisini tespit etmeyi ve bulguları teorik ve ampirik olarak ele alarak analiz etmeyi amaçlamıştır. Bu makalenin ilk bölümü, kurumsal sosyal sorumluluğun teorik kavramına odaklanmaktadır. Yazarlar, kurumsal sosyal sorumluluğun farklı tanımlarını analiz etmekte, bunun kronolojik gelişimini gözden geçirmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik olumlu ve olumsuz konular sunulmakta ve karşılaştırılmaktadır. Bu makalenin ikinci kısmı, kurumsal imajın teorik çerçevesini ve kurumsal imajı ifade eden faktörleri ortaya koymaktadır. Bu makalenin yazarları, daha sonra kurumsal imaj yönetiminin güncelliğini tartışmakta ve belirli faktörleri yönetimin temelini ortaya koyarak kurumsal imajı oluşturan faktörleri adlandırmaktadır. Bu makalenin ilk iki bölümü, daha fazla, tartışma için teorik bir temel sağlamıştır. Üçüncü bölüm, kurumsal sosyal sorumluluk ve müşteri ilişkileri arasındaki

nedenselliğe ilişkin kavrayışları özetlemektedir. İncelenen literatürde, kurumsal sosyal sorumluluğun kurum imajı üzerinde olumlu etkisi olduğu belirtilmektedir.

Chen vd. (2012)'nin yapmış oldukları çalışmada hizmet kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluğun, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ve müşteri memnuniyetinin müşterilerin, korumalı istihdam kurumlarından satın alma sonrası algısına yönelik etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklemdeki birimler basit rastgele örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Elde edilen verilere ilk olarak açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Daha sonra güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Son olarak korelasyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ile pozitif bir ilişkisi olduğu ve müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmede güvenilirlik boyutunun en önemli faktör olduğu görülmüştür. Bununla birlikte hizmet kalitesine ilişkin müşteri memnuniyetinin, müşterinin satın alma sonrası algısını etkilediği, güler yüzlü ve yardımsever çalışanların müşterileri memnun edebileceğini ve memnuniyet düzeylerini artırabileceğini ve ayrıca tüketicilerin satın alma sonrası olumlu niyetlerini teşvik edebileceğini göstermiştir.

Gatti vd. (2012) araştırmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibarın, algılanan kalite üzerinde avantaj sağlayacağı üzerine ortaya atılan iddiayı incelemeyi amaçlamışlardır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır ve örneklem olarak İtalyan Yılbaşı Pastası (Panettone) üretimi yapan bir pastanenin müşterileri seçilmiştir ve elverişlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. İlk olarak tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile örneklemdeki bireylerin demografik özelliklerine ilişkin dağılımlara yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın ana amacı olan ilgili kavramlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Analizlerin sonucunda algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal itibar ve nihai olarak satın alma niyeti üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir.

Lemmalodesso (2012), Etiyopya'daki kamu yükseköğretim kurumlarında farklı paydaşların hizmet kalitesi iyileştirme girişimlerini nasıl algıladıklarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla karma araştırma metodolojisi kullanılmıştır. Ayrıca, ikincil veriler çeşitli literatürden, birincil veriler ise SERVQUAL ölçeği kullanılarak ve odak grup görüşmeleri yoluyla kamu yükseköğretim kurumlarındaki akademik personel ve son

sınıf öğrencilerinden toplanmıştır. Toplanan veriler hem betimsel hem de çıkarımsal istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, hizmet kalitesi iyileştirme girişimlerinin tüm boyutlarının akademik personel ve öğrenciler tarafından çok zayıf olarak algılandığını göstermiştir.

Leaniz ve Bosque (2013) çalışmalarında, sürdürülebilirlik yazınında yer alan kurumsal sürdürülebilirliğin kurumsal itibar üzerinde oynadığı kilit rolü kendi çalışmaları kapsamında incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın evrenini İspanya'da faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinin müşterileri oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yazarlar çalışmanın hipotezlerini test etmek için bir yapısal eşitlik modeli geliştirmişlerdir. Yapısal eşitlik modeli, sürdürülebilirliğin kurumsal itibar üzerinde hayati bir rol oynadığını göstermiştir. Bulgular, sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları ayrı ayrı incelendiğinde her birinin kurumsal sürdürülebilirliğin üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Darmayanti ve Cahyano (2014) çalışmalarında, Endonezya'daki iki büyük şehirde algılanan hizmet kalitesi, tutumsal sadakat ve kurumsal sosyal sorumluluğun perakende bankacılıkta tekrar patronaj niyetini etkilemedeki rolünü belirlemeyi amaçlamışlardır. Buna ek olarak, bu çalışmada sosyo – demografik faktörlerde bu dört kavram için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını da incelemişlerdir. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır ve örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anketlerde yanıt sütunları 4'lü likert olarak kategorize edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde regresyon analizi, ANOVA ve bağımsız örneklem t – testi kullanılmıştır. Tekrar patronaj niyeti ile tutumsal sadakat kavramları arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ancak algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk ile tekrar patronaj niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki elde edilmemiştir. Ayrıca, yaş kategorisinde algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Aynı zamanda eğitim düzeyi kategorisinde kurumsal sosyal sorumluluk algısında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır.

Huang vd. (2014) araştırmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk, hizmet kalitesi, kurumsal imaj ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi keşfetmeyi amaçlamışlardır. Ayrıca, kurumsal imajın, kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesi üzerinden satın alma

niyeti üzerinde aracılık etkisinin olup olmadığını incelemek de çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın evreni küçük ölçekli marketleri tercih eden müşterilerden oluşmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır ve çalışma yüz yüze yürütülmüştür. Elde edilen veriler regresyon analizi ile incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal imaj, hizmet kalitesi ve satın alma niyetleri üzerinde önemli düzeyde olumlu bir etkiye sahiptir. Ayrıca hizmet kalitesi, kurumsal imaj ve satın alma niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bunlarla birlikte, kurumsal imajın kurumsal sosyal sorumluluk ile satın alma niyeti arasında ve hizmet kalitesi ile satın alma niyeti arasında aracılık rolü vardır.

Liat vd. (2014) çalışmalarında, servis kalitesi, müşteri memnuniyeti, örgütsel imaj ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın evrenini Malezya'da konaklamakta olan otel müşterileri oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Veriler korelasyon ve regresyon analizleri ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ilişkileri incelenmek istenen dört kavramın hepsinin birbiriyle ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir.

Kim ve Kim (2016) çalışmalarıyla, potansiyel müşterilerinin bir otelin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, hizmet kalitesi ve şeffaflığına ilişkin deneyimlerinin güven, memnuniyet ve müşteri sadakati algılarını nasıl etkilediğini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Veri toplamada anket yönteminden yararlanılmıştır. Hipotezler test edilmeye başlanmadan önce kullanılan ölçüm araçlarının yapısal geçerlilikleri doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmış daha sonra yapısal eşitlik modeli ile ilgili kavramlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ve itibar, güven ve memnuniyet kavramlarıyla pozitif bir ilişkiye sahipken, hizmet kalitesinin de müşteri sadakati üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca şeffaflığın da müşteri güveni üzerinde, müşteri güveninin de müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. Güvenin, müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerindeki etkisine aracılık ettiği görülmüştür.

Brockhaus vd. (2017) çalışmalarında, mevcut literatürde yer alan tüketicinin hizmet kalitesi algısının bir şirketin sürdürülebilirlik çabalarına verilen tepkileri etkilediği iddiasını incelemişlerdir. Çalışmanın evrenini Batı Amerika Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır ve süreç çevrimiçi olarak yürütülmüştür. Veri analizi bağımsız gruplar t – testi, ANCOVA,

MANCOVA, regresyon ve korelasyon analizleriyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre önceden var olan olumlu hizmet algılarının, tüketicilerin sürdürülebilirlik algılarını güçlendirdiği buna karşılık olumsuz hizmet kalitesi algılarının, sürdürülebilirlik getirilerini baltalayarak, sürdürülebilirlik girişimlerine karşı sinizm yarattığı sonucu elde edilmiştir.

Garry ve Harwood (2017), mevcut literatürün çoğunun, çağdaş motive olmuş tüketicilerin firmaları yalnızca kurumsal itibarlarına göre değil, aynı zamanda kurumsal sürdürülebilirlik stratejilerine dayalı olarak değerlendirdiğini öne sürmüşlerdir. Bununla birlikte kurumsal itibar, kurumsal sürdürülebilirlik stratejisi ve bir firmanın ürün ve hizmet nitelikleri arasındaki karşılıklı ilişkiyi ve bilişsel tutumları inceleyen araştırmaların yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu boşluğu gidermek adına kavramsal bir çerçeve geliştirmek için literatürden yararlanan ve ardından faydacı bir bağlamda kurumsal itibar, kurumsal sürdürülebilirlik ve ürün/hizmetler arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışma hazırlamışlardır. Çalışmada odak grup olarak telekomünikasyon sektörü seçilmiştir. Veri toplama iki temel aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren altı firmanın kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleriyle ilgili web sitelerinin içerik analizi yapılmıştır. Daha sonra odak grup çalışmaları yapılmıştır. Sonuç olarak katılımcılar, birçok firmanın net ve olumlu web – tabanlı iletişim stratejisine sahip olmasına rağmen telekomünikasyon sektörünü kurumsal sürdürülebilirlik ile ilişkilendirmemişlerdir.

Axjonow vd. (2018) çalışmalarında, işletmeler tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, profesyonel olmayan paydaşlar tarafından algılandığı şekliyle kurumsal itibar üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Bu çalışma internet tabanlı olarak pazar araştırması kapsamında faaliyet gösteren bir anket şirketi olan YouGov'un elinde bulunan Amerika'daki firmaların verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veriler, regresyon ve korelasyon analizi çözümlenmiştir. Bulgulara göre, literatürde hâkim olan inanışın aksine kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, profesyonel olmayan paydaşların kurumsal itibar algılarını etkilemediği tespit edilmiştir. Alt bulgular olarak da profesyonel paydaşlar bakımından kurumsal itibar algılarının etkilendiği ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının firmaların internet sitelerinde yayınlanmasının profesyonel olmayan paydaşlar arasındaki kurumsal itibarı etkileyebileceğine dair sonuçlar elde edilmiştir.



Barabiar – Diez ve Sotorrió (2018) çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile kurumsal itibarın sağlanması arasındaki ilişkiye ışık tutmaya çalışmıştır. Çalışmanın evrenini İspanyol Ibex35'te listelenen ve finansal ve makroekonomik veri platformu olan Thomson Reuters Datastream veri tabanında yer alan şirketler oluşturmaktadır ve kullanılan veriler bu platformlardan elde edilmiştir. Verilerin analizinde korelasyon analizi ve yapısal eşitlik modellemesine başvurulmuştur. Önerilen yapısal eşitlik modellemesine göre şeffaflığın kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucu elde edilmiştir.

Türk ve Çakır (2019) çalışmalarında, ekoturistlerin, çevreye ilişkin algı ve davranışlarının, ekoturizm faaliyetlerine ve bu faaliyetlerin hizmet kalitesi algı ve beklenti seviyesi ile değiştirme davranışı üzerine etkisi olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın evrenini Muğla'nın Fethiye ve Ortaca ilçelerini turistik amaçlı ziyaret eden kişiler oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında kurulan hipotezlerin kabul durumu korelasyon analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara göre, çevresel tutum ve davranış unsurlarının hizmet kalitesi beklenti düzeyinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı fakat algı düzeyinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Yuen vd. (2018) çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesinin işletmelerin performansı üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlamıştır. Çalışmanın evrenini denizcilik sektöründe faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Veri toplamada görüşme ve anket tekniklerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir. Analizler neticesinde kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesinin, iş ve müşteri memnuniyetini artırmada birbirini desteklemekte olduğu ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını gerçekleştirmenin bir işletmenin mevcut hizmet kalitesi kabiliyetine ve motivasyonuna bağlı olduğu sonuçları elde edilmiştir.

Aye ve Kohsuwan (2019) çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesinin Myanmar'daki özel banka müşterilerinin müşteri sadakatleri üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluğun müşteri sadakati üzerinde pozitif etkilerinin olduğu görülmüştür.

Ancak hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

Keni vd. (2019) çalışmalarını, otel endüstrisinde hizmet kalitesi ve kurumsal itibarın turist sadakati üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapmışlardır. Çalışmanın evrenini Endonezya’da faaliyet göstermekte olan otellerin müşterileri oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler kısmi en küçük kareler – yapısal eşitlik modellemesi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz çıktılarına göre, Endonezya otel endüstrisinde hem hizmet kalitesinin hem de kurumsal itibarın turist sadakati üzerinde olumlu bir etkisi sonucu elde edilmiştir.

Kwon ve Lee (2019) çalışmalarında, yüksek teknoloji odaklı firmalarda sürdürülebilirlik, operasyonel verimlilik ve kurumsal itibarın piyasa değerlendirme üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmanın evrenini Newsweek dergisinin yayınlamış olduğu Yeşil Şirketler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde geri yayımlı çok katmanlı yapay sinir ağları, veri zarflama analizi ve sıradan en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucunda piyasa değerlemesinin üzerinde çevresel sürdürülebilirliğin ve itibarla olan etkileşiminin ortaklaşa etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Song vd. (2019) çalışmalarında, Güney Kore’deki Asiana Havayolu’nun algılanan hizmet kalitesi, kurumsal imajı, müşteri güveni ve kurumsal itibarı arasındaki nedensel ilişkileri incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın evrenini ilgili hava yolunu kullanarak yolculuk eden yolcular oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğini tercih etmişlerdir ve bu çalışmayı yüz yüze yürütmüşlerdir. Nedensel ilişkiler test edilmeden önce ilk olarak kullanılan ölçeklere doğrulayıcı faktör analizini uygulamışlar daha sonra yapısal eşitlik modellemesi ile kavramlar arası ilişkileri analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, hizmet kalitesinin yanıt verebilirlik ve güvenilirlik boyutlarının kurumsal imajı ve müşteri güvenini önemli ölçüde etkilediği ve kurumsal imaj ve müşteri güveninin kurumsal itibarı önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir.

Ajina vd. (2020) çalışmalarında, Suudi Arabistan’da çalışmakta olan kişilerin sosyal sorumluluk uygulamaları çalışmaları olan finansal hizmet sağlayıcı işletmelere yönelik algılarını araştırmayı amaçlamışlardır. Aynı zamanda bu finansal hizmet sağlayıcıların marka değerlerini geliştirmek için sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla katılım göstermelerinin nedenleri ve zorlukları incelenmiştir, Suudi Arabistan’da

faaliyet gösteren İslami bankalar kapsamında yürütülmüştür. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgili nedenlerin ve zorlukların belirlenmesi aşamasında tümevarımsal bir yaklaşım kullanılmıştır. Araştırma tasarımında, Suudi Arabistan'da finansal hizmet sektöründeki çalışanlar arasında derinlemesine görüşmelerin gerçekleştirildiği nitel bir yaklaşım izlenmiştir. Bulgular, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin odağının faaliyetlerin büyüklüğü, niteliği ve bu faaliyetlere olan tutum olduğunu göstermiştir. Bu bankaların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmesine araçsal ve etik güdülerin sebep olduğu görülmektedir. Bu faaliyetleri gerçekleştirirken karşılaşılan başlıca zorlukların; hükümet, iş dünyası, hayır kurumları ve müşterilerden kaynaklandığı ortaya koyulmuştur.

Bello vd. (2021) çalışmalarında, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun hizmet kalitesi, memnuniyet ve tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemeyi, hizmet kalitesi ve memnuniyetin aracı etkisini araştırmayı ve tüketici hakları bilincinin algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ile tüketici tepkileri arasındaki ilişkinin üzerindeki düzenleyici etkilerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın evrenini Nijerya'daki mobil telekomünikasyon şirketlerinin müşterileri oluşturmaktadır. Çalışmanın amacında bahsedilen ilişkileri ve etkileri incelemek için kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Yapılan analizlerin bulguları, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun hizmet kalitesi, memnuniyet ve tekrar satın alma niyeti üzerinde doğrudan ve olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Ayrıca, hizmet kalitesi ve memnuniyetin, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisinde aracılık ettiği tespit edilmiştir. Bunlarla birlikte tüketici hakları bilincinin, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun hizmet kalitesi algıları ve yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisinin üzerinde düzenleyici rolü olduğu görülmüştür.

Najib vd. (2020) çalışmalarında, küçük ölçekli kahve dükkânlarının kurumsal sürdürülebilirlikleri üzerinde pazar yönelimi ve hizmet kalitesinin rolünü incelemeyi amaçlamışlardır. Veri toplamada anket yönteminden yararlanılmıştır. Hipotezler sınanmaya başlanmadan önce ilk olarak ölçeklerin yapısal geçerliliğini test etmek için ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış daha sonra yapısal eşitlik modeli ile ilgili kavramlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre pazar yönelimi ile kurumsal sürdürülebilirlik arasında önemli bir ilişki olduğu, hizmet kalitesinin kurumsal sürdürülebilirlik üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Aynı zamanda pazar yöneliminin hizmet kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

Saeid (2020) çalışmasında, Libya Ulusal Arşivi kapsamında hizmet kalitesi algısı – sınırsız iyileşme ve örgüt performansı kavramları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın evrenini Libya Ulusal Arşivi’ni ziyaret eden kişiler oluşturmaktadır. Yazar, veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanmıştır. Anket çalışması yüz yüze yürütülmüştür. Araştırma kapsamında kurulan hipotezler korelasyon analizi ve regresyon analizi ile sınanmıştır. Hizmet kalitesi – sınırsız iyileşme ve hizmet kalitesi – örgüt performansı ilişkilerinin güçlü pozitif, sınırsız iyileşme – örgüt performansı arasındaki ilişkinin de güçlü pozitif olduğu sonucu elde edilmiştir.

Erçin (2021) çalışmasında, kurumsal sosyal sorumluluk, hizmet odaklılık ve işveren markası çekiciliği kavramları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın evrenini lojistik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin çalışanları oluşturmaktadır. Veri toplamada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın hipotezleri regresyon analizi ve korelasyon analizi ile test edilmiştir. Bu çalışma kapsamındaki analizler sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hizmet odaklılık ve işveren markası çekiciliği üzerinde olumlu bir etki yarattığı sonucu elde edilmiştir.

Manav (2021), sağlık alanı kapsamında personel güçlendirmenin, hizmet kalitesi ve marka değeri ile olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın evrenini Çanakkale ilinde faaliyet göstermekte olan kurumlarda çalışan sağlık personeli oluşturmaktadır. Örneklem olarak Çanakkale’deki bir araştırma hastanesinin personeli çalışma kapsamına alınmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır ve çalışma yüz yüze yürütülmüştür. Çalışma hipotezlerinin sınanması korelasyon analizi ve regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında personel güçlendirmenin hizmet kalitesi ve marka değeri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Mısırlıoğlu (2022) çalışmasında, JCI’ya akredite olan sağlık işletmelerinde akreditasyon ve hizmet kalitesi algıları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmasının evrenini JCI’ya akredite olan sağlık işletmelerinde yönetim kadrosunda görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak anket tekniğini tercih edilmiştir. Anket çalışmasını hem yüz yüze hem de online olarak gerçekleştirmiştir.

Yazar hipotezlerini sınamaya başlamadan önce ilk olarak ölçeklerinin yapısal geçerliliğini test etmek için ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulamıştır. Daha sonra hipotezlerin sınanması için bağımsız örneklem t – testi, ANOVA ve yapısal eşitlik modellemesini kullanmıştır. Analizler sonucunda akreditasyona ilişkin algıların hizmet kalitesi üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu gösteren bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 10.** Literatür Taraması – Özet Tablo

Yazar – Yıl	Çalışmanın Amacı	Analiz Yöntemleri
Bloemer vd. (1998)	Banka sektöründe imaj, algılanan hizmet kalitesi ve memnuniyetin sadakat üzerindeki etkilerinin araştırılması	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Fahliogulları (2009)	Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının müşteri güveni ve kurumsal imaj üzerindeki etkilerinin ortaya konması	Doğrusal çoklu regresyon
Kuo ve Ye (2010)	Hizmet kalitesinin ve kurumsal imajın, öğrencilerin mesleki eğitim kurumlarına olan bağlılıklarına etkisinin araştırılması	Yapısal eşitlik modellemesi
Caruana ve Ewing (2010)	Kurumsal imaj ile hizmet kalitesinin e – müşteri sadakati üzerindeki etkisinin ortaya konulması	Yapısal eşitlik modellemesi
First ve Khetriwall (2010)	Çevresel uygulamaların kurum marka değeri üzerindeki etkilerinin araştırılması	ANOVA Bağımsız gruplar t-testi
Virvilaite ve Daubaraite (2011)	Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal imaj üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Literatür taraması
Chen vd. (2012)	Hizmet kalitesi ile kurumsal sosyal sorumluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerinin araştırılması	Açıklayıcı faktör analizi Güvenilirlik analizi Korelasyon analizi
Gatti vd. (2012)	Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibarın, algılanan kalite üzerindeki etkilerinin araştırılması	Yapısal eşitlik modellemesi
Lemmalodesso (2012)	Etiyopya'daki kamu yükseköğretim kurumlarında paydaşların, hizmet kalitesi ile ilgili yapılan iyileştirmeler üzerine algılarının tespit edilmesi	Betimsel analiz Çıkarımsal analiz
Leaniz ve Bosque (2013)	Kurumsal sürdürülebilirliğin kurumsal itibar üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Yapısal eşitlik modellemesi
Darmayanti ve Cahyano (2014)	Algılanan hizmet kalitesi, tutumsal sadakat ve kurumsal sosyal sorumluluğun perakende bankacılıkta tekrar patronaj niyetini etkilemedeki rolünün belirlenmesi	Regresyon analizi ANOVA Bağımsız gruplar t-testi
Huang vd. (2014)	Kurumsal sosyal sorumluluk, hizmet kalitesi, kurumsal imaj ve tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkinin keşfedilmesi	Regresyon analizi

**Tablo 10.** Literatür Taraması – Özet Tablo – *devamı*

Yazar – Yıl	Çalışmanın Amacı	Analiz Yöntemleri
Liat vd. (2014)	Servis kalitesi, müşteri memnuniyeti, örgütsel imaj ve müşteri sadakati arasındaki ilişkinin incelenmesi	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Kim ve Kim (2016)	Potansiyel müşterilerin bir otelin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, hizmet kalitesi ve şeffaflığına ilişkin deneyimlerinin güven, memnuniyet ve müşteri sadakati algıları üzerine etkilerinin araştırılması	Doğrulayıcı faktör analizi Yapısal eşitlik modellemesi
Brockhaus vd. (2017)	Tüketicilerin hizmet kalitesi algılarının, şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik çabalarına verilen tepkilerin üzerindeki etkisinin incelenmesi	Bağımsız gruplar t-testi ANCOVA MANCOVA Korelasyon analizi Regresyon analizi
Garry ve Harwood (2017)	Kurumsal itibar, kurumsal sürdürülebilirlik ve ürün/hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi	İçerik analizi
Axjonow vd. (2018)	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, profesyonel olmayan vatandaşlar tarafından algılandığı şekliyle kurumsal itibar üzerindeki etkilerinin araştırılması	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Barabiar-Diez ve Sotorrio (2018)	Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile kurumsal itibarın sağlanması arasındaki ilişkinin belirlenmesi	Korelasyon analizi Yapısal eşitlik modellemesi
Türk ve Çakır (2019)	Eko-turistlerin çevreye ilişkin algı ve davranışlarının, ekoturizm faaliyetlerine, hizmet kalitesi algı ve beklenti düzeyi ve değiştirme davranışı üzerine etkilerinin incelenmesi	Korelasyon analizi Yapısal eşitlik modellemesi
Yuen vd. (2018)	Kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesinin işletme performansı üzerindeki etkilerinin araştırılması	Yapısal eşitlik modellemesi
Aye ve Kohsuwan (2019)	Kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerinin araştırılması	Doğrulayıcı faktör analizi Yapısal eşitlik modellemesi
Keni vd. (2019)	Otel endüstrisinde hizmet kalitesi ve kurumsal itibarın turist sadakati üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi	Kısmi en küçük kareler-yapısal eşitlik modellemesi
Kwon ve Lee (2019)	Yüksek teknoloji odaklı firmalarda sürdürülebilirlik, operasyonel verimlilik ve kurumsal itibarın piyasa değerlendirme şekli üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Geri yayımlı çok katmanlı yapay sinir ağları Veri zarflama analizi En küçük kareler yöntemi
Song vd. (2019)	Bir havayolu firmasında, algılanan hizmet kalitesi, kurumsal imaj, müşteri güveni ve kurumsal itibar arasındaki nedensel ilişkilerin araştırılması	Doğrulayıcı faktör analizi Yapısal eşitlik modellemesi

**Tablo 10.** Literatür Taraması – Özet Tablo – *devamı*

<b>Yazar – Yıl</b>	<b>Çalışmanın Amacı</b>	<b>Analiz Yöntemleri</b>
Ajina vd. (2020)	Suudi Arabistan’da çalışmakta olan kişilerin sosyal sorumluluk uygulamaları olan finansal hizmet sağlayıcı işletmelere yönelik algılarının belirlenmesi	Derinlemesine görüşme
Bello vd. (2020)	Mobil telekomünikasyon şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, hizmet kalitesi, memnuniyet ve tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ve hizmet kalitesi ve memnuniyetin aracılık etkilerinin incelenmesi	Kısmi en küçük kareler – yapısal eşitlik modellemesi
Najib vd. (2020)	Küçük ölçekli kahve dükkanlarının kurumsal sürdürülebilirliklerinde pazar yönelimi ve algılanan hizmet kaliteleri üzerindeki rolünün belirlenmesi	Doğrulayıcı faktör analizi Yapısal eşitlik modellemesi
Saeid (2020)	Libya Ulusal Arşivi kapsamında hizmet kalitesi algısı, sınırsız iyileşme ve örgüt performansı kavramlarının arasındaki ilişkinin araştırılması	Korelasyon analizi
Erçin (2021)	Lojistik sektöründe faaliyet gösteren firmaların kurumsal sosyal sorumluluk, hizmet odaklılık ve işveren markası çekiciliği kavramları arasındaki ilişkinin incelenmesi	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Manav (2021)	Sağlık sektörü kapsamında personel güçlendirmenin, hizmet kalitesi ve marka değeri kavramları ile olan ilişkinin ortaya konması	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Mısırlıoğlu (2022)	JCI’ya akredite olan sağlık işletmelerinde akreditasyon performansı ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi	Doğrulayıcı faktör analizi Bağımsız gruplar t-testi ANOVA Yapısal eşitlik modellemesi

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

#### 3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın genel amacı, TOBB'a bağlı oda ve borsalarda kurumsal sürdürülebilirlik bakış açısı ile oda ve borsaların sunmuş oldukları hizmetin algılanan nitelikleri arasındaki ilişkileri araştırmak ve bu ilişkinin eğilimini belirlemektir. Bunun yanı sıra kurumsal sürdürülebilirlik algısı ile algılanan hizmet kalitesinin sosyo – demografik değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin de tespit edilmesi bu çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır.

Giderek artan dünya nüfusu, hizmet ya da ürün sağlayıcı tüm organizasyonların şeffaf olmalarını ve günümüzün sosyal ve çevresel sorunlarını dikkate almalarını talep eder hale gelmiştir. Gittikçe daha fazla organizasyon, yeşil ve sosyal açıdan sorumlu uygulamaları kurumsal stratejilerine dâhil etme baskısını hissetmeye başlamıştır. Organizasyonları kurumsal sürdürülebilirliğe iten birçok sebep vardır. Kurumsal sürdürülebilirlik maliyet tasarrufu sağlar. Kaynak tüketimini azaltarak, kirlilik oluşumunu sınırlandırarak ekonomik verimliliğin artmasında büyük bir rolü vardır. Maliyet tasarrufları, bir organizasyonun gezegen üzerindeki olumlu etkisini daha da artırmak için ek sürdürülebilirlik çabalarına yeniden yatırılabilir. Kurumsal sürdürülebilirlik, güvenilirliği, güveni ve marka itibarını artırır. Paydaşlar, organizasyonları kurumsal değerlerine göre değerlendirmektedir. İsrafın azaltılmasını taahhüt etmek, hedefler konusunda şeffaf olmak, müşteriler, çalışanlar ve diğer paydaşlarla güvene dayalı ilişkiler ve güvenilirlik yaratmada yardımcı olmaktadır. Sürdürülebilirliği taahhüt ederek süreçleriyle bütünleştiren organizasyonların müşterilerinin memnuniyetini sağlamada daha başarılı olduğunu gösteren çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik, müşteri memnuniyetini sağlamada itici bir unsur olarak kabul edilmektedir. Sürdürülebilir stratejilere yatırım yapmak, organizasyonların daha yüksek sektör standartları oluşturmasına yardımcı olur ve rakip organizasyonların haksız uygulamaları ve çevresel olarak sorumsuz uygulamaları öne sürmelerini zorlaştırır. Organizasyonların çevreye duyarlı uygulamaları seçerek değişen yasal düzenlemelere uymalarını kolaylaştırır, gelecekte karşılaşmaları muhtemel olan



riskleri azaltmada yardımcı olur ve bu sayede paydaşlarla olan iletişimlerini güçlendirir. Sürdürülebilirlik çabaları çalışanların karar süreçlerine katılımını sağlar ve aidiyet duygusu oluşturur. Çalışanların yetenek edinme çabalarının desteklenmesini sağlar. İstihdam seçenekleri sunulduğunda aynı ücret teklifinde bulunan işverenler arasında atıkları azaltma, kariyer desteği gibi çevresel ve sosyal konulara daha duyarlı olanlara başvurmak daha çekici gelebilir.

Sektör fark etmeksizin müşteriler, sunulan hizmeti yalnızca fiyatına göre değil, genellikle kalitesine göre değerlendirir. Yapılan araştırmalar, müşterilerin iyi yapıldığını düşündükleri veya standardının ötesinde sunulduğunu düşündükleri hizmet için daha fazla ödeme yapacaklarını göstermiştir. Müşteriler, kaliteli hizmetler sunulmasını beklemektedir. Müşteriler, beklentileri karşılanmadığı durumlarda hızla alternatiflerini arama yoluna giderler. Kalite, müşterileri mutlu etmek ve gelecekte satın almaya devam etmeleri için yani sadakatlerini sürdürebilmeleri için önemlidir. Kalite, benzer hizmetler veren kuruluşların farklılaştırıcısıdır. Hizmet kalitesi, işletmelerin itibarına yansır. Sosyal medya, işletmelerin itibarlarını yansıtan önemli çevrimiçi araçlardır. Bu araçlar, hizmet kalitenizle ilgili olumlu görüşleri ve eleştirileri kolayca paylaşabilecekleri anlamına gelir. Güçlü bir itibar, çok rekabetçi ortamlarda önemli bir farklılaştırıcı unsur olabilir. Hizmet organizasyonları vaat ettiklerini tutarlı bir şekilde yerine getirirse, müşterilerin sosyal medya platformlarında aldıkları hizmetten övgüyle bahsetmesi söz konusudur. Hizmet organizasyonlarının güçlü itibarını gören sosyal medya kullanıcılarının sizi tercih edebilirliği artar. Belirli paydaşlarla iş yapmak veya mevzuata uygun, kaliteli hizmet vermek için dünyada kabul gören kalite standartlarına bağlı olmak gerekebilir. Akredite kalite kontrol sistemleri, bu standartlara uyulmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu sistemler, potansiyel müşterilere hizmet organizasyonlarının kaliteli hizmet sunma yeteneğinin bağımsız onayını vererek yeni müşteriler kazanmasını sağlayabilir.

Odalar ve borsalar bir bölgedeki iş insanları ve sanayicilerin, o bölgelerin ticaretini ve sanayisini geliştirmek ve kendi refahlarını sağlamak için kanuna istinaden kurdukları anayasal sivil toplum kuruluşlarıdır. Günümüzde de oda ve borsalar ticaretin ve sanayinin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gelişim için uygun bir ortamın yaratılması gerekir, odalar ve borsalar çeşitli fuar, sempozyum, toplantı, vb. etkinlikler gerçekleştirerek ülke yönetiminin sorumlulukları hakkında işletmeleri bilgilendirir. Üyesi olan işletmelerin ülke ve dünya ticareti ile ilgili yasal kurallar, düzenlemeler ve mevcut ticaret ilişkileri gibi konularda araştırmalar yaparak farkındalıklarını artırır. Araştırma

sonuçlarını üyeleri ve kamuoyuyla paylaşır, bu sonuçlar, mevcut sorunları belirleme ve gelecekteki muhtemel sorunları öngörme konusunda işletmelere ışık tutar. Üyeler arasında uyumlu bir ilişki kurulmasına yardımcı olurlar. Aralarında herhangi bir anlaşmazlık olması durumunda çözüm üretici bir misyonu vardır. Bir ülkenin sanayisinin ve ticaretinin sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi ve sürdürülebilir şekilde kalkınması için sağlam bir sanayi politikasına ihtiyacı vardır. Odalar ve borsalar devlete, sanayi hukuku, ticaret politikaları, gümrük politikası, bütçe hazırlama ve formüle etme konusunda görüş ve önerilerde bulunarak yardımcı olur. Yeni girişimciler yetiştirmek ve mevcut üyelerinin yönetim becerilerini artırmak ve güncel tutmak için farklı türde eğitim ve geliştirme programları düzenlerler. Oda ve borsalar, düzenli yayınları aracılığıyla üyelerine en son gelişmeler ve haberleri sunarak üyelerinin bilgilerini güncel tutar.

Hizmet sunan sivil toplum kuruluşlarının başında gelen TOBB'a bağlı oda ve borsaların işletmelere sundukları hizmet ve onlara sağladıkları öncülük ile dolaylı olarak ülke ekonomisinin durumunu belirlemedeki rolü büyüktür. İşletmelerin mevcudiyetlerini sürdürdükleri piyasa koşullarında şu anki durumlarını koruyabilmesi ve iyileştirmesi, onlara hizmet veren paydaşlarının sundukları hizmetin niteliğiyle yakından ilgilidir. Ülke koşulları düşünüldüğünde işletmelerin birincil paydaşları, TOBB'a bağlı oda ve borsalardır. Üyesi olan işletmeleri korumak, onlara sağlıklı bir rekabet etme ortamı oluşturmak ve devlet ile aralarında iletişimi sağlamak oda ve borsaların temel görevleri arasında yer almaktadır.

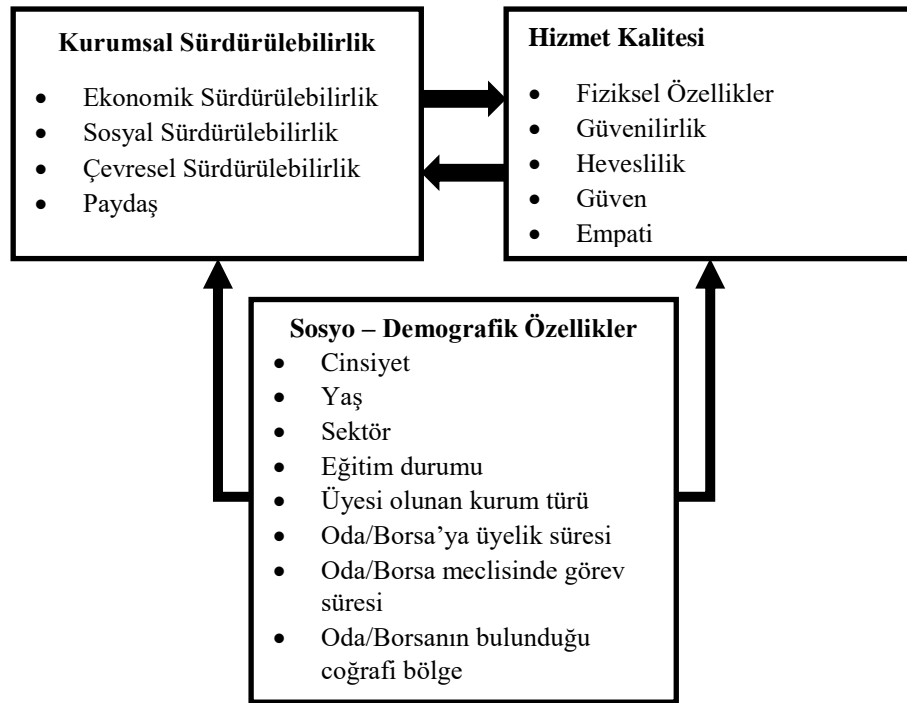
Bu çalışma, TOBB'a bağlı oda ve borsaları kapsam olarak alan, kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi kavramlarının birlikte ele alındığı az sayıda çalışmalardan biri olma niteliği taşımaktadır. Bu çalışmanın; ülkemiz literatüründe sosyal bilimler alanında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi konularını ele alan ve TOBB'a bağlı oda ve borsaları araştırma alanı olarak seçecek araştırmacılar için faydalı bir kaynak olması beklenmektedir.

### **3.2.Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri**

Araştırmacıların, üzerinde çalışacağı konu ile ilgili problemlere çözüm üretmek için izleyeceği adımları ve kullanacağı metotları belirlemek, araştırmanın değişkenlerini anlaşılır ve toplanan verinin analizini kolaylaştırmak için araştırmasının modeline karar vermesi gerekir (Yolcu ve Aça, 2019: 861). Araştırma modeli, araştırmacının sorguladığı durumu açıklığa kavuşturmak ya da oluşturduğu hipotezlerini sınamak amacıyla

araştırmacı tarafından oluşturulan bir plandır. Araştırma modeli, araştırma yapacaklar tarafından araştırma deseni şeklinde de ifade edilmektedir (Akmaz, 2022: 99).

Bu çalışmada, literatürde kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi kavramlarını aynı anda ele alan bir araştırmaya rastlanılmaması açısından kantitatif araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır (Şekil 8). Bu tür tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki değişimin varlığını ve derecesini tanımlamayı amaçlayan bir araştırma modelidir. İlişkisel tarama modelinin hem korelasyon hem de karşılaştırma türleri vardır. Korelasyon tipi modellerde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği ve var olan değişimin nasıl meydana geldiği incelenir (Gür vd., 2015: 15).



**Şekil 8.** Araştırma Modelinin Gösterimi

Araştırma hipotezleri, daha önce benzer çalışmalarda elde edilen bilgilerin doğruluğunu sınamak için kurulan, araştırmaya ilişkin değişkenler arasında dikkate değer ilişkilerin olduğunu varsayan ifadelerdir (Baloğlu, 2011: 125). Başka bir deyişle, gerçeklere (veya bazı makul varsayımlara) dayanarak bir şeyin neden veya nasıl çalıştığına dair bir açıklama sağlayan, ancak henüz test edilmemiş bir ifadedir. Hipotezler aynı zamanda araştırmanın mantığı içinde araştırma için bir çerçeve çizerek araştırmacının işini kolaylaştırır (Yener, 2018: 105).

Bu çalışmada kurumsal sürdürülebilirlik ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenmiştir, hem de bu iki kavramın puanlarının sosyo – demografik değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmaya ilişkin hipotezler şu şekildedir:

**H<sub>1</sub>:** Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>2</sub>:** Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>3</sub>:** Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>4</sub>:** Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile güven boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>5</sub>:** Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>6</sub>:** Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>7</sub>:** Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>8</sub>:** Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>9</sub>:** Çevresel sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>10</sub>:** Çevresel sürdürülebilirlik boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>11</sub>:** Paydaş boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>12</sub>:** Paydaş boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>13</sub>:** Paydaş boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>14</sub>:** Paydaş boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.

**H<sub>15</sub>:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>16</sub>:** Algılanan hizmet kalitesi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>17</sub>:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>18</sub>:** Algılanan hizmet kalitesi yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>19</sub>:** Kurumsal sürdürülebilirlik sektöre göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>20</sub>:** Algılanan hizmet kalitesi sektöre göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>21</sub>:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>22</sub>:** Algılanan hizmet kalitesi eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H<sub>23</sub>:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı üyesi olunan kuruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H24:** Algılanan hizmet kalitesi üyesi olunan kuruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H25:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı oda/borsa üyelik süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H26:** Algılanan hizmet kalitesi oda/borsa üyelik süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H27:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı oda/borsa meclisindeki görev süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H28:** Algılanan hizmet kalitesi oda/borsa meclisindeki görev süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H29:** Kurumsal sürdürülebilirlik algısı faaliyet gösterilen coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H30:** Algılanan hizmet kalitesi faaliyet gösterilen coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık gösterir.

### **3.3. Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada veri elde etme yöntemlerinden en çok tercih edilenlerden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket tekniği, önceden tanımlanmış bir grup insana, sorular sorarak araştırmada bilgi toplamak için kullanılacak bir süreç, araç veya tekniktir. Tipik olarak, araştırmacının katılımcıları ile araştırmayı yürüten kişi veya kuruluş arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırır (Jones vd., 2013: 5).

Anketin ilk bölümünde anketi dolduran kişinin sosyo – demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik; cinsiyet, yaş, sektör, eğitim durumu, görev yapılan oda/borsa türü, oda/borsaya üyelik süresi, oda/borsa meclisinde görev süresi ve oda/borsanın bulunduğu coğrafi bölgeyi tespiti yönelik maddelere yer verilmiştir. İkinci bölümde katılımcıların kurumsal sürdürülebilirlik algılarını ölçmeye yönelik maddeler, üçüncü ve son bölümde ise hizmet kalitesi algılarını tespiti yönelik maddeler yer almaktadır.

Kurumsal Sürdürülebilirlik ölçüm aracı; Shashi vd. (2018) tarafından geliştirilen ve Fidanoğlu (2021: 69)'nun çalışmasında kullanmış olduğu 'Kurumsal Sürdürülebilirlik Oryantasyonu Ölçeği' ile, Hahn ve Scheermesse (2006: 154), Aksoy (2013: 175), Tuna (2014: 184) ve Ayrıl (2021: 184)'ın çalışmalarında kullanmış oldukları anketlerden yararlanılarak hazırlanmıştır. Hazırlanan ölçüm aracı dört boyut altında ele alınan 25 maddeden oluşmaktadır. Hizmet Kalitesi ölçeği için; hizmet kalitesi performansını ortaya koymaya yönelik Cronin ve Taylor (1992) tarafından tasarlanan ve Büyükkökçü vd. (2014: 36)'nin çalışmaları için Türkçe'ye uyarladıkları (Tuna vd., 2020: 483) SERVPERF ölçeği tercih edilmiştir. SERVPERF ölçeği; beş boyut altında incelenen 22

maddeden oluşmaktadır (**Pamukkale Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu – Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği – Etik Kurulu Kararı – Evrak Tarih ve Sayısı: 03.06.2021 – E.58089**).

### 3.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Genel olarak popülasyon (evren = anakütle), belirli bir zamanda belirli bir bölgede yaşayan insanları ifade eder. İstatistikte popülasyon, bir çalışma için ilgilenilen, veri çekilen tüm öğelerin kümesidir. Popülasyon birey, nesne, olay, kurum vb. öğelerden oluşabilir (Tarsi ve Tuff, 2012: 1). Örneklem, daha büyük bir grubun daha küçük ve daha kolay yönetilebilir bir temsili olarak tanımlanır. Bir popülasyonun özelliklerini içeren bir alt kümesidir. Popülasyon büyüklüğü, tüm öğeler veya gözlemler teste dâhil edilemeyecek kadar büyük olduğunda örneklemden yararlanma yoluna gidilir. Örneklem, sınırlı kaynaklarla (zaman, maliyet, emek vb.) yoğun ve kapsamlı verilerin kolaylıkla toplanmasını sağlar (Sudman ve Blair, 1999: 270). Bu çalışmanın evrenini TOBB'a bağlı akredite oda ve borsaların (Tablo 11) meclis üyeleri oluşturmaktadır, örnekleme yöntemlerinden, popülasyonundaki her bir öğenin eşit bir şekilde örnekleme dâhil olma şansına sahip olduğu basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

**Tablo 11.** TOBB'a Bağlı Oda ve Borsaların Dağılımı

Kurum Türü	Genel	Akredite
Ticaret ve Sanayi Odası	186	133
Ticaret Borsası	113	90
Ticaret Odası	52	41
Sanayi Odası	12	12
Deniz Ticaret Odası	2	2

Kaynak: Ticaret Bakanlığı\_1 (2022)

Akreditasyon, bir organizasyonun belirlenmiş kalite standartlarını karşıladığının ve belirli uygunluk değerlendirme görevlerini yerine getirmek için yetkin olduğunun resmi, bağımsız bir doğrulamasıdır. Akreditasyon standartları, üyelere sunulan yüksek kalite ve hizmet yelpazesinin güvencesini sağlar. Oda ve borsaların üst birliği olan TOBB, kurumsal kabiliyetlerinin artması, sunulan hizmetlerin kalitesinin iyileştirilmesi, geleceğe yönelik misyon, vizyon, strateji ve plan oluşturma kültürünün yerleştirilmesi ve kurumsal yönetim ilkelerinin benimsenmesi amacıyla 2005 yılından bu yana akreditasyon çalışmalarını sürdürmektedir. Akreditasyon sisteminin amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren TOBB'a bağlı oda ve borsalarda kalite bilincinin gerçekleştirilen faaliyetlerin merkezine alınması, oda ve borsaların iş dünyası nezdinde saygınlığının ve hizmet

türlerinin arttırılması, hizmet kalitelerinin iyileştirilmesi, diğer oda ve borsalar ile iletişimlerinin geliştirilmesi suretiyle Avrupa Oda/Borsa Sistemi'ne uyumlarının sağlanmasıdır. Bugüne kadar 188 oda ve 90 borsa olmak üzere toplamda 278 oda ve borsa akreditasyon sistemi şartlarını sağladıklarını belgelemiştir (TOBB\_1, 2022).

Akredite oda ve borsalar TOBB'un yayınlamış olduğu Akreditasyon Kılavuzu'nda yer alan Akreditasyon Standardı'nı uygulamakla yükümlüdürler. Akreditasyon Standardı iki ana bölümden oluşmakta olup, standartta bir oda ve borsanın akredite olabilmesi için sahip olması gereken "Temel Yeterlilik" ve üyelerine sunulması gereken "Temel Hizmet" alanları bulunmaktadır. Temel Yeterlilik bölümü, "Yönetim ve Oda/Borsa Mevzuatı, Mali Yönetim, İnsan Kaynakları Yönetimi, İş Planlaması ve Yönetimi, Haberleşme ve Yayınlar, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı, Üye İlişkileri ve Kalite Yönetimi" kriterlerinden oluşmaktadır. Temel Hizmet bölümü ise; "Oda/Borsaların Üyelerine Sunması Gereken İletişim Ağı, Politik ve Temsil, Bilgi/Danışmanlık ve Destek, İş Geliştirme ve Eğitim, Uluslararası Ticaret, Borsacılık Faaliyetleri" kriterlerini kapsamaktadır (TOBB, 2016: 2).

### **3.5.Araştırmanın Sınırlılıkları**

Hiçbir çalışma tamamen kusursuz değildir veya tüm yönleriyle ele alınamaz. Çalışmanın sınırlılıkları, araştırmadan elde edilen bulguların yorumlanmasını veya tasarımını etkileyen metodoloji yöntemleridir (Ross ve Zaidi, 2019: 261). Sınırlılıklar; kaynakların kıtlığı, küçük örneklem büyüklüğü, kusurlu yöntembilim gibi durumlardan kaynaklanır. Bir çalışma, kişilere, kuruluşlara, verilere veya belgelere erişime bağlıysa ve herhangi bir nedenle erişim engellenir veya bir şekilde sınırlandırılırsa, bunun nedenlerinin açıklanması gerekir (Theofanidis ve Fountouki, 2018: 156).

Herhangi bir çalışmanın sınırlılıkları, genellikle araştırmacının kontrolü dışında olan ve seçilen araştırma tasarımı, istatistiksel model kısıtlamaları, finansman kısıtlamaları veya diğer faktörlerle yakından ilişkili olan potansiyel zayıflıklarla ilgilidir (Price and Murnan, 2004: 66). Çalışma sınırlılıklarına dikkat çekmek okuyucuya, araştırmanın tüm yönleriyle ele alındığını ve araştırma konusunun derinlemesine anlaşıldığını aktarmanızı sağlar. Tüm çalışmalar sınırlılıklarla karşı karşıya olduğundan, dürüst olmak ve bu sınırlamaları detaylandırmak, araştırmacıları ve okuyucuları araştırma konusu hakkında araştırma yapmaya yönlendirecektir. Araştırmaların kalitesi ve titizliği, büyük ölçüde sınırlılıklar tarafından tanımlanır (Coughlan vd., 2009: 14).

Bu çalışma, Aralık 2021 ve Haziran 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yerli ve yabancı çalışmalar incelendiğinde kurumsal sürdürülebilirlik kavramının ölçümü ve değerlendirilmesine yönelik yapılan çalışma sayısı oldukça azdır. Bu nedenle erişilebilen 5 çalışmada kullanılmış olan bir ölçüm aracından yararlanılmıştır. Covid – 19 salgını sebebiyle çalışmanın amacı, konusu ve kapsamının anlatılması için yapılması planlanan oda ve borsa ziyaretleri yapılamamıştır. Görüşmeler telefon ve çevrimiçi araçlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin maddeler anket formunda yer alanlarla sınırlıdır. Bu çalışma, TOBB’a bağlı akredite oda ve borsalar kapsamında gerçekleştirilmiş olup 613 katılımcılı örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Akredite olmayan oda ve borsaların çalışma kapsamına alınmaması popülasyon ve örneklem için önemli bir kısıtlılıktır. Çalışma, çevrimiçi anket formu ile veri toplanan katılımcılarla sınırlandırılmıştır. Bazı oda ve borsaların e – posta adresleri olmasına rağmen e – postalar iletilememiştir, yani tüm popülasyona ulaşılamamıştır.

### **3.6.Araştırmanın Varsayımları**

Varsayımlar, araştırmaların yürütülmesi ve bir neticeye bağlanabilmesi için gerekli unsurlardır. Genellikle önerilen araştırmada, araştırmayı yürütmek için gerekli olan ancak kanıtlanamayan inançlar vardır (Wolgemuth vd., 2017: 132). Varsayıma klasik bir örnek, bir çalışmadaki katılımcıların anket veya görüşme sorularını dürüst ve gerçeğe uygun olarak yanıtlayacağı varsayımdır. Her katılımcının yanıtlarını doğrulamak önemli ölçüde zaman ve çaba gerektireceğinden, yanıtların dürüst ve içtenlikle verildiği varsayılır (Oltean vd., 2014: 1538). Kısacası; zaman, maliyet ve emek sınırlılıklarını göz önüne alarak, araştırmanın sektöre uğramadan yürütülmesini sağlamak için varsayımlarda bulunuyoruz. İstatistiksel olarak kanıtlanmaları gerekmez. Araştırmada karşılaşılabilecek olası engeller geçici olarak onaylanır veya reddedilir (Pemberton, 2012: 82 – 86).

Bu çalışmada; anket formunda yer alan maddelerin kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi kavramlarını yeterli ve doğru bir şekilde temsil ettiği ve katılımcılar tarafından doğru bir şekilde anlaşıldığı, anket çalışmasına katılan kişilerin anket maddelerine içtenlikle ve dürüst olarak yanıt verdikleri, katılımcıların çalışma popülasyonunu iyi derecede temsil ettiği, 5’li likert tipi ölçek kullanılmasının bu çalışma kapsamında uygun olduğu, elde edilen verilerin ölçülebilir ve tekrarlanabilir özellikte olduğu varsayılmaktadır.



### 3.7.Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

#### 3.7.1. Normallik Analizi

Normallik tanımı ilk olarak Fransız matematikçi Abraham de Moivre tarafından 1667’de ortaya atılmıştır ve matematiksel bir formülle tanımlanmıştır. Normallik, normal dağılım veya “çan eğrisi” kavramından kaynaklanan önemli bir istatistik kavramıdır (Demir, 2022: 397). Normallığe sahip veriler doğada her zaman mevcuttur ve bu, bilim insanları ve diğer araştırmacılar için kesinlikle yararlıdır çünkü normallik, onuz gerçekleştirilemeyecek birçok türde istatistiksel analizi yapmamızı sağlar (Stigler, 1977: 31). Aynı zamanda, onu ilk tanımlayan Alman matematikçi ve istatistikçi Carl Gauss’tan sonra Gauss dağılımı olarak da bilinir (Blinnikov ve Moessner, 1998: 193).

Normal dağılımın çarpıklık ve basıklık olmak üzere iki bileşeni vardır. Çarpıklık, verilerin mod, medyan ve ortalamasının durumuyla ilgilidir. Ortalama, dağılımın ortasında olduğunda simetrik bir dağılım vardır; yani sağa ve sola eğrilme durumu söz konusu değildir (Gorard, 2005: 420). Ortalama, dağılımın ortasında olmadığı durumlarda simetrik olmayan bir şekil ortaya çıkar, yani çarpık bir dağılım söz konusudur. Basıklık, verilerin ortalamadan ne kadar uzaklaştığı veya ortalamaya ne kadar yaklaştığı ile ilgilidir. Başka bir deyişle, verilerin standart sapması ile ilgilidir (DeCarlo, 1997: 296).

Normallik testi, verilerin analizi için merkezi eğilim ölçülerine ve istatistiksel yöntemlere karar vermede önemli bir adımdır. Veriler normal dağılım izlediğinde, grupları karşılaştırmak için parametrik testler, aksi taktirde parametrik olmayan testler kullanılır. Sayısal ve görsel yöntemler de dahil olmak üzere normallik durumunu ortaya koymak için kullanılan çok çeşitli yöntemler vardır (Kaur ve Kumar, 2015: 337). Görsel yöntemlerden hemen hemen herkesin bildiği ilk yöntem histogramdır. Histogram, bir değişkenin dağılımını gösteren bir veri görselidir. Veri kümesindeki değer başına oluşum sıklığını verir. En bilinen bir diğer görsel yöntem olan kutu grafiği, bir değişkenin beş değerinin (minimum, ilk çeyrek, medyan, üçüncü çeyrek ve maksimum) özetini sunar. Histogram, kutu grafiği ve diğer görsel teknikler istatistiksel çıkarım yapmada zaman zaman yanıltıcı olabilir. Bu durumda sayısal teknikler daha objektif sonuçlar elde etmemizi sağlayabilir. En çok tercih edilen sayısal yöntemlerden ilki Kolmogrov – Smirnov testidir. Ampirik dağılım ile teorik dağılım arasındaki mesafeleri hesaplar ve test istatistiğini bu mesafelerin toplamı olarak tanımlar. Bir diğeri Shapiro – Wilk testidir. Normal dağılımı test etmede kullanılan en güçlü testtir (Razali ve Wah, 2011: 21).

Veri analizi için kullanılan çok çeşitli istatistiksel yöntemler vardır. Korelasyon ve regresyon analizi, t – testleri ve varyans analizi de dahil olmak üzere birçok analiz yöntemi normallik varsayımında bulunur (Luengo vd., 2009: 7798). Merkezi limit teoremi, örneklem büyüklüğü 100 veya daha fazla gözleme sahip olduğunda normalliğin ihlalinin önemli bir sorun olmadığını belirtir. Fakat anlamlı sonuçlar için, örneklem büyüklüğünden bağımsız olarak normallik varsayımının gereklilikleri yerine getirilmelidir (Grech ve Calleja, 2018: 48).

### 3.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, daha çok psikoloji ve sosyal bilimlerde kullanılan bir istatistiksel tekniktir. Bu kavram, Charles Spearman'ın 1904, 1927 ve 1933 yıllarında insan zekâsının yapısı üzerine yaptığı araştırmalara dayanmaktadır (Bartholomew, 1995: 211). Bir ölçeği doğrulamak için kullanılacak bir dizi farklı ölçüt vardır, bunlardan en önemlilerinden biri ölçeğin yapı geçerliliğidir. Yapı geçerliliği terminolojisi, bir ölçüm aracının, ölçmeyi amaçladığı kavramı ne derece iyi ölçtüğünü ortaya koymak için kullanılır (O'Leary – Kelly, 1998: 387). Yani yapı geçerliliğinin incelenmesi ile ölçüm aracının ölçeceğini iddia ettiği şeyi başarıyla ölçecek şekilde tasarlanıp tasarlanmadığı tespit edilmiş olunur. Yapı geçerliliği genellikle, iki ölçümün ne kadar yüksek düzeyde ilişkili olduğunu görmek için benzer nitelikleri ölçen diğer testlerle karşılaştırarak doğrulanır (Westen ve Rosenthal, 2003: 608).

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), ölçek geliştirme aşamasında bir test aracının (örneğin anket) gizli yapısını incelemek için her zaman kullanılan bir tekniktir (DiStefano ve Hess, 2005: 225). Bu bağlamda doğrulayıcı faktör analizi, ölçüm aracının temel boyutlarının (faktörler) sayısını ve madde (ifade) – faktör ilişkilerinin örüntüsünü (faktör yüklerini) doğrulamak için kullanılır. Doğrulayıcı faktör analizi aynı zamanda bir ölçüm puanının nasıl puanlanması gerektiğinin belirlenmesine de yardımcı olur (Glynn vd., 2009: 130). Bazı araştırmacılar ölçek geliştirme sürecinde önce açıklayıcı faktör analizi yaparak faktör yapısının belirlenmesinin ardından doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulamayı tercih ederken, bazıları da literatürde yer alan teorik bilgilere tam güven duyarak açıklayıcı faktör analizi yapmadan direkt doğrulayıcı faktör analizi ile hem faktör oluşturup hem de faktör yapısını doğrulamaktadır (Harrington, 2009: 21; Kozan ve Richardson, 2014: 39). Doğrulayıcı faktör analizi genellikle üç durum için kullanılır. Bu durumlar alt başlıklarda açıklanacaktır.

### 3.7.2.1.Yeni Ölçüm Araçlarının Geliştirilmesi ve Yapıların Doğrulanması

Sosyal bilimler literatüründe, geçerlilik türleri hakkında karmaşıklık ve tutarsızlıklarla çokça karşılaşılmaktadır. Yapı geçerliliği geniş anlamda, yapılar arasındaki ilişkileri inceler. Yapılar gözlemlenemeyen teorik kavramlardır (Gomez vd., 2003: 4). Bununla birlikte, gözlemlenememelerine rağmen, bu yapıların birbiriyle nasıl ilişkilendirilmesi gerektiğini açıklayan teoriler vardır. Cronbach ve Meehl'e göre, yapı geçerliliği, işlevsel olarak tanımlanmayan veya doğrudan ölçülmeyen bir özelliğin (veya yapının) bir ölçüsünün incelenmesi anlamına gelir (Cronbach ve Meehl, 1955: 281). Yapı geçerliliğini sağlama sürecinde araştırmacı, ölçünün teoriye dayalı olarak diğer ölçülerle nasıl ilişkili olduğuna dair belirli hipotezleri test eder (Strauss ve Smith, 2009: 2).

Koeske, genel olarak geçerliliği, sonuç geçerliliği ve ölçü geçerliliği olmak üzere iki başlık altında ele alır. Sonuç geçerliliği, çalışma bulgularının yorumlanmasının geçerliliğine odaklanır ve geçerliliğin dört alt türünü içerir: dâhili, harici, istatistiksel sonuç ve deneysel yapı. Sonuç geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilebileceklerin ötesinde bir kavramdır. Öte yandan, ölçü geçerliliği, kısmen istatistiksel analiz yoluyla ele alınabilir ve doğrulayıcı faktör analizi, ölçü geçerliliğinin tüm yönlerini değerlendirmek için bir yöntem olarak ele alınabilir. Ölçü geçerliliği içinde üç alt geçerlilik türü barındırır. Bunlar; içerik geçerliliği, ölçüt geçerliliği ve yapı geçerliliğidir. Yapı geçerliliği de kendi içinde üç tip geçerlilik barındırır, bunlar; yakınsak geçerlilik, ayırt edici geçerlilik ve teorik geçerliliktir (Koeske, 1994: 43 – 44; Prince, 2008: 215).

Ayırt edici geçerliliğin varlığı, farklı kavram veya yapıların ölçümleri farklı olduğunda, yani kavramlar arasında düşük korelasyonlar olduğunda kabul edilir. Hangi oranın düşük korelasyon olarak kabul edileceğine ilişkin farklı görüşler olsa da Brown 0,85 veya üzeri korelasyonun zayıf ayırt edici geçerliliğe işaret ettiğini belirtmektedir (Crowell vd., 1996: 2584). Aynı kavramın farklı ölçümler arasında yüksek oranda ilişki tespit edildiyse, yakınsak geçerliliğin olduğu kabul edilir (Russell, 1978: 1152). Örneğin, iş tatmini ile ilgili yapılan bir çalışmada bir çalışanın bildirdiği iş tatmini düzeyi ile iş arkadaşlarının bildirdiği iş tatmini düzeyine ilişkin değerlendirmeleri arasında güçlü bir ilişki aranabilir. Eğer bu ilişki düzeyini tespit edersek yakınsak geçerliliğe dair kanıt elde etmiş oluruz. İş doyumu ile genel yaşam doyumunun iki farklı yapı olduğuna dair elimizde kabul gören teorik bilgiler varsa aralarında ayırt edici geçerliliği gösterecek düşük bir korelasyon olmalıdır (Van Saane vd., 2003: 193).

Bu geniş yapı geçerliliği tartışmasında doğrulayıcı faktör analizinin sınırlı fakat önemli bir rolü vardır (Jackson vd., 2009: 19). Spesifik olarak, doğrulayıcı faktör analizi, bir yapının tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu mu olduğu ve yapıların birbiriyle nasıl ilişkili olduğu gibi yapısal geçerliliği incelemek için kullanılabilir (Marsh vd., 2014: 87). Ölçek geliştirme sırasında bir aracın gizli (gözlenemeyen yapı) yapısını incelemek için kullanılabilir. Daha önceden yapılmış çalışmalar mevcutsa, bulunan faktörlerin ve yüklerin modelini doğrulamak ve ölçek güvenilirliğini tahmin etmek için de kullanılabilir (Haslam ve Fiske, 1999: 242).

### 3.7.2.2. Ölçüm Yöntemi Etkilerinin İncelenmesi

Ölçüm yöntemi etkileri, ölçüm aracında soruların nasıl sorulduğunu ve mevcut cevap seçeneklerinin türünü içeren, kullanılan ölçüm yaklaşımından kaynaklanan değişkenler ve diğer kavramlar arasındaki ilişkilerle ilgilidir. Daha geniş bir bakışla, yöntem etkileri, toplumsal cazibe yanlılığı ve yanıt yanlılığını da içerebilir (Steinmetz vd., 2008: 600). Yöntem etkileri, araştırmalarda yaygın olarak karşılaşılan bir sorundur ve iki ölçüm arasında bir korelasyon oluşturabilir, bu da gözlenen bir korelasyonun gerçek bir ilişkinin sonucu mu yoksa yöntemden kaynaklanan bir sonuç mu olduğunu belirlemeyi zorlaştırır (Reise vd., 1993: 552). Farklı yöntemler veya ifadeler (Örneğin olumlu ve olumsuz ifade edilen maddeler), yapılar arasında beklenenden daha düşük bir korelasyona veya teoride yalnızca bir tane faktör var iken iki veya daha fazla faktörün ortaya çıkmasına neden olabilir (De Frias ve Dixon, 2005: 169).

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (SES) bu soruna iyi bir örnektir. Bu ölçek, olumlu ve olumsuz ifadeler içermektedir. Bu ölçeğin ilk uygulamalarında elde edilen verilere keşfedici faktör analizi uygulandığında tutarlı bir şekilde iki faktör elde edilmiştir (Hatcher, 2007: 224). Faktörler incelendiğinde ilk faktörde yer alan ifadeler olumlu benlik saygısı ile ilgili ifadeler, ikinci faktörde yer alan ifadeler ise olumsuz benlik saygısı ile ilgili ifadelerdir. Bununla birlikte, ilgili literatürde iki faktörlü yapı için güçlü bir kavramsal temel bulunmamaktaydı (Tomas ve Oliver, 1999: 84). Bu verilere doğrulayıcı faktör analizi uygulanarak, tek faktörlü bir modelin, önceki iki faktörlü modellerden daha uygun bir model sağladığı bulundu. Yöntem etkileri, herhangi bir ölçüm modelinde mevcut olabilir ve doğrulayıcı faktör analizinin avantajlarından biri, bu etkileri test etmek için kullanılabilmesidir (Boduszek vd., 2012: 19).

### 3.7.2.3. Popülasyonlar Arasında Ölçüm Değişmezliğini Test Etme

Ölçüm değişmezliği, ölçüm modellerinin gruplar veya uygulandığı zaman periyotları arasında ne kadar iyi genele yayılabildiğini test etmek anlamına gelmektedir. Bu bir ölçüm aracının geçmişte geliştirildiği ve/veya birlikte kullanıldığı popülasyondan farklı bir popülasyonda kullanıma uygun olup olmadığını test ederken özellikle önemlidir. Bu gibi araştırmalarda doğrulayıcı faktör analizi ölçüm değişmezliğini test etmek için kullanılabilir (Shelby, 2011: 143).

### 3.7.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik terimi, ölçümlerin tutarlılığı ve tekrarlanabilirliği anlamına gelir. Bir ölçüm aracının ölçme yeteneğinin tutarlılığı ile ilgilidir (Bruton vd., 2000: 94). Güvenilirlik, ölçüm araçlarının bir ölçüsü değil, ölçüm araçları ile elde edilen bilgilerin bir ölçüsüdür (Bademci, 2014: 19). Bir ölçekte yer alan maddelerin aynı şeyi ölçme derecesini ifade eder (Vaske vd., 2016: 164). Bir ölçme aracının güvenilirliğinin geçerliliği ile yakından ilişkili olduğuna dikkat edilmelidir. Bir ölçme aracının güvenilirliği geçerliliğine bağlı değildir (Tavakol ve Dennick, 2011: 53).

Cronbach  $\alpha$ , sosyal ve örgütsel bilimlerde en yaygın kullanılan güvenilirlik ölçütlerinden biridir (Bonett ve Wright, 2015: 3). 1951'de Lee Cronbach tarafından geliştirilen Cronbach alpha ( $\alpha$  veya alfa katsayısı), güvenilirliği, diğer bir adıyla iç tutarlılığı ölçer yani bir grup test ögesinin örneğin anket maddelerinin, grup olarak ne kadar yakından ilişkili olduğu bilgisini verir. 0 ile 1 arasında bir değer ile ifade edilir (Tavakol ve Dennick, 2011: 53). Bu çalışma kapsamında dikkate alınan Cronbach alfa değer aralıkları Tablo 12'de verilmiştir. Matematiksel olarak Cronbach alfa ( $\alpha$ ), madde puanları arasındaki kovaryansların toplamı ile açıklanan madde puanlarının toplam varyansının düzeltilmiş bir oranıdır. Cronbach alfa ( $\alpha$ ) aşağıdaki formül ile hesaplanır (Heo vd., 2015: 87; Wikarsa ve Angdressey, 2021: 36):

$$\alpha = \frac{N\bar{c}}{\bar{v} + (N-1)\bar{c}}$$

$\alpha$  = Alfa

N = Madde sayısı

$\bar{c}$  = Maddeler arası ortalama kovaryans

$\bar{v}$  = Ortalama varyans

**Tablo 12.** Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) Değerlerine Göre Ölçek Güvenilirlik Durumları

Cronbach's Alfa ( $\alpha$ ) Değer Aralığı	Güvenilirlik Düzeyi
$0 \leq \alpha < 0.40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	Ölçek düşük düzeyde güvenilirlerdir.
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	Ölçek oldukça güvenilirlerdir.
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	Ölçek yüksek derecede güvenilirlerdir.

Kaynak: Wikarsa ve Angdresey, 2021: 36

### 3.7.4. Bağımsız Gruplar t – Testi

t – istatistiği 1908 yılında, İrlanda Dublin'deki Guinness bira fabrikasında çalışan bir kimyager olan William Sealy Gosset tarafından öne sürülmüştür. Gosset, Claude Guinness'in Oxford ve Cambridge'den en iyi mezunları Guinness'in endüstriyel süreçlerine biyokimya ve istatistik uygulamaları için işe alma politikası kapsamında işe alınmıştır (Zabell, 2008: 1). Gosset, t – testini bira tadının sertliğini takip etmenin ucuz ve pratik bir yolu olarak tasarlamıştır. t – testi çalışması, Karl Pearson'ın da ortak olduğu ve genel yayın yönetmeni olarak görev yaptığı Biometrika dergisine gönderilmiş ve kabul edilmiştir (Jankowski vd., 2017: 31). Çalıştığı işletme de takma ad kullanması koşulu ile Gosset'in matematiksel çalışmasını yayınlamasına izin vermiştir. Takma ad olarak da "Student" kelimesini uygun görmüştür ve çalışma "Student's t – test" olarak yayınlanmıştır (Lehmann, 1999: 418). Gosset, 1906 – 1907 akademik yılının ilk iki döneminde, Londra Üniversitesi Akademisi'nde Profesör Karl Pearson'ın Biometrik Laboratuvarı'nda çalışmalarını sürdürmek için Guinness'ten ayrılmıştır (Plackett, 1983: 59).

İki örneklem t – testi ya da student (öğrenci) t – testi olarak da bilinen bağımsız gruplar t – testi, birbirinden bağımsız iki grup için ortalamalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını ortaya koyan çıkarımsal bir istatistiksel analiz yöntemidir (Schober ve Vetter, 2019: 911). Yani iki örneklem ortalamasının farklı olup olmadığını belirlemek için bu test kullanılır. Her örneklem, farklı öğeleri içerir. Yani bağımsız örneklem t – testi iki farklı örnekleme karşılaştırır (Rasch vd., 2009: 220). Bu nedenle iki örneklem t – testi olarak da adlandırılmaktadır. Eğer her iki grupta aynı kişi veya öğeler var ise eşleştirilmiş (bağımlı örneklem) t – testi yöntemi tercih edilir. Bu yöntem aslında çıkarımsal bir hipotez testidir, ortalamalar üzerinden örneklem hakkında sonuçlar çıkarmak için bu yöntem başvurulur (Bürkner vd., 2016: 26).

Bağımsız örneklem t – testi aşağıdaki hipotezlere sahiptir (Killeen, 2005: 345):

- Boş (Sıfır) hipotez: İki popülasyon için ortalamalar eşittir.

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2$$

- Alternatif (Karşıt) hipotez: İki popülasyon için ortalamalar eşit değildir.

$$H_0 = \mu_1 \neq \mu_2$$

p – değeri, önem düzeyinden küçük ise (örneğin 0.05), boş hipotez reddedilebilir. Bu iki popülasyon ortalaması arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durum iki popülasyonun ortalamasının eşit olmadığını sonucuna varmak için yeterince güçlü bir kanıt olarak kabul edilir. Daha önce de değinildiği gibi bağımsız örneklem t – testi için örneklem keskinlikle aynı kişi veya öğeleri içermemelidir. Güvenilir bir bağımsız örneklem t – testi sonucu elde edebilmek için teste tabi tutulacak verilerin belirli varsayımları karşılaması gerekmektedir (Rosenfeld ve Olson, 2021: 135). Bu varsayımlar Tablo 13’te verilmiştir.

**Tablo 13.** Bağımsız Gruplar t – Testi Varsayımları

Varsayım	Açıklaması
Örneklem, popülasyondan rastgele seçilmiş olmalıdır	Örneklem popülasyondan rastgele seçilmiş olmalıdır. Yani popülasyon içindeki her bir ögenin ya da bireyin örnekleme dahil olma şansı eşit olmalıdır. Çalışılan popülasyondan rastgele bir örneklem seçmek, verilerin popülasyonu temsil edebilirliğini sağlamaya yardımcı olur. Popülasyon hakkında tahminlerde bulunmak istendiğinde temsil yeteneği güçlü olan bir örneklem hayati önem taşımaktadır (Khamis, 1997: 278).
Örneklemdeki veriler normal dağılıma veya yeterli büyüklüğe sahip olmalıdır	Tüm t – testleri, verilerin normal dağılıma sahip olduğunu kabul eder. Ancak merkezi limit teoremine göre, örneklem boyutu yeterince büyük ise bu varsayımdan vazgeçilebilir. Bağımsız örneklem t – testi için, her bir gruptaki verilerin sayısı 15’ten büyük olduğunda, veriler çarpık olabilir ve test sonuçları yine geçerli olacaktır (Trachtman vd., 1978: 109). Ancak, örneklem büyüklüğü grup başına 15’ten küçükse, verilerin grafiği çizilir ve her iki grafik çarpık ya da aykırı değerlere sahip olup olmadığı belirlenir. Verilerin her iki koşuldan birine sahip olması, sonucun geçersiz olmasına neden olabilir. Bu durumda bağımsız gruplar t – testinin parametrik olmayan türü kullanılmak durumunda kalınabilir (Zimmerman, 1998: 64).
Veriler sürekli olmalıdır	t – testleri sürekli verileri gerektirir. Sürekli değişkenler herhangi bir sayısal değeri alabilir ve ölçek, kesirli ve ondalık değerler olmak üzere anlamlı bir şekilde daha küçük veya büyük değerlere bölünebilir (Ludbrook, 1998: 1032). Herhangi iki değer arasında sonsuz sayıda sürekli değer vardır. Sürekli veriler sayılarak değil ölçüm araçları ile elde edilirler. Örneğin, sıcaklık, ağırlık ve yükseklik gibi değişkenler ölçülerek elde edilirler ve sürekli değişkenlere örnektir (Weissgerber vd., 2015: 5).
Gruplar birbirinden bağımsızdır	Bağımsız örneklem t – testinde ele alınan gruplar, bağımsız gruplardır ve her grup farklı öge kümelerini içermelidir. Bağımsız örneklem t – testi, birbirinden bağımsız iki örnekleme karşılaştırır. Bu nedenle iki örnekleme t – testidir. Daha önce de bahsedildiği üzere eğer örneklem ortak öğeleri barındırıyorsa eşleştirilmiş (bağımlı örneklem) t – testi kullanılmalıdır (Sawilowsky ve Blair, 1992: 352). İki örneklem arasındaki varyansın eşit ya da farklı olmasına bakılarak test istatistiği t’nin hesaplanması farklılaşır. Bu nedenle t istatistiğini hesaplamadan önce varyansların durumuna (eşittir veya değildir) bakılır. Bu aşama Levene testi ile gerçekleştirilir. Levene testinin ilk hipotezi (H <sub>0</sub> ) iki varyansın farklı olmadığını söyler. Levene testinin p değeri 0.05’ten küçük ise iki örneklemin varyanslarında farklılık olduğu varsayılır (Gastwirth vd., 2009: 347).

**Tablo 14.** Bağımsız Gruplar t – Testi için t – İstatistiğinin Hesaplanması

Varyans Durumu	Açıklama – Formül
Eşit Varyanslar için t-Değerinin Hesaplanması	<p>Levene testi 0.05'ten büyük bir p değeri ile sonuçlanırsa, her iki örneklemin de eşit varyansa sahip olduğu varsayılır ve test istatistiği t aşağıdaki şekilde hesaplanır (Nordstokke ve Zumbo, 2007):</p> $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{s_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}}$ <p>Ortalama değer farkının standart sapması = <math>s_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2} = s_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}</math></p> <p>Standart sapma için tahmini değer = <math>s_p = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}</math></p> $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}}$ <p><math>\bar{x}_1</math> = İlk örneklemin ortalama değeri  <math>\bar{x}_2</math> = İkinci örneklemin ortalama değeri  <math>n_1</math> = İlk örneklemdaki birim sayısı  <math>n_2</math> = İkinci örneklemdaki birim sayısı</p> <p>t – kritik değeri ile elde edilen t istatistiğinin karşılaştırılması hazır Student's t – tablosundan bakılarak yapılır. t kritik değerini bulmak için serbestlik derecesi kullanılır. Serbestlik derecesi <math>df = n_1 + n_2 - 2</math> formülü ile hesaplanır (Derrick vd., 2016: 30).</p>
Eşit Olmayan Varyanslar için t-Değerinin Hesaplanması	<p>Eşit olmayan varyanslara sahip örneklem için t istatistiği aşağıdaki şekilde hesaplanır (Fagerland ve Sandvik, 2009: 492):</p> $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$ $df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{1}{n_1 - 1} \left(\frac{s_1^2}{n_1}\right)^2 + \frac{1}{n_2 - 1} \left(\frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}$ <p><math>s_1</math> = İlk örneklemin standart sapması  <math>s_2</math> = İkinci örneklemin standart sapması</p> <p>t – istatistiği, t – kritik değerinden büyükse, boş hipotez (<math>H_0</math>) reddedilir alternatif hipotez (<math>H_1</math>) kabul edilir. Bununla birlikte t – istatistiği, t – kritik değerinden daha küçük olsaydı boş hipotez (<math>H_0</math>) korunurdu (Carlin ve Doyle, 2001: 75).</p>

### 3.7.5. Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)

Tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA), yalnızca bir bağımsız değişkeni veya faktörü dikkate alırken bir örneklem içindeki grup ortalamalarındaki varyansı karşılaştıran bir tür istatistiksel testtir (Hesamian, 2015: 2682). Hipoteze dayalı bir testtir, yani verilerle ilgili birbirini dışlayan birden çok teoriyi değerlendirmeyi amaçlar. Bir hipotez oluşturmadan önce, veriler hakkında cevap istenilen bir soru olması gerekir. Tek yönlü ANOVA testinde bağımsız değişkenler kategorik gruplar halinde düzenlenir (Kulinskaya vd., 2003: 2354).



ANOVA terminolojisi, ilk olarak Sir Ronald A. Fisher’ın 1925 yılında yayınlanan “Araştırmacılar için İstatistiksel Yöntemler” isimli kitabında yer almıştır. Daha sonra Fisher’ın 1935 yılında yayınladığı “The Design of Experiments” isimli kitabı ile geniş bir kitleye ulaşmıştır (Stigler, 2008: 12). ANOVA, varyans analizi kavramının İngilizce karşılığı olan “Analysis of Variance”ın kısaltmasıdır. ANOVA geliştirildiği ilk zamanlarda, Ronald Fisher tarafından yaratıldığı için Fisher varyans analizi olarak bilinmekteydi (Rucci ve Tweney, 1980: 167). ANOVA’da test istatistiği F’dir. F – istatistiği, yaratıcısının soyadı olan Fisher’ın ilk harfinden gelmektedir. İlk zamanlarda deneysel psikoloji çalışmaları için kullanılmaktayken daha ileri zamanlarda daha karmaşık araştırmalarda da kullanılmaya başlanmıştır (Strunk ve Mwavita, 2022: 120).

ANOVA, belirli bir veri setini etkileyen faktörleri analiz etmenin ilk adımıdır. Aralarında bir ilişki olup olmadığını belirlemek için aynı anda ikiden fazla grubun karşılaştırılmasına izin verir. ANOVA formülünün sonucu olan F – istatistiği (F – oranı olarak da adlandırılır) gruplar arasındaki ve gruplar içindeki değişkenliği belirlemek için çoklu veri grubunun analizine izin verir. Tutarsızlıkları keşfederek veri kümesini etkileyen çeşitli faktörleri analiz etmenin bir yolunu sunar. Test edilen iki grup arasında anlamlı bir fark olmadığında buna ‘boş hipotez’ denir ve F – oranı 1’e yakın olmalıdır (Churchill, 2004: 173).

t – testi gibi, ANOVA da veri grupları arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını ortaya konmasına yardımcı olur. Her gruptan alınan örnekler aracılığıyla gruplar içindeki varyans düzeylerini analiz ederek çalışır (Stahle ve Wold, 1989: 259). Veri grupları içinde çok fazla varyans varsa, o zaman verilerden seçilen bir örneğin ortalamasının şans nedeniyle farklı olma olasılığı daha yüksektir. ANOVA, veri grupları içindeki varyansa bakmanın yanı sıra, örneklem büyüklüğünü ve örnek ortalamaları arasındaki farklılıkları dikkate alır (Emerson, 2017: 194). Tüm bu unsurlar, gruplar arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına dair bir olasılık ( $p$  – değeri) vermek üzere analiz edilebilecek bir F – değeri halinde birleştirilir (Wilcox, 1995: 99). Her bağımsız değişkenin ortalamasının diğerlerinden nasıl farklı olduğu anlaşıldığında bunlardan hangisinin bağımlı değişkenle bağlantısı olduğu anlaşılabilir ve bu davranışı neyin tetiklediğini öğrenebiliriz. ANOVA testinin varsayımları, herhangi bir parametrik testin varsayımları ile aynıdır (Moder, 2010: 344).

**Tablo 15.** Tek Yönlü Varyans Analizi Özet Tablosu

Varyansın Kökeni	Kareler Toplamı (KT)	Serbestlik Derecesi (sd)	Kareler Ortalaması	F – Değeri
Gruplar arası	$KT_{GA}$	$Sd_{GA}$	$KO_{GA}$	$F_{Hesap}$
Gruplar içi	$KT_{Gi}$	$Sd_{Gi}$	$KO_{Gi}$	
Toplam	$KT_{Toplam}$	$Sd_{Toplam}$		

Kaynak: Tavşancıl (Erişim: 01.12.2022)

Tablo 15'te tek yönlü varyans analizi sonucunu temsil eden F – değerinin hesaplanmasında kullanılan değerlerin sembolleri verilmiştir. Tablo 16'da da Tablo 15'teki değerlerin nasıl hesaplandığı gösterilmektedir.

**Tablo 16.** Tek Yönlü Varyans Analizi için Formül Tablosu

Varyansın Kökeni	Kareler Toplamı (KT)	Serbestlik Derecesi (sd)	Kareler Ortalaması	F – Değeri
Gruplar arası	$KT_{GA}$	A-1	$[KT_A/A-1]=KO_A$	$KO_A/KO_e$
Gruplar içi	$KT_{Gi}$	n-A	$[KT_e/A-1]=KO_e$	
Toplam	$KT_{Toplam}$	n-1		

Kaynak: Tavşancıl (Erişim: 01.12.2022)

F – değeri hesaplanırken tablo tekniğinden yararlanılması tüm adımların kolaylaştırılmasını sağlar (Sawyer, 2009: 36). Tablo 16'da sembolleri verilen değerlerin hesaplanması Tablo 17'de verilmiştir.

**Tablo 17.** F – İstatistiğinin Hesaplanmasına İlişkin Değerlerin Formülleri

Değer	Açıklama – Formül
Kareler Toplamı Değerlerinin Hesaplanması	<p>Kareler toplamı değeri aşağıdaki formülasyondan yararlanılarak hesaplanır (Buckless ve Ravenscroft, 1990: 935):</p> $KT_{Toplam} = \sum X_{Toplam}^2 - \left( \frac{(\sum X_{Toplam})^2}{N} \right)$ $KT_{GA} = \sum \left( \frac{\text{Sütundaki değerler toplamı}}{\text{Sütundaki değer sayısı}} \right) - \left( \frac{(\sum X_{Toplam})^2}{N} \right)$ <p>N = Tüm gruptaki toplam birim sayısı</p> $KT_{Gi} = KT_{GT} - KT_{GA}$
Kareler Ortalaması Değerinin Hesaplanması	<p>Kareler ortalaması değerleri, kareler toplamı değerlerinin kendilerine ait olan serbestlik derecelerine oranlanmasıyla elde edilirler. Gruplar içi varyans için serbestlik derecesi gruptaki toplam birim sayısından grup sayısının çıkarılması ile elde edilir. Gruplar arası varyans için serbestlik derecesi grup sayısının 1 eksiği hesaplanarak elde edilir. Kareler ortalaması değerleri kareler toplamı değerlerinin kendilerine ait olan serbestlik derecelerine oranlanmasıyla elde edilirler (Kao ve Green, 2008: 165).</p> $KO_{GA} = \frac{KT_{GA}}{sd_{GA}} \quad KO_{Gi} = \frac{KT_{Gi}}{sd_{Gi}}$

**Tablo 17.** F – İstatistiğinin Hesaplanmasına İlişkin Değerlerin Formülleri – *devamı*

Değer	Açıklama – Formül
F Değerinin Hesaplanması	<p>F değeri hesaplanırken gruplar arası kareler ortalaması değeri, gruplar içi kareler ortalaması değerine oranlanır (Stamm ve Safrit, 1975: 406).</p> $F = \frac{KO_{GA}}{KO_{Gi}}$ <p>Elde edilen F değeri, F tablosunda yer alan kritik değerden büyük ise sıfır hipotezi (H<sub>0</sub>) reddedilme bölgesindedir. Alternatif hipotez (H<sub>1</sub>) kabul edilir. Yani F değeri istatistiksel açıdan anlamlıdır. F tablosu istatistik kitaplarında ya da belgelerinde yer alan hazır değerler tablosudur (Brown, 2005: 90).</p>

### 3.7.6. Tukey HSD Testi

Tukey HSD (honestly significant difference = dürüst anlamlı fark) testi, veri setleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucu elde edildiğinde bu anlamlılığın hangi gruplardan kaynaklandığını test eder. Başka bir deyişle, Tukey testi deneysel bir hipotezi test etmenin bir yoludur (Bülbül, 2000: 95). Tukey testi, üç veya daha fazla değişken arasındaki etkileşimin karşılıklı olarak istatistiksel düzeyde anlamlı olması durumunda uygulanır. Tukey HSD, istatistiksel Post Hoc testlerden biridir (Lee ve Lee, 2018: 355).

Post Hoc testler, ANOVA'nın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu test, veriler analiz edildikten ve örüntüler incelendikten sonra yapılan karşılaştırmalardır. En az üç grup ortalamasının eşitliğini test etmek için ANOVA testi uygulandığında, istatistiksel olarak anlamlı bulunan sonuçlar tüm grup ortalamalarının eşit olmadığını gösterir (Nanda vd., 2021: 60). Fakat, ANOVA'nın sonuçları, hangi grup çiftinin ortalamalarının özellikle farklı olduğunu göstermez. Bu noktada Post Hoc testler devreye alınır. Yani üç veya daha fazla gruptan alınan örnek ortalamalar arasındaki Post Hoc karşılaştırmalar, genellikle bir ANOVA testi kullanıldığında önemli bir F – değeri elde ettikten sonra gerçekleştirilir (Driscoll, 1996: 265). Tukey'in HSD (Dürüst anlamlı fark) testi veya Tukey – Kramer testi olarak da bilinmekle birlikte tek adımlı, çoklu karşılaştırma prosedürü izleyen istatistiksel bir testtir. Birbirinden kayda değer ölçüde farklı olan ortalamaları tespit etmek için ANOVA ile kullanılır. Tukey HSD testinin üç temel varsayımı bulunmaktadır. Bunlar (Schlattmann ve Dirnagl, 2010: 1560);

- Test edilen gözlemler, gruplar içinde ve gruplar arasında bağımsızdır.
- Testteki her ortalama ile ilişkili olan gruplar normal dağılır.

- Testteki her ortalama ile ilişkili gruplar arasında eşit grup içi varyans vardır.

#### Tukey's HSD Testinin Hesaplanması

HSD değerini hesaplamak için aşağıdaki formülden yararlanılır (Lukić vd., 2014: 117):

$$HSD = q \sqrt{\frac{MS_W}{n}}$$

q = Standartlaştırılmış aralık istatistikleri

MS<sub>W</sub> = Grup içi ortalamaların karesi

n = Her bir gruptaki birim sayısı (Her gruptaki birim sayısı eşit olmalı)

#### **3.7.7. Yapısal Eşitlik Modellemesi**

Yapısal eşitlik modellemesinin geliştirilmesi ve yayılması hem akademik araştırmacıların hem de gizli fenomenlerin yapısını ve etkileşimlerini anlamak için etkili yöntemler arayan sosyal bilimler araştırmacılarının artan ihtiyaçlarının sonucudur. Yapısal eşitlik modellemesinin temeli, 20. yüzyılın başlarında Charles Edward Spearman'ın zekâ ile ilgili yaptığı çalışma ile başlamıştır. Spearman, zekanın çeşitli boyutlarını tek bir faktör olarak ele almaya çalışmıştır (Glöckner – Rist ve Hoijtink, 2003: 547). 1930'larda Louis Leon Turnstone, zekayı Spearman gibi tek faktör olarak değil, birkaç faktör olarak gördüğü için çok faktörlü analizi geliştirmiştir. Turnstone ayrıca istatistik camiasına faktör analizini kazandırmıştır (Ghodang, 2018: 204). Aynı zamanlarda (1920'ler – 1930'lar), Sewall Wright yol analizi hakkında çalışmalar yapmıştır. 1970'lerde Karl Gustav Jöreskog, faktör analizinin ölçüm gücünü yol analizinin regresyon modelleme gücü ile birleştirmiştir (Goldberger, 1972: 988; Steiger, 2007: 897).

Yapısal eşitlik modellemesinin faktör analizi kabiliyeti, modelin ölçümünün doğruluğunun değerlendirilmesini sağlar. Yapısal eşitlik modellemesinin yol analizi yetenekleri, gizli değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilerin modellenmesine izin verir. Yapısal eşitlik modellemesi, eş zamanlı denklem sistemi parametrelerinin tahminini içeren çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir. Yapısal eşitlik modellemesi, birkaçını saymak gerekirse; regresyon analizi, yol analizi, faktör analizi, eş zamanlı ekonometrik denklemler ve gizli büyüme eğrisi modellerini içeren genelleştirilmiş bir çerçevedir (Bielby ve Hauser, 1977: 161).

Yapısal eşitlik modellemesi, varsayımsal bir “nedensel” modelin uygunluğunu test etmek için bir doğrusal denklem sistemini tahmin etmek üzere kullanır. Bu nedenle, ilk adım, varsayılan modelin görselleştirilmesini veya ön bilgi ve/veya teorilere dayalı bir “yol diyagramı” oluşturulmasını içerir (Spirtes vd., 1998: 185). Yol diyagramlarında, dikdörtgenler gözlemlenen veya doğrudan ölçülen değişkenleri temsil eder ve daireler/ovaler tipik olarak ölçülen değişkenler tarafından tanımlanan gözlemlenmeyen veya gizli yapıları temsil eder. Tek yönlü oklar, bir değişkenin diğerini doğrudan etkilediği nedensel yolları temsil eder ve çift yönlü oklar, değişkenler arasındaki korelasyonları temsil eder (Curran ve Bauer, 2007: 284).

Yapısal eşitlik modellemesi terimi, tek bir istatistiksel tekniği belirtmez, bunun yerine bir ilgili prosedürler ailesini ifade eder (Weston ve Gore, 2006: 720). Bu teknikleri tek bir etiket altında sınıflandırmak için literatürde kovaryans yapısı analizi, kovaryans yapısı modellemesi veya kovaryans yapılarının analizi gibi diğer terimler de kullanılmaktadır. Bu terimler aynı zamanda birbirinin yerine de kullanılabilir (Lei ve Wu, 2007: 34). Judea Pearl yapısal eşitlik modellemesini üç tane girdi ile üç tane çıktı üreten nedensel bir çıkarım yöntemi olarak tanımlar (Landis, 2013: 253):

**Tablo 18.** Yapısal Eşitlik Modellemesinin Girdileri ve Çıktıları

Girdiler	Çıktılar
<p><b>Girdi 1</b> Bir yapısal eşitlik modelinde temsil edilen ampirik çalışmaların teorisine veya sonuçlarına dayanan bir dizi nitel nedensel hipotez. Hipotezler tipik olarak varsayımlara dayanır, bunlardan yalnızca bazıları verilerle gerçekten doğrulanabilir veya test edilebilir.</p>	<p><b>Çıktı 1</b> Veriler girildiğinde, örneğin <math>X \rightarrow Y</math> dahil olmak üzere varsayılan etkileri için model parametrelerinin sayısal tahminleri.</p>
<p><b>Girdi 2</b> <math>X</math>'in <math>Y</math> üzerindeki (<math>X \rightarrow Y</math> ile temsil edilen) doğrudan etkisinin büyüklüğü nedir, <math>Y</math>'nin diğer tüm varsayılan nedenlerini kontrol ederek, ilgilenilen değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler hakkında bir dizi sorgu veya soru.</p>	<p><b>Çıktı 2</b> Modelin belirli bir parametreye doğrudan karşılık gelmeyecek, ancak yine de verilerde test edilebilecek bir dizi mantıksal çıkarım. Örneğin, bir model, modeldeki diğer bazı değişkenleri kontrol ederek, <math>X</math> ve <math>Y</math> değişkenlerinin ilişkisiz olduğunu söyleyebilir.</p>
<p><b>Girdi 3</b> YEM uygulamalarının çoğu deneysel olmayan tasarımlardır, ancak deneysel veya yarı deneysel tasarımlardan elde edilen veriler de analiz edilebilir.</p>	<p><b>Çıktı 3</b> Modelin test edilebilir çıkarımlarının veriler tarafından desteklenme derecesi.</p>

Diğer istatistiksel tekniklerde olduğu gibi yapısal eşitlik modellemesinin çıktılarının (Tablo 18) kalitesi, araştırmacının fikirlerinin geçerliliğine bağlıdır. Bu nedenle, yapısal eşitlik modellemesinin amacı, uygun gözlemlenen değişkenlerle ölçülen makul yapılar arasında o teorinin tahminlerini temsil eden bir model belirleyerek bir teoriyi test etmektir (Weston ve Gore, 2006: 721).

Yapısal eşitlik modellemesi önemli bir, çok değişkenli tekniktir. ‘Yapısal’ terimi, parametrelerin nedensel bir ilişki ortaya koyduğunu varsayar. Yeni başlayanlar bazen yanlışlıkla yapısal eşitlik modellemesinin amacının verilere uyan ve model bulmak olduğuna inanırlar, ancak bu sonuç tek başına çok etkileyici değildir. Bunun nedeni, herhangi bir modelin, hatta büyük ölçüde yanlış bile olsa, verileri daha karmaşık hale getirerek sığdırılabilmesidir (Mueller, 1997: 356). Aslında, bir yapısal eşitlik modelinin mümkün olduğu kadar karmaşık olduğu belirtilirse, verilere mükemmel bir şekilde uyacaktır. Bu yalnızca yapısal eşitlik modellemesinin değil, istatistiksel modellemenin genel bir özelliğidir (Holbert ve Stephenson, 2002: 533). Mesele şu ki, yapısal eşitlik modellemesindeki “başarı” bir modelin korunup korunmadığına bakılmaksızın analizin önemli teorik konularla ilgilenip ilgilenmediği ile belirlenir. Buna karşılık, bilimsel olarak anlamsız bir modelin verilere uyup uymadığı önemsizdir (Williams vd., 2009: 585).

Yapısal eşitlik modellemesi tekniklerini daha küçük örneklerde çalışacak şekilde uyarlamak için girişimlerde bulunulmuştur, ancak yapısal eşitlik modellemesi daha çok büyük örnekler için doğrudur (Hancock ve Freeman, 2001: 742). Örneklem boyutu çok önemli bir konu olduğu için asıl sorulması gereken soru ‘Yapısal eşitlik modellemesinde yeterince büyük örneklem boyutu nedir?’ sorusudur. Örneklem büyüklüğüne ilişkin yaklaşımlar Tablo 19’da verilmiştir (Barrett, 2007: 817 – 818).

**Tablo 19.** Yapısal Eşitlik Modellemesinde Örneklem Büyüklüğü Yaklaşımları

Yaklaşımlar	
<p><b>Yaklaşım 1:</b> Daha karmaşık modeller veya daha fazla parametreye sahip olan modeller, daha az parametrelili daha basit modellerden daha büyük örnek boyutları gerektirir. Bunun nedeni, daha fazla parametrelili modellerin daha fazla tahmin gerektirmesi ve bilgisayarın ek parametreleri makul bir hassasiyetle tahmin etmesi için daha büyük örneklemelerin gerekli olmasıdır.</p>	<p><b>Yaklaşım 2:</b> Belirli türdeki yapısal eşitlik modelleri için özel örneklem büyüklüğü hususları vardır. Örneğin, faktör analizinde, faktör başına nispeten az gösterge var ise, faktörler, göstergeler arasındaki eşit olmayan varyans oranlarını açıklıyorsa, bazı göstergeler birden fazla faktörle kayda değer ölçüde değişiyorsa, faktör sayısı artıyorsa veya kovaryanslar varsa daha büyük örneklemelere ihtiyaç duyulabilir. Tüm bu etkiler göz önüne alındığında, örneklem büyüklüğüne dair tüm çalışmalar için ideal olan evrensel bir kural yoktur.</p>
<p><b>Yaklaşım 3:</b> Tüm sonuç değişkenlerinin sürekli ve normal olarak dağıldığı, tüm etkilerin doğrusal olduğu ve etkileşimlerin olmadığı analizler, bazı sonuçların sürekli olmadığı veya ciddi şekilde normal olmayan dağılımlara sahip olduğu veya doğrusal olmayan veya etkileşimli etkilerin olduğu analizlere kıyasla daha küçük örneklem büyüklükleri gerektirir. Bu sorun aynı zamanda, bazı araştırmacıların veriler hakkında öne sürdükleri varsayımlar nedeniyle çok büyük örneklemelere ihtiyaç duyan yapısal eşitlik modelindeki farklı tahmin yöntemlerinin mevcudiyetinden de bahsetmektedir.</p>	<p><b>Yaklaşım 4:</b> Veri güvenilirliğinin düşük olduğu durumlarda daha büyük örneklem büyüklükleri gerekir; diğer bir deyişle, daha az kesin veriler, ölçüm hatasının potansiyel bozucu etkilerini dengelemek için daha büyük numuneler gerektirir. Gizli değişkenli modeller, ölçüm hatasını gözlemlenen değişkenli modellerden daha iyi kontrol edebilir, bu nedenle ilgilenilen yapılar için birden fazla gösterge olduğunda daha küçük örneklemeye ihtiyaç duyulabilir. Eksik veri miktarı da örneklem büyüklüğü konusunu etkiler. Beklendiği üzere, daha yüksek düzeyde eksik veri, bilgi kaybını telafi etmek için daha büyük örneklem boyutlarını gerektirir.</p>

Kaynak: Barrett, 2007: 818

### 3.7.7.1. Gözlenen Değişkenler ve Gizlenen Değişkenler

Yapısal eşitlik modellemesinin önemli bir özelliği, gözlemlenen (açık) değişkenler ve gizli değişkenler arasındaki açık ayrımdır. Gözlemlenen değişkenler, verilerinizi temsil eder (Bollen ve Long, 1992: 123). Bu değişkenler kategorik veya sürekli olabilir ancak yapısal eşitlik modellemesindeki tüm gizli değişkenler süreklidir. Kategorik gizli değişkenleri analiz etmek için başka istatistiksel yöntemler de vardır, ancak yapısal eşitlik modellemesi yalnızca sürekli gizli değişkenlerle ilgilenir (Bollen ve Noble, 2011: 15639).

Yapısal eşitlik modellemesindeki gizli değişkenler genellikle varsayımsal yapılara veya doğrudan gözlemlenemeyen bir sürekliliği yansıttığı varsayılan açıklayıcı varlıklara karşılık gelir (McQuitty, 2004: 175). Zekâ kavramının yapısı buna örnektir. Zekanın tek ve kesin bir ölçüsü yoktur. Bunun yerine araştırmacılar, zekanın yönlerini değerlendirmek için sözel akıl yürütme veya hafıza kapasitesi gibi farklı gözlemlenen değişken türlerini kullanırlar. Yapısal eşitlik modellemesindeki gizli değişkenler, çok çeşitli fenomenleri temsil edebilir (Rosander vd., 2011: 592).

Bir yapının dolaylı bir ölçüsü olarak kullanılan gözlemlenen bir değişken bir göstergedir ve bir yapının göstergelerinden alınan puanları istatistiksel olarak analiz edip açıklanmaya çalışılan yapılar ise faktördür. Yapısal eşitlik modellemesindeki göstergeler ve faktörler arasındaki açık ayrım, kişinin ölçümle ilgili çok çeşitli hipotezleri test etmesine izin verir. Bir modelin verilere uyumu zayıfsa, ilgili hipotez reddedilecektir. Hem gözlemlenen hem de gizli değişkenleri analiz etme yeteneği, yapısal eşitlik modellemesini varyans analizi (ANOVA) ve yalnızca gözlemlenen değişkenleri analiz eden çoklu regresyon gibi daha standart istatistiksel tekniklerden ayırır (Breitsohl, 2018: 650).

Yapısal eşitlik modellemesindeki diğer bir gizli değişken kategorisi, gözlemlenen değişkenlerle veya sonuçlar olarak belirtilen faktörlerle (bağımlı değişkenler) ilişkilendirilebilen artık veya hata terimlerine karşılık gelir (Russell vd., 1998: 19). Göstergeler söz konusu olduğunda, artık terim, karşılık gelen göstergenin ölçmesi gereken faktör tarafından açıklanamayan varyansı temsil eder. Bu açıklanamayan varyansın bir kısmı rastgele ölçüm hatasından veya verilerin güvenilirliğinin azlığından kaynaklanmaktadır (Widaman vd., 2010: 15). Bu, yapısal eşitlik modellemesinin büyük psikometrik kusurları telafi edebileceği anlamına gelmez, bunu hiçbir teknik yapamaz

ancak bu özellik analize daha gerçekçi bir sonuç sunduğu için bir kalite kazandırır. Bazı daha geleneksel teknikler bu alanda mantıksız varsayımlarda bulunur. Örneğin, çoklu regresyonda tüm tahmin edicilerin hatasız olarak ölçüldüğü varsayılır (Tomarken ve Waller, 2005: 49). Bunun nedeni, model ve veriler göz önüne alındığında hata varyansının tahmin edilmesi gerektiğidir. Bu anlamda hata varyansı ham verilerde doğrudan gözlemlenemez ve dolayısıyla gizlidir (Gefen vd., 2000: 26).

Yapısal eşitlik modellemesindeki gözlemlenen veya gizli değişkenleri nedenler veya sonuçlar olarak analiz etme yeteneği, test edilebilecek hipotez türlerinde büyük esnekliğe izin verir (Muthén, 1983: 48). Ancak, yapısal eşitlik modellemesindeki modellerin aslında gizli değişkenlere sahip olması gerekli değildir (Çoğu yapısal eşitlik modeli, gizli değişkenler olarak gösterilen hata terimlerine sahiptir). Yani yapısal eşitlik modellemesinde sadece gözlenen değişkenler arasındaki etkileri ilgilendiren modellerin değerlendirilmesi kesinlikle mümkündür. Bu, yapısal eşitlik modellemesi ailesinin orijinal üyesi olan yol analizi tekniğini açıklar (Streiner, 2006: 319).

### 3.7.7.2. Model Uyum İndeksleri

Uyum indeksleri, incelenen veriler için model uyumunu değerlendirir. Parametre tahminlerinin gözlemlenen kovaryansları ne kadar iyi hesaba kattığını göstererek, araştırmacının hangi önerilen modelin verilere uygun olduğunu belirlemesine yardımcı olur. Modeller için iki ana uyum türü söz konusudur (Shi ve Maydeu – Olivares, 2020: 422). Bunlardan biri genel uyum, diğeri bireysel parametrelerin yerel uyumudur. Genel uyum, modelin analizin bütününde tüm verileri ne kadar iyi açıkladığı ile değerlendirilir. Yerel uyum, tahmin için serbest olan belirli parametrelerin model içinde ne derece istatistiksel anlamlılık elde etmiş olabileceği incelenerek belirlenir (Iacobucci, 2010: 91). Ki – kare ( $\chi^2$ ) istatistiği, genel model uyumunu değerlendirmek için genel olarak tanınan bir uyum indeksidir. İlk zamanlarda birçok araştırmacı model uyumunu değerlendirmek için yalnızca Ki – kare ( $\chi^2$ ) istatistiğini kullanmaktaydı fakat bu değer, örneklem büyüklüğüne karşı hassasiyet gösterdiği anlaşıldıktan sonra birçok eleştiriye maruz kaldı. Bu eleştirilerin sonucu olarak bir takım ek uyum indeksleri oluşturuldu (Ding vd., 1995: 120 – 121).

Birçok uyum indeksi standart yapısal eşitlik modellemesi yazılımlarında mevcuttur (Örneğin, SPSS AMOS, EQS, LISREL). Roderick P. McDonald ve M. R. Ringo Ho'nun incelemelerine göre yaygın olarak tercih edilen model uyum indeksleri



$\chi^2/df$ , CFI, GFI, NFI, RMSEA ve SRMR'dir (Yuan, 2005: 121). Hangi indekslerin raporlanması gerektiğine ilişkin olarak, program çıktısında yer alan her indeksin rapora dahil edilmesi hem okuyucuya hem de değerlendiriciye yük olacağından gerekli veya gerçekçi değildir. Model uyumunun değerlendirilmesi için altın kurallar bulunmamakla birlikte, her farklı indeks model uyumunun farklı bir yönünü yansıttığı için çeşitli indekslerin rapor edilmesi gereklidir.  $\chi^2/df$  değerinin kendisiyle ilgili birçok sorunu olmasına rağmen, bu istatistiğin, serbestlik dereceleri ve ilgili p – değeri ile rapor edilmesi hala önemlidir (Hooper vd., 2008: 56). Model uyum indekslerinin açıklamaları ilerleyen metinde ve Tablo 20'de verilmiştir.

### Ki – Kare ( $\chi^2$ ) Testi

Ki-kare ( $\chi^2$ ), yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan geleneksel bir uyum testidir. Ki – kare testi, modellerin test edilmesi için bir araç olarak ilk önerildiğinde önemli bir popülerliğe sahipti, çünkü doğrulayıcı faktör analizini, ki – kare istatistiğinin kullanımına kadar kullanılan subjektif kararlardan bağımsız hale getirmiştir (Millsap, 2007: 876).

Ki – kare testi, örnek ve uygun kovaryans matrisleri arasındaki tutarsızlığın büyüklüğünü değerlendirir (Yuan ve Bentler, 2004: 738). Kovaryans matrislerinin ki – kare analizi, yapısal eşitlik modellemesinin kalbinde yer alır ve yapısal eşitlik modellemesinin neden sıklıkla “kovaryans yapı analizi” ya da “kovaryans matris yapılarının analizi” olarak adlandırıldığını açıklar. Yapısal eşitlik modellemesindeki parametreler, örnek kovaryans matrisi ile elde edilen kovaryans matrisi arasındaki tutarsızlık minimum olacak şekilde tahmin edilir (Yuan vd., 2005: 241). Ki – kare analizi t – istatistiği kullanılarak yapılır. Modelle ilişkili serbestlik derecelerine göre büyük bir t istatistiği, modelin verilere uygun olamayabileceğini gösterir. Birkaç farklı t – istatistiği olmasına rağmen, maksimum olabilirlik (ML) ve genelleştirilmiş en küçük kareler (GLS) tahmin yöntemleri, bir yapısal eşitlik modelinin yeterliliğini değerlendirmek için en yaygın olarak kullanılan özet istatistiklerdir. Bu yöntemler, verilerin normallliğini varsayar ve bu varsayım ihlal edildiğinde geçerliliklerini kaybederler (Tanaka ve Huba, 1985: 197).

Tarihsel olarak, yapısal eşitlik modellemesindeki ki – kare analizinin en güçlü yönlerinden biri, araştırmacılara model uyumunu değerlendirmek için nesnel bir yol sunmasıdır. Ki – kare istatistiğinin ortaya çıkışına kadar araştırmacılar, faktör analitik

döndürme yöntemlerine ve öznel faktör analizi tekniklerine dayanan keşif modellerini kullanmışlardır (Hu ve Bentler, 1998: 425). Böylece ki – kare, ilk kez yapısal modelleri daha objektif kriterlerle değerlendirmenin bir yolunu sunmuştur. Bununla birlikte, ki – kare testleriyle ilgili problemler oldukça erken fark edilmiştir. Araştırmacıların temel endişelerinden biri, ki – kare testinin örneklem büyüklüğüne duyarlılığıdır (Bentler ve Bonett, 1980: 594). Küçük örneklem boyutlarıyla, ki – kare testinin gücü eksik olabilir ve zayıf modellerin yeterli olanlardan ayırt edilememesine sebep olabilir ve daha büyük örneklem boyutlarıyla, ifade edilen ve test edilen modeller arasındaki önemsiz farklılıklar, yeterli bir modelin reddedilmesine yol açabilir (Tong ve Bentler, 2013:149). Bu nedenle, standart ki – kare, model yeterliliği için yeterince iyi bir kılavuz olmayabilir, çünkü istatistiksel olarak anlamlı bir ki – kare değeri, modelin yanlış belirlenmesinin, testin gücünün veya tahminin altında yatan bazı teknik varsayımların ihlalinin sonucu olabilir. Ki – kare değerinin formülü aşağıda verilmiştir (Hoe, 2008: 78):

$$\chi^2 = (N - 1)F_{\text{Min}}$$

$F_{\text{min}}$ : Fark fonksiyonuna ilişkin en küçük değer

N: Analizi gerçekleştirilen örneklemin büyüklüğü

**Tablo 20.** YEM'de Kriter Olarak Alınan Diğer Model Uyum İndeksleri

Uyum İndeksi – Açıklama	Hesaplama – Formül
<p><b><u>GFI ve AGFI</u></b> Uyum iyiliği (GFI) ve düzeltilmiş uyum iyiliği (AGFI) indeksleri, Karl Gustav Jöreskog ve Dag Sörbom tarafından ki – kare istatistiğine ve sınırlamalarına alternatif olarak geliştirilmiştir. GFI, Jöreskog ve Sörbom tarafından geliştirilen yapısal eşitlik modellemesi bilgisayar programı LISREL için ortaya konan orijinal bir uyum indeksiydi (Bollen ve Long, 1992: 125). GFI ve AGFI, temel olarak, bir modelin varyans/kovaryans matrisini yeniden üretme yeteneğini, herhangi bir modelin bunu yapma yeteneğiyle karşılaştırır. AGFI, model parametrelerinin tahmininde harcanan serbestlik derecesi sayısı için GFI'yi ayarlar. Sıfırdan küçük indeksler sıfır olarak kabul edilir (model uyumunun olmadığını gösterir) ve 1 değerine kadar değişkenlik gösterir (mükemmel model uyumunu gösterir) (MacCallum ve Hong, 1997: 203).</p> <p>GFI ve AGFI, ki – kare istatistiğinde daha spesifik uyum indeksleri olma avantajına sahiptir ve serbestlik derecelerini hesaba katarlar ve ki – kare istatistiğinin tek başına kullanılmasından doğabilecek bazı sorunları ortadan kaldırırlar. Bazı araştırmacılar, GFI tabanlı güç analizleri için GFI'nın boş ve alternatif değerlerinin sabit tutulmasının, serbestlik derecesi arttıkça gücün azalmasına yol açtığını söylemektedir (Parker vd., 1993: 464). Bu, yanlış boş hipotezleri tespit etmede daha fazla zorluğa yol açabilir. Serbestlik derecesi arttıkça güç arttığından, bu AGFI analizleri için bir sorun değildir. Ancak her iki indeks için de model uyumu ile ilgili boş ve alternatif hipotezler için tutarlı olarak uygun değerler oluşturmanın sorunlu olduğu gösterilmiştir. Bu nedenle, örneklem büyüklüğü bazı durumlarda bu indeksler üzerinde zararlı bir etkiye sahiptir (Burgazoğlu, 2022: 73).</p>	$GFI = 1 - \frac{F_s}{F_h} = 1 - \frac{\chi_s^2}{\chi_h^2}$ <p>F: Kullanılan kestirim modeli sonucunda bulunan en küçük uyum değeri  <math>\chi_s^2</math>: Temel model için ki-kare değeri  <math>\chi_h^2</math>: Hedef model için ki-kare değeri</p> $AGFI = 1 - \frac{df_s}{df_h} (1 - GFI) = 1 - \frac{\chi_h^2 df_h}{\chi_s^2 df_s}$ <p><math>df_s</math>: Temel model için serbestlik derecesi  <math>df_h</math>: Hedef model için serbestlik derecesi</p>

**Tablo 20.** YEM'de Kriter Olarak Alınan Diğer Model Uyum İndeksleri – *devamı*

Uyum İndeksi – Açıklama	Hesaplama – Formül
<p><b><u>NFI</u></b>            Normlaştırılmış uyum indeksi (NFI) ilk geliştirilen uyum indekslerinden bir tanesidir. 1980 yılında Peter M. Bentler ve Douglas G. Bonnett tarafından geliştirilen bu indeks, artımlı bir uyum indeksidir (Bentler, 1990: 238). Bu indeks, test edilen modeli, gözlenen tüm değişkenlerin ilişkisiz olduğu varsayıldığı daha kısıtlı bir boş modelle karşılaştırarak uygunluğu değerlendirir. NFI’da 1 değeri mükemmel uyuma, 0 değeri uyum eksikliğine işaret eder. NFI değerli bir uyum indeksidir çünkü mutlak uyum indekslerinin ve ki – kare analizlerinin kullanımından kaynaklanan sorunlardan daha az etkilenir (Newcomb vd., 1988: 429). Bununla birlikte, daha sonraki araştırmalarda Bentler, NFI’nin özellikle örneklem boyutu küçük olduğunda, bazı zayıflıklara sebep olacağını belirtmiştir (Tanguma, 2001: 764; Burgazoğlu, 2022: 73):</p>	$NFI = \frac{F_s - F_h}{F_s} = \frac{\chi_s^2 - \chi_h^2}{\chi_s^2}$ <p>F: Kullanılan kestirim modeli sonucunda bulunan en küçük uyum değeri  <math>\chi_h^2</math>: Analiz edilecek modele ilişkin ki – kare değeri  <math>\chi_s^2</math>: Temel modele ilişkin ki – kare değeri</p>
<p><b><u>CFI</u></b>            Karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), Peter M. Bentler tarafından NFI’ya alternatif olarak oluşturulmuştur. Küçük büyüklükteki örneklem ile çalışıldığında NFI’nın daha az başarılı olduğu anlaşıldıktan sonra CFI indeksi geliştirilmiştir (Rigdon, 1996: 370). CFI da artımlı bir uyum indeksidir ve Bentler istatistiğine ve Roderick P. McDonald ve Herbert W. Marsh’ın görece merkezi olmama indeksine dayanmaktadır. 0,90’dan büyük CFI değerlerinin genellikle kabul edilebilir model uyumu seviyelerini gösterdiği kabul edilir (Chen, 2007: 468; Burgazoğlu, 2022: 74):</p> <p>Bugün bu indeks tüm yapısal eşitlik programlarında yer almakta ve örneklem büyüklüğünden en az etkilenen ölçülerden biri olması nedeniyle en çok rapor edilen uyum indekslerinden biridir (Hooper vd., 2008: 55).</p>	$CFI = \frac{\max[(\chi_h^2 - df_h), 0]}{\max[(\chi_h^2 - df_h), (\chi_s^2 - df_s), 0]}$ <p><math>\chi_h^2</math>: Modele ilişkin ki – kare değeri  <math>\chi_s^2</math>: Temel modele ilişkin ki – kare değeri  <math>df_h</math>: Modele ilişkin serbestlik derecesi  <math>df_s</math>: Temel modele ilişkin serbestlik derecesi,</p>

### RMSEA

Yaklaşımın ortalama karekök hatası (RMSEA), en son önerilen model uyumu testlerinden birisidir. RMSEA’nın değeri örneklem büyüklüğünden, ki – karenin etkilendiğinden daha az etkilendiğinden, RMSEA diğer alternatif uyum indeksleri gibi, çeşitli örneklem büyüklüklerindeki ki – kareden daha fazla tanımlayıcı bir değere sahiptir (Taasoobshirazi ve Wang, 2016: 32). RMSEA’nın en büyük gücü, hesaplanan değerler etrafında bir güven aralığı belirleme yeteneğidir. RMSEA’nın dağılım değerleri bilindiğinden, kesinlik düzeyini belirtmek için RMSEA’nın nokta tahmini etrafında bir güven aralığı oluşturulabilir. Bu güven aralığı kullanılarak boş hipotezin değerlendirilmesi daha kesin olarak incelenebilir. Bu güven aralıklarını kullanırken, güven aralığının tüm aralığı 0,05’ten küçükse, alternatifi ( $H_A$ : Yakın uyum) kabul etmek için boş bir hipotez ( $H_0$ : Yakın bir model uyumu değil) reddedilebilir. Bu nedenle, ki – kare istatistiği gibi, bir modelin verilere tam olarak uyduğunu değerlendirmek için RMSEA’yı kullanmak mümkündür (Kyriazos, 2018: 2220).

Olumsuz tarafı, veriler normal dağılmadığında RMSEA'nın performansı hakkında şu an için nispeten az bir bilgi mevcuttur. Mevcut bilgiler, büyük örneklem boyutları ve nispeten küçük serbestlik dereceleri olduğunda RMSEA'nın daha az optimal performans gösterebileceğini düşündürmektedir (Brosseau – Liard vd., 2012: 911). Ki – kare istatistiğinden farklı olarak, RMSEA, örneklem büyüklüğü problemlerinden daha az etkilenir. Güven aralıklarının hesaplanması ve sıfır hipotezlerinin test edilmesi için prosedürlerin geliştirilmesi, yapısal eşitlik modellemesi uyum indekslerinin geliştirilmesinde önemli kilometre taşlarıdır. Güven aralıklarının diğer uyum indeksleri için üretilmesi muhtemel olsa da (bazıları daha küçük serbestlik derecelerine sahip modelleri daha iyi test edebildiğini kanıtlayabilir), RMSEA'nın değeri orijinalliğindedir. RMSEA indeksi aşağıda verilen eşitlik ile hesaplanır (Curran vd., 2003: 211):

$$RMSEA = \sqrt{\max \left\{ \left( \frac{F(S, \Sigma \theta)}{df} - \frac{1}{N-1} \right), 0 \right\}}$$

$F(S, \Sigma \theta)$ : Minimum uyum fonksiyonu

df: Serbestlik derecesi

N: Analizi gerçekleştirilen örneklemin büyüklüğü

### SRMR

Standartlaştırılmış Ortalama Kare Artık indeksi (SRMR), gözlemlenen ve varsayılan kovaryans matrisleri arasındaki standartlaştırılmış artıkların ortalamasının bir indeksidir. Formülü şu şekildedir (Cangur ve Ercan 2015: 156):

$$SRMR = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^p \sum_{j=1}^i [(s_{ij} - \hat{\sigma}_{ij}) / (s_i s_j)]^2}{q(q+1)/2}}$$

$s_{ij}$ : Mevcut veriye dair kovaryans matrisi elemanı

$\hat{\sigma}_{ij}$ : Modele ilişkin kovaryans elemanı

$q$ : Gözlenen değişken sayısı

$i$  ve  $j$ : Sırasıyla matristeki satır ve sütun sayısı

$s_i$  ve  $s_j$ : Sırasıyla  $\sqrt{s_{ii}}$  ve  $\sqrt{s_{jj}}$

SRMR, 0,10'dan küçük bir değer ürettiğinde kabul edilebilir bir uyumu gösterse de, 0,05'ten küçük bir değer ürettiğinde de iyi uyumun göstergesi olarak yorumlanabilir.

Çalışmalarda SRMR indeksinin tercih edilmesinin nedenlerinden biri örneklem büyüklüğünden göreceli bağımsızlığıdır (Cangur ve Ercan, 2015: 157).

### **3.8. Analiz Bulguları**

Bu başlık altında normallik analizi, doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi ve yapısal eşitlik modellemesi uygulamalarına ilişkin bulgular sunulmuştur.

#### **3.8.1. Normallik Analizi**

Normallik varsayımı için verilerin çarpıklık – basıklık değerleri ile ele alınmıştır. Sosyal bilimler alanında yapılmış çalışmalar incelendiğinde çarpıklık – basıklığın çok farklı aralıklarda değerlendirildiği görülmektedir. Çarpıklık – basıklık değeri en çok kullanılan normallik ölçülerinden biri olmasına rağmen kabul edilen ortak bir değer aralığı bulunmamaktadır (Orcan, 2020: 256). Bazı yazarlar yalnızca  $\pm 1$  aralığında kalan değerlerin normallik için kabul edilebilir çarpıklık – basıklık değerleri olduğunu belirtmişlerdir (Büyüköztürk vd., 2014). Bazı yazarlar da bu aralık eşik değerlerinin daha büyük olabileceğini söylemişlerdir (Iyer vd., 2017: 264).

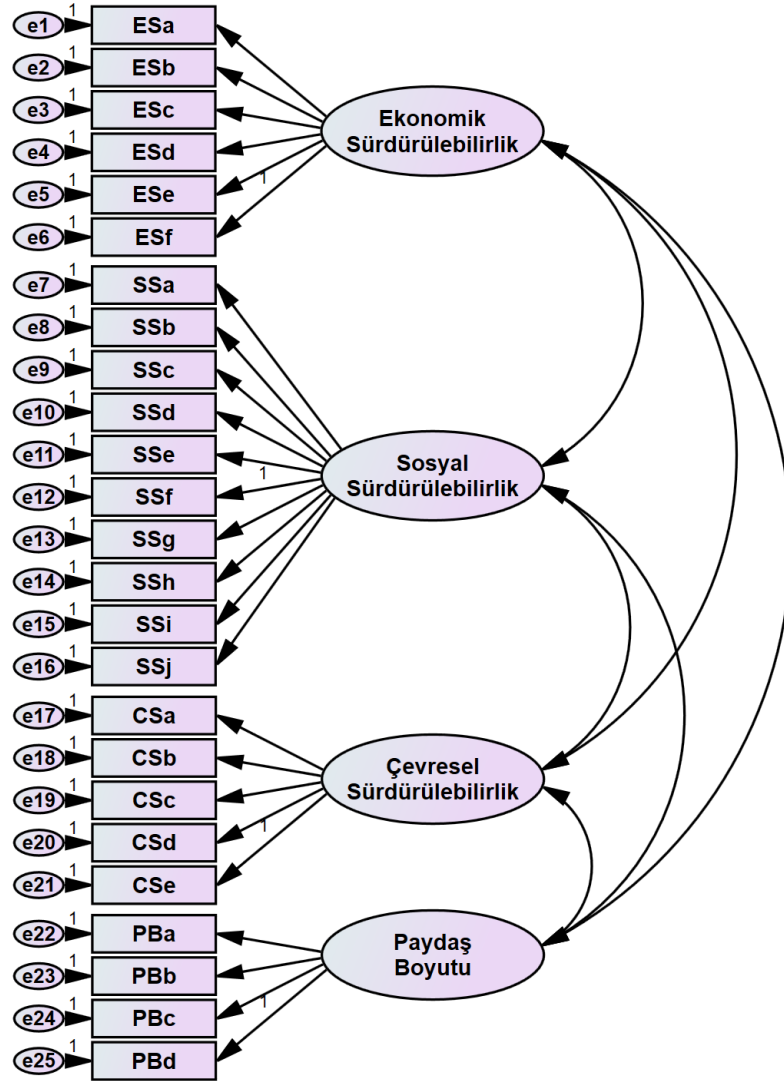
Verilerin normal dağılımı söz konusu olduğunda çarpıklık ve basıklık değerleri sıfırdır (Tekin, 2017: 818). Yapılan makale ve tez çalışmaları incelendiğinde yaygın olarak tercih edilen aralığın  $\pm 3$  olarak ele alındığı görülmüştür. Yabancı yayınlar incelendiğinde basıklık kavramı için  $\pm 7$  aralığını kabul eden çalışmaların olduğu da görülmektedir (Güğerçin ve Ay, 2017: 62).

Byrne (2011: 99), çarpıklık değerinin  $\pm 2$  aralığında, basıklık değerinin de  $\pm 7$  aralığında olması durumunda verilerin normal dağıldığının kabul edilebileceğini öne sürmüşlerdir. Chemingui ve Ben Lallauna (2013: 584), çarpıklık değeri 3'ten küçük olduğunda ve basıklık değerinin de  $\pm 2$  aralığında olması durumunda verilerin normal dağıldığını öne sürmüşlerdir.

Bu çalışmada toplamda 613 kişiden veri toplanmıştır. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi ölçekleri nezdinde toplanan veriler arasında eksik veri bulunmamaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin her birinin  $\pm 1$  değer aralığında yer aldığı görülmüştür. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi ölçekleri ve boyutları nezdinde, veriler normallik varsayımını sağlamaktadır.

### 3.8.2. Doğrulayıcı Faktör Analizleri

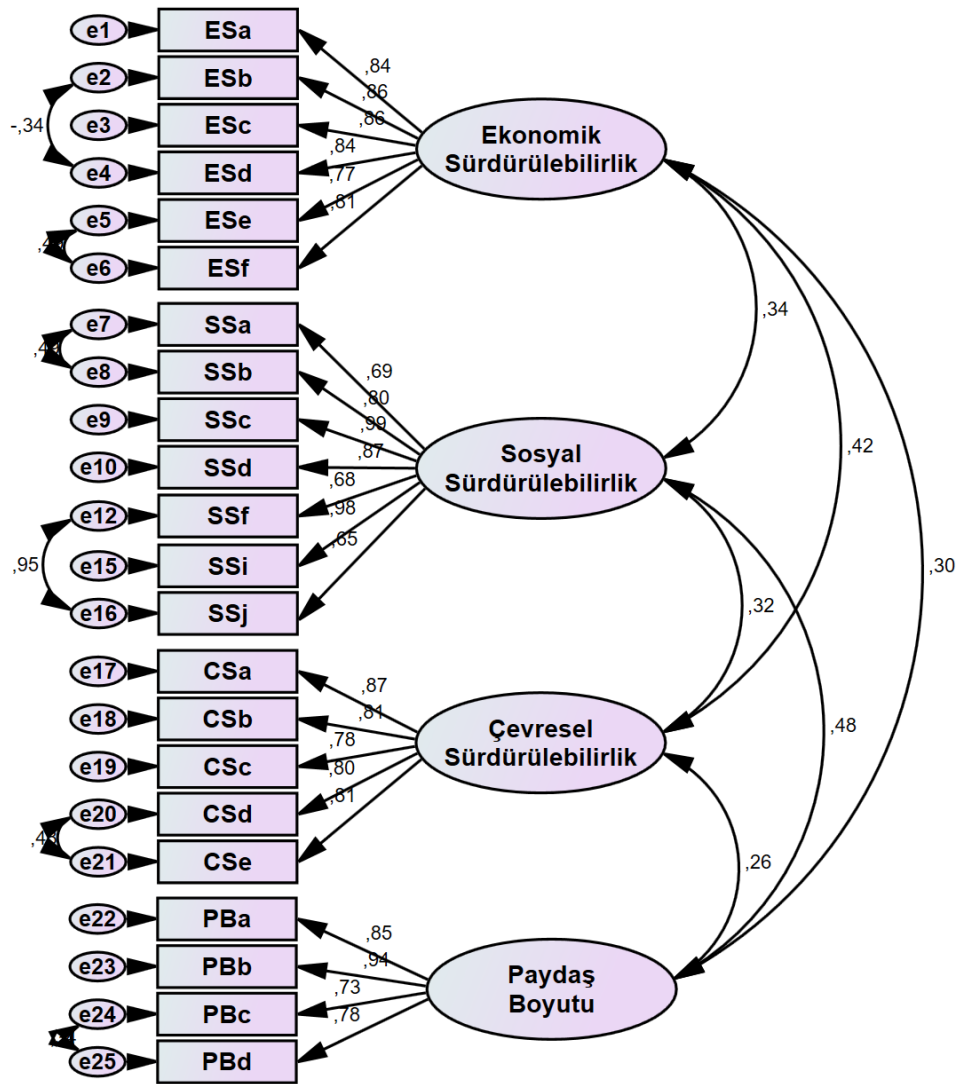
Bu başlık altında Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi ölçeğinin toplanan veriler özelinde geçerlilikleri incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizini yapmak için IBM SPSS Statistics programının IBM SPSS AMOS 22 eklentisi kullanılmıştır. Ölçekleri görselleştirmek için ilk olarak yol diyagramları çizilmiştir. Bulgular sunulurken ölçeklerin başlangıç modelleri ve yapılan modifikasyonlar ve/veya madde çıkarımları sonucunda elde edilen nihai modellerine yer verilmiştir.



**Şekil 9.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği için Doğrulayıcı Faktör Analizi Başlangıç Modeli

Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği 25 madde ve 4 faktörden oluşmaktadır. Hipotezler sınanmaya başlanmadan önce ölçüm modelinin geçerliliği kontrol edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi için çizilen başlangıç modelinin (Şekil 9) yeterli uyumu göstermediği görülmüş ve bu nedenle model iyileştirme adımları uygulanmıştır.

Yapılabilecek iyileştirmeler için öncelikle her bir maddenin madde faktör yükleri (standardize regresyon katsayısı) incelenmiş ve her bir faktör yükünün 0,50'den büyük olduğu görülmüştür. Standardize regresyon katsayısı veya standartlaştırılmış katsayılar araştırmacıların, farklı ölçüm birimlerine rağmen tüm değişkenlerin eşit standart sapmalarına sahip olacağı şekilde standart sapmaları ayarlayarak yol diyagramındaki farklı açıklayıcı değişkenlerin etkilerinin göreceli büyüklüğünü karşılaştırmasına olanak tanır. Standardize regresyon katsayıları, değişkenlerin standartlaştırılmış formu üzerinde doğrusal bir regresyon modeli çalıştırılarak elde edilir.



Şekil 10. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeğinin Doğrulanmış Ölçüm Modeli

Birinci adım olarak modifikasyon indisleri tablosuna bakılıp modelde yapılabilecek muhtemel değişiklikler belirlenmiştir. Bu değişiklikler için Modification Indices tablosundaki ki - kare düşüş değerleri ("M.I. değerleri") incelenmiştir. Modifikasyon indeksleri, tek bir parametre kısıtlamasının kaldırılması durumundaki ki -

kare değerinin azalacağı miktarın bir tahminidir. En yüksek modifikasyon indeksi değerinin göstermiş olduğu modifikasyon, kavramsal olarak uygun olduğu durumlarda birbirine bağlanarak model çalıştırılmıştır. Bu bağlama işlemi yalnızca aynı faktör altında yer alan hata terimleri arasında yapılabilmektedir. Modifikasyon sonrasında modelin hala yeterli uyum sağlamadığı görülmüş ve en yüksek modifikasyon indeksi değerine sahip üç madde (11, 13 ve 14. maddeler) model dışı bırakılmıştır. Bu aşamadan sonra modelin doğrulandığı görülmüştür. Doğrulanmış ölçüm modeli Şekil 10'da verilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesi yöntemlerinin sonuçlarının değerlendirilmesi, uyum indekslerine ve genel model uyumuna dayanmaktadır. Literatür incelemelerinden anlaşıldığı üzere model uyum indekslerinin değerlendirilmesinde kullanılan değerlerin oldukça esnek olduğu göze çarpmaktadır. Genel olarak, bir yapısal eşitlik modellemesi yönteminin sonuçlarının değerlendirilmesinde ne kadar çok uyum indeksi kullanılırsa, yanlış belirlenmiş bir modelin reddedilme olasılığı o kadar artar. Bununla birlikte doğru belirlenmiş bir modelin reddedilme olasılığı da artmış olur. Genellikle en az iki uyum indeksinin dikkate alınması önerilir. Bu uyum indeksleri için önerilmiş olan bazı eşik değerleri vardır fakat bu değerler katı değerler değildir. Çok çeşitli eşik değerlere rastlamak mümkündür.

**Tablo 21.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri

	Başlangıç Modeli Uyum İndeks Değerleri	Madde Çıkarımı ve Modifikasyon Sonrası Uyum İndeks Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
$\chi^2/sd$	13,16	4,17	$\leq 5$
<b>GFI</b>	0,67	0,90	$\geq 0,90$
<b>AGFI</b>	0,61	0,86	$\geq 0,85$
<b>CFI</b>	0,79	0,96	$\geq 0,95$
<b>NFI</b>	0,78	0,94	$\geq 0,90$
<b>RMSEA</b>	0,14	0,07	$\leq 0,08$
<b>SRMR</b>	0,07	0,06	$\leq 0,10$

Kurumsal Sürdürülebilirlik ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına ilişkin uyum iyiliği indeks değerlerinin başlangıçtaki halinin kabul edilebilir sınırlarda olmadığı ancak yapılan modifikasyonlar ve madde çıkarımları sonrası uyum iyiliği indeks değerlerinin kabul edilebilir sınırlara yaklaştığı görülmektedir (Tablo 21). Uyum indeksi



SRMR = 0,07 değeri ile eşik değeri sınırı içinde yer almakla birlikte,  $\chi^2/sd = 13,16$ ; GFI = 0,67; AGFI = 0,61; CFI = 0,79; NFI = 0,78; RMSEA = 0,14 değerlerini alarak uyum iyiliği indeks eşik değerleri sınırı dışında kalarak Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre iyi uyum göstermediği sonucu elde edilmiştir. Bunun sonucunda yapılan modifikasyonlar ve madde çıkarımları sonrası uyum iyiliği indeks değerlerinin  $\chi^2/sd = 4,17$ ; GFI = 0,90; AGFI = 0,86; CFI = 0,96; NFI = 0,94, RMSEA = 0,07; SRMR = 0,06 değerlerini alarak kabul edilebilir eşik değerleri içinde yer aldığı görülmektedir.

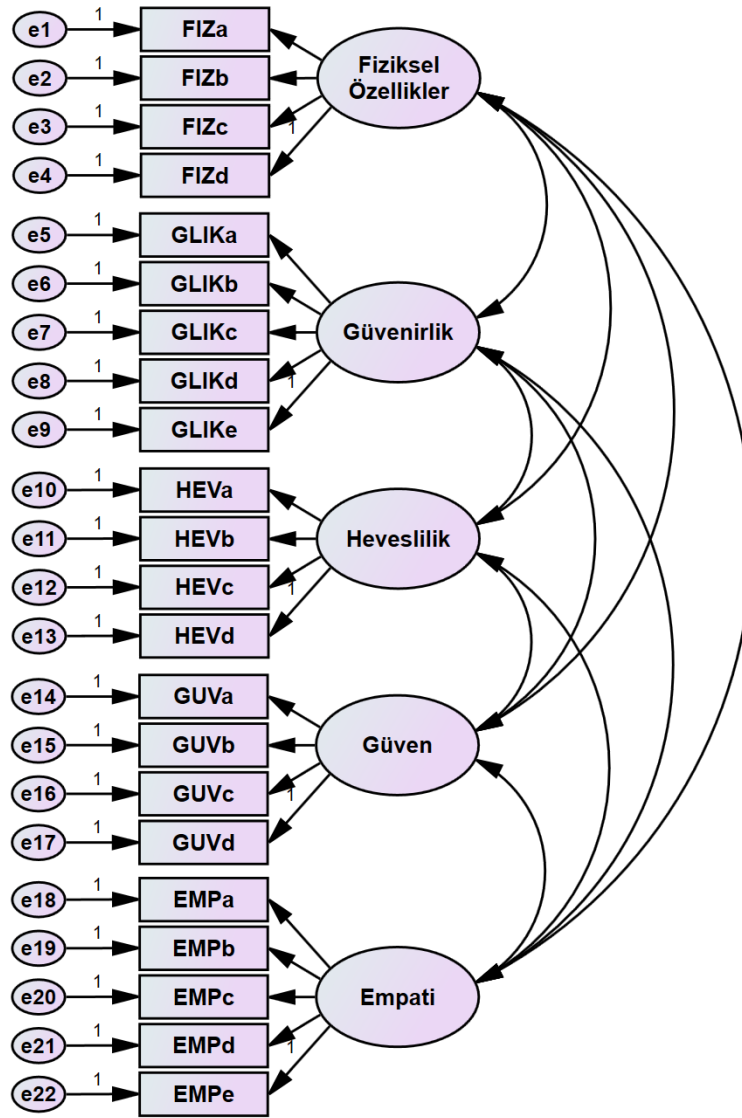
**Tablo 22.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri

Maddeler	Ekonomik Sürdürülebilirlik	Sosyal Sürdürülebilirlik	Çevresel Sürdürülebilirlik	Paydaş Boyutu
ESf	0,805			
ESe	0,775			
ESd	0,841			
ESc	0,863			
ESb	0,860			
ESa	0,843			
SSd		0,874		
SSc		0,994		
SSb		0,804		
SSa		0,693		
SSf		0,675		
SSi		0,981		
SSj		0,651		
CSe			0,814	
CSd			0,804	
CSc			0,781	
CSb			0,807	
CSa			0,872	
PBd				0,778
PBc				0,730
PBb				0,937
PBa				0,852

Şekil 10'daki ölçüm modeli incelendiğinde, ölçüm aracının iyileştirilmiş yorumunda 22 madde ve 4 faktör bulunmaktadır. İyileştirilmiş modeldeki tek yönlü oklar üzerindeki katsayılar standardize regresyon katsayılarını yani faktör yüklerini ifade etmektedir. Sosyal bilimlerde maddelere ilişkin faktör yükleri için Hair vd. (2010: 16), 0,50'den yüksek olması gerektiğini ve mümkünse 0,70 ve üzerinde olmasının ideal olduğunu söylemektedir. Fakat araştırmanın yürütülebilmesi için 0,50'nin üzerinde olmasının yeterli olduğunu belirtmişlerdir.

Kurumsal Sürdürülebilirlik ölçüm modelinde yer alan maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üzerindedir. Faktör yükleri Tablo 22'de verilmiştir. Ekonomik Sürdürülebilirlik faktörünün 6 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,775 – 0,863 aralığında olduğu, Sosyal Sürdürülebilirlik faktörünün 7 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,651 – 0,994 aralığında olduğu, Çevresel Sürdürülebilirlik faktörünün 5 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,781 – 0,872 aralığında olduğu ve Paydaş Boyutu faktörünün ise 4 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,778 – 0,937 aralığında olduğu görülmektedir. Değerlendirilebilir faktör yükü alt değeri olan 0,50 ile ideal olarak kabul edilen 0,70 değeri arasında faktör yükü değeri alan iki madde (SSa ve SSf) bulunmaktadır. İkisi de 0,70 değerine yakın bir değer aldığı için ideal değerde faktör yüküne sahip olarak kabul edilebilir.

Hizmet Kalitesi Ölçeği 22 maddeden ve 5 faktörden oluşmaktadır. Hipotezleri sınamaya başlamadan önce ölçüm modeli sınanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi için çizilen başlangıç modelinin (Şekil 11) yeterli uyum göstermediği görülmüş ve bu nedenle model iyileştirme adımları uygulanmıştır. Yapılabilecek iyileştirmeler için öncelikle her bir maddenin madde faktör yükleri (standardize regresyon katsayısı) incelenmiş ve her bir faktör yükünün 0,50'den büyük olduğu görülmüştür. İkinci adım olarak modifikasyon indeksleri tablosuna bakılıp modelde yapılabilecek muhtemel değişiklikler belirlenmiştir. Modifikasyonlar sonrasında modelin yeterli uyumu sağladığı görülmüştür.

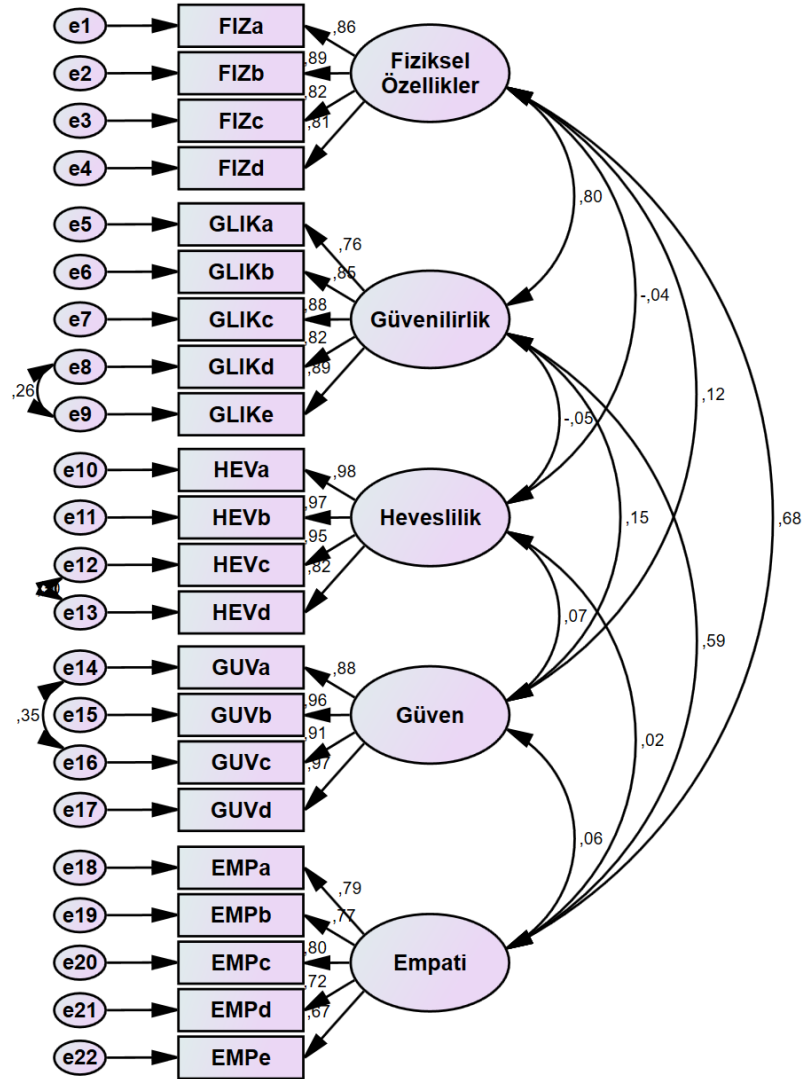


**Şekil 11.** Hizmet Kalitesi Ölçeği için Doğrulayıcı Faktör Analizi Başlangıç Modeli

Şekil 11'de hizmet kalitesi ölçeğinin başlangıç modeli yol diyagramı görülmektedir. Hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin başlangıç ve modifikasyonlar sonrası uyum indeks değerleri Tablo 23'te verilmiştir.  $\chi^2/sd = 4,61$ ; AGFI = 0,86; CFI = 0,95; NFI = 0,93; RMSEA = 0,08; SRMR = 0,04 değeri ile eşit değeri sınırı içinde yer almakla birlikte, GFI = 0,87 değerini almış ve uyum iyiliği indeks eşik değerleri sınırı dışında kalarak Hizmet Kalitesi Ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre iyi uyum göstermediği sonucu elde edilmiştir. Bunun sonucunda yapılan modifikasyonlar ve madde çıkarımları sonrası uyum iyiliği indeks değerlerinin  $\chi^2/sd = 4,03$ ; GFI = 0,90; AGFI = 0,87; CFI = 0,96; NFI = 0,94, RMSEA = 0,07; SRMR = 0,04 değerlerini alarak kabul edilebilir eşik değerleri içinde yer aldığı görülmektedir (Tablo 23).

**Tablo 23.** Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri – Hizmet Kalitesi Ölçeği

	Başlangıç Modeli Uyum İndeks Değerleri	Madde Çıkarımı ve Modifikasyon Sonrası Uyum İndeks Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
$\chi^2/sd$	4,61	4,03	$\leq 5$
GFI	0,87	0,90	$\geq 0,90$
AGFI	0,86	0,87	$\geq 0,85$
CFI	0,95	0,96	$\geq 0,95$
NFI	0,93	0,94	$\geq 0,90$
RMSEA	0,08	0,07	$\leq 0,08$
SRMR	0,04	0,04	$\leq 0,10$



**Şekil 12.** Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Doğrulanmış Ölçüm Modeli

Şekil 12’de verilen ölçüm modeli incelendiğinde, ölçüm aracının iyileştirilmiş yorumunda 22 madde ve 4 faktör bulunmaktadır. İyileştirilmiş modeldeki tek yönlü oklar üzerindeki katsayılar standardize regresyon katsayılarını yani faktör yüklerini ifade etmektedir. Bu çalışmada da Hizmet Kalitesi ölçüm modelinde yer alan maddelerin faktör yükleri 0,50’nin üzerindedir. Faktör yükleri Tablo 24’te verilmiştir.

**Tablo 24.** Hizmet Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri

Maddeler	Fiziksel Özellikler	Güvenirlilik	Heveslilik	Güvence	Empati
<b>FIZd</b>	0,812				
<b>FIZc</b>	0,817				
<b>FIZb</b>	0,894				
<b>FIZa</b>	0,855				
<b>GLIKe</b>		0,886			
<b>GLIKd</b>		0,820			
<b>GLIKc</b>		0,881			
<b>GLIKb</b>		0,853			
<b>GLIKa</b>		0,764			
<b>HEVd</b>			0,819		
<b>HEVc</b>			0,949		
<b>HEVb</b>			0,973		
<b>HEVa</b>			0,981		
<b>GUVd</b>				0,996	
<b>GUVc</b>				0,907	
<b>GUVb</b>				0,958	
<b>GUVa</b>				0,882	
<b>EMPe</b>					0,669
<b>EMPd</b>					0,715
<b>EMPe</b>					0,795
<b>EMPb</b>					0,769
<b>EMPa</b>					0,786

Fiziksel Özellikler faktörünün 4 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,812 – 0,894 aralığında olduğu, Güvenirlilik faktörünün 5 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,764 – 0,886 aralığında olduğu, Heveslilik faktörünün 4 maddeden

oluştugu ve madde faktör yüklerinin 0,819 – 0,981 aralığında olduğu, Güven faktörünün ise 4 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,882 – 0,996 aralığında olduğu ve Empati faktörünün 5 maddeden oluştuğu ve madde faktör yüklerinin 0,669 – 0,795 aralığında değiştigi görülmektedir. Değerlendirilebilir faktör yükü alt değeri olan 0,50 ile ideal olarak kabul edilen 0,70 değeri arasında faktör yükü değeri alan bir madde (*Empe*) bulunmaktadır. Bu madde 0,70 değerine yakın bir değer aldığı için ideal değerde faktör yüküne sahip olarak kabul edilebilir.

### 3.8.3. Güvenilirlik Analizleri

Bu çalışmanın ana amacı olan kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek ve çalışmanın alt amaçları olan sosyo – demografik değişkenler özelinde kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi algıları arasındaki farklılıkları incelemeye başlamadan önce toplanan verilere uygulanan son analiz güvenilirlik analizidir. Toplanan verilerin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach alfa değerinden yararlanılmıştır.

**Tablo 25.** Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçeklerinin ve Boyutlarının Güvenilirlikleri

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )
<b>Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği</b>	<b>22</b>	<b>0,925</b>
Ekonomik Sürdürülebilirlik	6	0,932
Sosyal Sürdürülebilirlik	7	0,949
Çevresel Sürdürülebilirlik	5	0,915
Paydaş	4	0,903
<b>Hizmet Kalitesi Ölçeği</b>	<b>22</b>	<b>0,881</b>
Fiziksel Özellikler	4	0,907
Güvenirlik	5	0,923
Heveslilik	4	0,964
Güvence	4	0,965
Empati	5	0,853

Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi ölçeklerine ve boyutlarına ilişkin Cronbach alfa katsayıları Tablo 25'te verilmiştir. Güvenilirlik dereceleri olarak Tablo 12'deki değerler dikkate alınmıştır. Yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda 22 maddeden oluşan Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği'nin Cronbach alfa katsayısı 0,925 ve 22 maddeden oluşan Hizmet Kalitesi Ölçeği'nin Cronbach alfa katsayısı 0,881 olarak hesaplanmıştır. Her iki ölçeğin ve boyutlarının yüksek derecede güvenilir oldukları

görülmektedir. Boyut özelinde incelendiğinde Kurumsal Sürdürülebilirlik ölçeğinin boyutlarının güvenilirlik katsayıları 0,903 – 0,949 arasında, Hizmet Kalitesi ölçeğinin boyutlarının güvenilirlik katsayıları 0,853 – 0,965 arasında değişmektedir. Her iki ölçeğin boyutlarının güvenilirlik katsayılarının yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

### 3.8.4. Tanımlayıcı İstatistikler ve Dağılımlar

Tanımlayıcı istatistikler, bir örneklem veya popülasyon için bir değişkeni veya değişkenleri özetlemek ve tanımlamak için kullanılır. Tanımlayıcı istatistiklerin hazırlanması ve sunulması, araştırma yaparken hayati bir ilk adımı temsil eder ve her zaman çıkarımsal istatistiksel analizlere başlanmadan önce yapılmalıdır. Araştırmanın niteliklerine göre kullanılacak çok çeşitli tanımlayıcı istatistikler vardır (Kaur vd., 2018: 60).

Bu çalışmada aritmetik ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değer, sıklık ve yüzde değerleri kullanılmıştır. Aritmetik ortalama, gözlenen değerlerin toplamının gözlem sayısına bölünmesi ile elde edilen değerdir. Standart sapma, gözlemlenen her bir değer için tüm veri kümesinin ortalamasına ne kadar yakın olduğunu gösteren yayılma ölçüleridir. Minimum ve maksimum değer, veri setindeki en küçük ve en büyük değerleri ifade eden tanımlayıcı istatistiklerdir. Frekans, verilerde belirli bir değer meydana gelme sayısıdır. Oran veya yüzdesel olarak da ifade edilirler (Marshall ve Jonker, 2010: 3).

**Tablo 26.** Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçeklerinin ve Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sap.</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>
<b>Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği</b>	<b>3,60</b>	<b>0,51</b>	<b>1,85</b>	<b>5,00</b>
Ekonomik Sürdürülebilirlik	3,60	0,75	1,00	5,00
Sosyal Sürdürülebilirlik	4,04	0,61	1,14	5,00
Çevresel Sürdürülebilirlik	2,96	0,80	1,00	5,00
Paydaş	3,81	0,67	1,00	5,00
<b>Hizmet Kalitesi Ölçeği</b>	<b>3,10</b>	<b>0,57</b>	<b>1,55</b>	<b>4,60</b>
Fiziksel Özellikler	3,42	0,82	1,00	5,00
Güvenilirlik	3,24	0,94	1,00	5,00
Heveslilik	2,65	1,12	1,00	5,00
Güvence	3,00	1,19	1,00	5,00
Empati	3,19	0,71	1,00	5,00

Tablo 26 incelendiğinde çalışmaya katılan kişilerin Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği puanlarının ortalaması ve standart sapması  $3,60 \pm 0,51$  iken Hizmet Kalitesi Ölçeği puanlarının ortalaması ve standart sapması ise  $3,10 \pm 0,57$ 'dir.

**Tablo 27.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Maddelerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Simge	İfade	Ort.	Std. Sp.
ESa	Devlet teşvikleri (Kalkınma Ajansı, KOSGEB, Bakanlık destekleri vb.) işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliği için gereklidir.	3,49	0,92
ESb	Her işletme kısa dönemli kâr odaklı olmak yerine, çalışmalarını gelecekte de sürdürmek için sürdürülebilirlik yol haritasına sahip olmalıdır.	3,56	0,90
ESc	İşletmeler, departmanları bazında yıllık büyüme rakamları belirlemeli ve ekipler bu hedefler için çalışmalıdır.	3,74	0,81
ESd	İşletme içi evrak ve belge dolaşımı, imza ve fatura hareketleri dijital ortama taşınarak kâğıt israfının önüne geçilmelidir	3,42	0,92
ESe	İşletmeler yıllık tasarruf hedeflerini (enerji, su vb.) çalışanlarıyla birlikte belirlemeli, kurum olarak onaylamalı ve uygulamalıdır.	3,67	0,83
ESf	Sürdürülebilirlik gayesiyle geliştirilen yeni uygulamalar, işletme giderlerinde tasarruf sağlayarak maliyetleri azaltır.	3,75	0,84
SSa	İşletmeler, çalışanlarının yıllık eğitim ihtiyaç analizlerini yaparak onların mesleki ve kariyer gelişimlerini desteklemelidir.	4,05	0,70
SSb	Çalışanların iş dışında sosyalleşmeleri için işletme yıllık faaliyet takvimi oluşturmalı ve çalışan motivasyon artırımı hedeflenmelidir.	4,00	0,70
SSc	Çalışan bağlılığı ve kurumsal aidiyeti pekiştirecek yan hak, sosyal yardım vb. uygulamalar dolaylı olarak şirket verimliliğini artırır.	4,01	0,70
SSd	İşletmeler, konumlandıkları bölge ve bölge halkının kültür ve refah düzeyini etkileyecek çalışma ve projelere katılım göstermelidir.	4,01	0,68
SSf	İşletmeler çalışan verimliliğini artırmak için adil olduğuna inanılan performans yönetim ve ücretlendirme sistemlerine sahip olmalıdır.	4,10	0,71
SSi	İşbaşı yapan personelin mesleğe ve işletme kültürüne uyumu için oryantasyon programları düzenlenmelidir.	4,00	0,69
SSj	Kişiler, dil, din, cinsiyet, dünya görüşü ve tercihleri yönünden kendilerine özgürlük tanınan ve bu tercihlerine saygı gösterilen bir çevrede çalışma hakkına sahiptir.	4,08	0,71
CSa	Yenilenebilir temiz enerji kaynaklarına yatırım yapmak ekolojik olduğu kadar ekonomik sürdürülebilirliğe de katkı sağlar.	2,86	0,91
CSb	Biyolojik çeşitliliğin devamı için doğal yaşama zarar veren her müdahale (yeşil alanlara tesis kurulumu, işletme atıklarının boşaltılması vb.) engellenmelidir.	2,75	0,91
CSc	Sürdürülebilir bir çevre için faaliyetlerde bulunan resmi ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları desteklenmelidir.	3,10	0,92
CSd	İşletmeler, hizmet ve ürün alımlarında ve tedarikçi seçiminde ekolojik sertifikaları olan işletmelere öncelik vermelidir.	3,02	0,94



**Tablo 27.** Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeğine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri – *devamı*

Simge	İfade	Ort.	Std. Sp.
CSe	İşletmelerin, oluşan çevre sorunları, iklim değişikliği gibi ekolojik faktörlerin ekonomi üzerindeki etkileri, oluşturduğu risk ve fırsatları değerlendirebilmesi için kurumsal öğrenme zorunludur.	3,07	0,95
PBa	İşletmeler, kendi kurumlarında benimsedikleri etik ilkelerden sorumlu olmakla beraber, birlikte çalışılan kişi ve kurumların etik ilkelerinden de sorumludur.	3,90	0,75
PBb	İşletmeler, faaliyetleri ve uzun vadeli etkileri kapsamında birincil paydaşlarına (hissedar, çalışan, yönetici, müşteri, tedarikçi vb.) ve ikincil paydaşlarına (hükümet, STK, rakipleri ve diğer ticari kuruluşlar) karşı sorumludur.	3,88	0,76
PBc	İşletmelerin ve onların paydaşlarının faaliyetlerinin etkinliği, verimliliği, yasal mevzuat, politika, yönetmelik ve prosedürlere uyulup uyulmadığı düzenli aralıklarla denetlenmelidir.	3,73	0,78
PBd	İşletmelerin, faaliyetleri hakkında şeffaf ve hesap verebilir bir tutumla “sürdürülebilirlik raporlaması” yaparak birincil ve ikincil paydaşlarını bilgilendirme yükümlülüğü vardır.	3,74	0,74

Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin boyutlar özelinde ortalamaları incelendiğinde en düşük algı ortalamasına sahip boyut *Çevresel Sürdürülebilirlik* boyutu, en yüksek ortalamaya sahip boyut ise *Sosyal Sürdürülebilirlik* boyutu olmuştur. Maddelere ilişkin ortalamaların verildiği Tablo 27 incelenecek olursa, akredite oda ve borsa meclis üyelerinin kurumsal sürdürülebilirliğe ilişkin ortalama en düşük algı düzeyine sahip madde *Çevresel Sürdürülebilirlik* boyutu altında yer alan *Biyolojik çeşitliliğin devamı için doğal yaşama zarar veren her müdahale (yeşil alanlara tesis kurulumu, işletme atıklarının boşaltılması vb.) engellenmelidir (CSb)* iken ortalama en yüksek algı düzeyine sahip madde *Sosyal Sürdürülebilirlik* boyutu altında yer alan *İşletmeler çalışan verimliliğini artırmak için adil olduğuna inanılan performans yönetim ve ücretlendirme sistemlerine sahip olmalıdır (SSf)* olmuştur.

*Ekonomik Sürdürülebilirlik* boyutunda en yüksek algı ortalamasına sahip madde *Sürdürülebilirlik gayesiyle geliştirilen yeni uygulamalar, işletme giderlerinde tasarruf sağlayarak maliyetleri azaltır (ESf)* iken en düşük algı ortalamasına sahip madde *İşletme içi evrak ve belge dolaşımı, imza ve fatura hareketleri dijital ortama taşınarak kâğıt israfının önüne geçilmelidir (ESd)* olmuştur. Birer iş alemi mensubu olan meclis üyeleri bu maddeyi yanıtlarken; yılların birikimi olan somut evrak sistemini kullandıkları için dijital ortama geçişte daha muhafazakâr ve ihtiyatlı yaklaşmış olabilir. Birçok hizmet dijital platformlar üzerinden yürütülmesine rağmen oda/borsa ve Ticaret Sicili dosyaları

oda/borsa var olduğu sürece halihazırdaki mevzuata göre tutulması zorunludur, verilen belgelerin birer örneğinin saklanması uygulaması devam etmektedir.

*Sosyal sürdürülebilirlik* boyutunda en yüksek algı ortalamasına sahip madde *İşletmeler çalışan verimliliğini artırmak için adil olduğuna inanılan performans yönetim ve ücretlendirme sistemlerine sahip olmalıdır (SSf)* iken eşit ve en düşük algı ortalamasına sahip maddeler *Çalışanların iş dışında sosyalleşmeleri için işletme yıllık faaliyet takvimi oluşturmalı ve çalışan motivasyon artırımı hedeflenmelidir (SSb)* ve *İşbaşı yapan personelin mesleğe ve işletme kültürüne uyumu için oryantasyon programları düzenlenmelidir (SSi)* olmuştur. Akreditasyon sistemi gereği, akredite birçok oda/borsa sosyal etkinlik konusunda aksiyon almaktadır. Kişisel gelişim, motivasyon ve takımışlık, mesleki gelişim vb. temalı eğitimler, kurum başkanı, yönetimleri ve kurum çalışanları ile kahvaltılı/yemekli değerlendirme toplantıları, il dışı eşli personel toplantıları, bölgelerinde faaliyet gösteren oda ve borsalar arasında personel ziyaretleri vb. etkinlikler düzenlenmektedir. Pandeminin yoğun baskısı altında geçen 2020 – 2021 yıllarında, kurumların ekonomik olarak varlıklarını sürdürme telaşı içine düşmeleri, geleceğin öngörülememesi vb. nedenlerin öne geçmesi bu maddeye verilen cevapların ortalamasının düşmesine neden olmuş olabilir. Yine de uzaktan erişimle personel ve üye eğitimlerine düşük yoğunlukla da olsa birçok oda/borsanın devam ettiği bilgisi alınmıştır.

*Çevresel sürdürülebilirlik* boyutunda en yüksek algı ortalamasına sahip madde *Sürdürülebilir bir çevre için faaliyetlerde bulunan resmi ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları desteklenmelidir (CSb)* iken en düşük algı ortalamasına sahip madde *Biyolojik çeşitliliğin devamı için doğal yaşama zarar veren her müdahale (yeşil alanlara tesis kurulumu, işletme atıklarının boşaltılması vb.) engellenmelidir (CSb)* olmuştur. Bu maddenin, yaşanmakta olan Pandemi şartlarının yarattığı kırılganlıklar ve bundan kaynaklanan olumsuz ekonomik konjonktürün etkisiyle ‘üretim engel’ şeklinde olumsuz bir algı doğurmuş olması muhtemeldir ki bu nedenle maddeye ilişkin daha düşük bir cevap seçilmiş olabileceği düşünülmektedir.

Son olarak paydaş boyutunda en yüksek algı ortalamasına sahip madde *İşletmeler, kendi kurumlarında benimsedikleri etik ilkelerden sorumlu olmakla beraber, birlikte çalışılan kişi ve kurumların etik ilkelerinden de sorumludur (PBa)* iken en düşük algı ortalamasına sahip madde *İşletmelerin ve onların paydaşlarının faaliyetlerinin etkinliği, verimliliği, yasal mevzuat, politika, yönetmelik ve prosedürlere uyulup uyulmadığı*

*düzenli aralıklarla denetlenmelidir (Pbc)* olmuştur. Arz talep şartlarında ortaya çıkan olumsuzluklar, tedarik zincirlerinde yaşanan düzensizlikler, geleceği öngörememe, planlama yapmayı zorlaştıran belirsizlikler ve gelecek kaygısı gibi nedenlerle bu şekilde, bu boyut altında yer alan maddelere kıyasla daha düşük bir algı çıkmış olabilir.

**Tablo 28.** Hizmet Kalitesi Ölçeği Maddelerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Simge	İfade	Ort.	Std. Sp.
FIZa	Üyesi olduğum oda/borsa modern araç, gereç ve donanımlara (bilgisayar, yazıcı, fotokopi makinası vb.) donanımlara sahiptir.	3,44	0,90
FIZb	Üyesi olduğum oda/borsanın fiziksel ortamı (bina, ofis, toplantı odaları vb.) verdikleri hizmete uygundur ve göze hoş görünmektedir.	3,56	0,89
FIZc	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli temiz ve düzgün görünüşlüdür.	3,19	0,99
FIZd	Üyesi olduğum oda/borsanın hizmetlerine eşlik eden gazete, dergi, broşür vb. materyalleri yeterli düzeyde ve görselliktedir.	3,50	0,92
GLIKa	Üyesi olduğum oda/borsa vaat ettiği hizmeti söz verdiği zamanda yerine getirir.	3,21	1,14
GLIKb	Üyesi olduğum oda/borsa, üyenin bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için içtenlikle çaba gösterir.	3,31	1,04
GLIKc	Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini ilk seferde hatasız olarak sunar.	3,10	1,06
GLIKd	Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini olması gereken zamanda sunar.	3,31	1,08
GLIKe	Üyesi olduğum oda/borsa üyeleriyle ilgili kayıtların hatasız ve eksiksiz tutulmasını sağlar.	3,23	1,05
HEVa	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelere sunacağı hizmetin ne zaman yerine getirileceğini üyeleriyle paylaşır.	2,64	1,16
HEVb	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin talep ettiği hizmetleri mümkün olan en hızlı şekilde yerine getirir.	2,61	1,15
HEVc	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerine yardım etmeye her zaman isteklidir.	2,64	1,17
HEVd	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, meşgul olsalar dahi üyelerin taleplerine cevap verirler.	2,74	1,22
GUVa	Üyesi olduğum oda/borsanın personelinin davranışları üyelere güven duygusu uyandırır.	2,94	1,24
GUVb	Üyesi olduğum oda/borsanın üyeleri ödeme, bilgi paylaşımı vb. işlemlerde kendilerini güvende hisseder.	2,99	1,24
GUVc	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli üyelere karşı her zaman saygılı ve naziktir.	3,04	1,25
GUVd	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli üyelerinin sorularına cevap verebilecek bilgi düzeyine sahiptir.	3,02	1,27
EMPa	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli her üyeyle tek tek ilgilenir.	3,27	0,87
EMPb	Üyesi olduğum oda/borsanın çalışma saatleri üyelerinin müsait olduğu zaman dilimine uygun olacak şekilde ayarlanmıştır.	3,11	0,78

**Tablo 28.** Hizmet Kalitesi Ölçeği Maddelerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri – devamı

Simge	İfade	Ort.	Std. Sp.
EMPC	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli her üyesiyle bireysel olarak ilgilenilecek personele sahiptir.	3,36	0,81
EMPD	Üyesi olduğum oda/borsa üyelerinin çıkarlarını her şeyin üstünde tutar.	3,49	0,82
EMPE	Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.	2,72	1,12

Hizmet Kalitesi ölçeğinin boyutlar özelinde ortalamaları incelendiğinde en düşük algı düzeyine sahip boyut *Heveslilik* boyutu, en yüksek algı düzeyine sahip boyut ise *Fiziksel Özellikler* boyutu olmuştur. Maddelere ilişkin ortalamaların verildiği Tablo 28 incelenecek olursa, akredite oda ve borsa meclis üyelerinin hizmet kalitesine ilişkin ortalama en düşük algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin talep ettiği hizmetleri mümkün olan en hızlı şekilde yerine getirir (HEVb)* iken ortalama en yüksek algı düzeyine sahip madde *fiziksel özellikler* boyutu altında yer alan *Üyesi olduğum oda/borsanın fiziksel ortamı (bina, ofis, toplantı odaları vb.) verdikleri hizmete uygundur ve göze hoş görünmektedir* olmuştur.

*Fiziksel Özellikler* boyutunda en yüksek algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın fiziksel ortamı (bina, ofis, toplantı odaları vb.) verdikleri hizmete uygundur ve göze hoş görünmektedir (FIZb)* iken en düşük algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli temiz ve düzgün görünüşlüdür (FIZc)* olmuştur. 2020 Mart ayından itibaren oda ve borsaların birçoğunda hijyen sağlanabilirliği daha kolay olduğundan çoğu kurumda olduğu gibi resmi olmayan, günlük kıyafet düzeni ile hizmet verilmeye başlanmıştır. Bu maddenin en düşük ortalamalı madde olmasının muhtemel sebebinin bu olduğu düşünülmektedir. Hizmet vermeye devam edebilmek ve oda ve borsa personellerinin pandemi sürecinde sağlıklı yaşam kalitesini mümkün olduğunca sağlamak, sürdürülebilir kılmak için böyle bir çözüm düşünülmüştür.

*Güvenilirlik* boyutunda eşit ve en yüksek algı düzeyine sahip maddeler ise *Üyesi olduğum oda/borsa, üyenin bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için içtenlikle çaba gösterir (GLIKb)* ve *Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini olması gereken zamanda sunar (GLIKd)* iken en düşük algı ortalamasına sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini ilk seferde hatasız olarak sunar (GLIKc)* olmuştur. Bu maddenin en düşük ortalamalı madde olmasının sebebinin bazı uygulamalarda yeknesaklık olmamasının olması muhtemeldir. Özellikle ihracat işlemlerinde ve konsolosluk ile ilgili belgelerin

onaylanmasında sıkça yaşanmaktadır. Oda ve borsalar tarafından onaylanan ve verilen belgelerde basılan mühür ve kaşelerin türü ile ilgili talepler için teslim edilecek kurumlardaki yetkililerin talepleri doğrultusunda çok sayıda farklı uygulama bulunmaktadır. Bazı yetkililer Türkçe kaşe isterken bazı yetkililer İngilizce, Arapça vb. değişik dillerde kaşe talep etmektedir. Şayet, farklı bir yetkili ile muhatap olunursa üye firma daha farklı taleplerle karşılaşmakta ve oda ve borsaya bu taleplerle başvurmaktadır. Sürecin karmaşıklığı ve talep eden kurum ve kuruluşların değişken talepleri sebebiyle üye işletmeler mağduriyet ve gecikmelerle karşılaşabilmektedir.

*Heveslilik* boyutunda en yüksek algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, meşgul olsalar dahi üyelerin taleplerine cevap verirler (HEVd)* iken en düşük algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin talep ettiği hizmetleri mümkün olan en hızlı şekilde yerine getirir (HEVb)* olmuştur. Birçok oda ve borsa, hizmetlerinin büyük bir kısmını çevrimiçi platformlar üzerinden sunmaya başlamıştır ve bu çevrimiçi platformların sağlayıcısı TOBB, Ticaret Bakanlığı, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı gibi kurumlardır ve bu kurumlar da bu hizmeti yazılım hazırlayan firmalardan temin etmektedir. Fakat oda ve borsalar aynı üyelerinin olduğu gibi bu çevrimiçi platformların kullanıcıları durumundadır ve üyelerde bu çevrimiçi platformları hazırlayanların oda ve borsalar olduğuna dair bir algı mevcuttur. Bu platformlarla ilgili yaşanan aksaklıkların odalar tarafından giderilebileceğini düşünen üyeler de bu aksaklıklar giderilmediğinde veya ne zaman giderileceği hakkında bilgi sağlanamadığında ve verilen hizmet geciktiğinde bu gecikmenin oda ve borsalar tarafından kaynaklandığı algısı oluşmaktadır. Bu maddenin ortalama algı düzeyinin diğer maddelere kıyasla daha düşük çıkmasının sebebinin bu durum olması muhtemeldir.

*Güven* boyutunda en yüksek algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli üyelere karşı her zaman saygılı ve naziktir (GUVc)* iken en düşük algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personelinin davranışları üyelere güven duygusu uyandırır (GUVa)* olmuştur. Bu maddenin en düşük algı düzeyine sahip olması durumunun oda ve borsa genel sekreterleri ve akreditasyon sorumluları ile paylaşıldığında beklenen bir durum olduğu bilgisi alınmıştır. Oda ve borsalar, verilen hizmetlerin manuel durumdan çevrimiçi platformlara taşındığı bir geçiş dönemi içindedir. Üye işletmeler çevrimiçi hizmet alımı öncesi bu sistemlere T.C. kimlik kartı fotokopisi, vekaletname, fotoğraf vb. dokümanları yüklemek zorundadır. Talep edilen bu belgeler TOBB, Bakanlıklar ve diğer hizmet sağlayıcı kurumlar tarafından talep

edilmektedir. Oda ve borsalar bu süreçlerde hizmete aracılık eden kurum sıfatıyla hizmet vermektedir. Üyeler bu yükleme işlemini e – devlet sayfalarından kendileri yapabilecekken ilgili oda ve borsa birimi personelinden yardım talep etmektedir, dolayısıyla kişisel bilgilerinin yer aldığı dokümanları oda ve borsa personeli ile paylaşmak durumunda kalmaktadır. Personel, üyelerin hizmet sürecini daha rahat geçirebilmeleri için üyenin talebini kabul etmektedir. Hem bu yardımı talep eden hem de bilgilerinin oda ve borsa personeli ile paylaşılması konusunda şikâyet eden kişiler genellikle aynı kişilerdir.

*Empati* boyutunda en yüksek algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsa üyelerinin çıkarlarını her şeyin üstünde tutar (EMPd)* iken en düşük algı düzeyine sahip madde *Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar (EMPe)* olmuştur. Oda ve borsalar, üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından bir sorun yaşadıkları zaman ilk başvurulması gereken kurumlar olarak görülmektedir. Oda ve borsaların hizmet alanına girmeyen konularda dahi odalar ve borsalar bugün gelinen noktada, danışılan kurumlar haline gelmişlerdir. Zamanla üyelerini yönlendirici bir misyon yüklenmişlerdir. Yönlendirme sürecini tamamladıktan sonra yetki alanlarının dışına çıkıldığı taktirde oda ve borsa personeli aradan çekilmektedir. Bazı üyeler böyle bir durum yaşansa bile sürecin güvenli bir şekilde ilerlediğine dair garantör olarak oda ve borsa personelinin süreçte devamlı olarak kalmasını istemektedir. Bu durum bu maddenin algı düzeyinin düşük olarak çıkmasına sebep olmuş olabilir. Gerçekte sürekli olmasa bile oda ve borsa personeli üyenin yaşadığı problem çözülünceye ya da hizmet süreci tamamlanıncaya kadar düzenli aralıklarla hem üye ile hem de yönlendirilen kurum ile dönem dönem iletişime geçmektedir. Bunlarla birlikte belirli zamanlarda üyelerin oda ve borsa özelinde ve TOBB, Bakanlık ve diğer kurumlar nezdinde istek, öneri ve şikâyet başlıkları altında yaşadıkları durumlar hakkında geri dönüşler talep edilmektedir. Ne yazık ki bazı üye işletmelerde istek, öneri, şikâyet konuları hakkında düzenli bir kayıt sistemi yoktur. Anlık ve günlük istek ve ihtiyaçlar hem oda ve borsa personelinin iş yoğunluğuna göre ya da başvurulmuş kurumun meşguliyetine bağlı olarak anında ya da istenilen şekilde ve sürede çözülmediği durumlar yaşanabilmektedir. Bunun da bu maddedeki algı düzeyinin düşük olmasına sebep vermesi muhtemeldir.

**Tablo 29.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları

Değişken	Sayı	Yüzde
Erkek	579	94,5
Kadın	34	5,5

Toplamda 613 kişi anket çalışmasına katılmıştır. Daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere çalışmada eksik veri bulunmamaktadır. Çalışmaya katılanların 579 (%94,5) kişisi erkek, 34 (%5,5) kişisi kadındır (Tablo 29).

**Tablo 30.** Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Dağılımları

Değişken	Sayı	Yüzde
21 – 30	25	4,1
31 – 40	79	12,9
41 – 50	265	43,2
51 – 60	138	22,5
61 yaş ve üzeri	106	17,3

Katılımcıların 25 (%4,1) kişisi 21 – 30 yaş aralığında, 79 (%12,9) kişisi 31 – 40 yaş aralığında, 265 (%43,2) kişisi 41 – 50 yaş aralığında, 138 (%22,5) kişisi 51 – 60 yaş aralığında, 106 (%17,3) kişisi 61 yaş ve üzerinde bulunmaktadır (Tablo 30).

**Tablo 31.** Katılımcıların Sektör Değişkenine Göre Dağılımları

Değişken	Sayı	Yüzde
Hizmet Sektörü	263	42,9
Üretim Sektörü	350	57,1

Katılımcıların 263 (%42,9) kişisinin sahip olduğu işletme hizmet sektöründe faaliyet gösterirken, 350 (%57,1) kişisinin sahip olduğu işletme üretim sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir (Tablo 31).

**Tablo 32.** Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Değişken	Sayı	Yüzde
İlköğretim	39	6,4
Lise	108	17,6
Ön Lisans	244	39,8
Lisans	194	31,6
Lisansüstü	28	4,6

Katılımcıların 39 (%6,4) kişisi ilköğretim, 108 (%17,6) kişisi lise, 244 (%39,8) kişisi ön lisans, 194 (%31,6) kişisi lisans, 28 (%4,6) kişisi lisansüstü dereceye sahiptir (Tablo 32).

**Tablo 33.** Katılımcıların Üye Oldukları Oda/Borsaya Göre Dağılımları

Değişken	Sayı	Yüzde
Sanayi Odası	56	9,1
Ticaret Borsası	87	14,2
Ticaret Odası	166	27,1
Ticaret ve Sanayi Odası	304	49,6

Katılımcıların 56 (%9,1) kişisi sanayi odası üyesi, 87 (%14,2) kişisi ticaret borsası üyesi, 166 (%27,1) kişisi ticaret odası üyesi, 304 (%49,6) kişisi de ticaret ve sanayi odası üyesidir (Tablo 33).

**Tablo 34.** Katılımcıların Oda/Borsaya Üyelik Sürelerine Göre Dağılımları

Değişkenler	Sayı	Yüzde
0 – 10 yıl	7	1,1
11 – 20 yıl	72	11,7
21 – 30 yıl	191	31,2
31 – 40 yıl	270	44,0
41 yıl ve üzeri	73	11,9

Katılımcılardan 7 (%1,1) kişinin 0 – 10 yıl, 72 (%11,7) kişinin 11 – 20 yıl, 191 (%31,2) kişinin 21 – 30 yıl, 270 (%44) kişinin 31 – 40 yıl, 73 (%11,9) kişinin de 41 yıl ve üzeri süredir oda/borsaya üyeliği bulunmaktadır (Tablo 34).

**Tablo 35.** Katılımcıların Oda/Borsa Meclisinde Görev Sürelerine Göre Dağılımları

Değişkenler	Sayı	Yüzde
0 – 4 yıl	80	13,1
5 – 8 yıl	133	21,7
9 – 12 yıl	230	37,5
13 – 16 yıl	124	20,2
16 yıl ve üzeri	46	7,5

Katılımcıların 80 (%13,1) kişisi 0 – 4 yıl, 133 (%21,7) kişisi 5 – 8 yıl, 230 (%37,5) kişisi 9 – 12 yıl, 124 (%20,2) kişisi 13 – 16 yıl, 46 (%7,5) kişisi de 16 yıl ve üzeri süredir oda/borsa meclisinde görev yapmaktadır (Tablo 35).



**Tablo 36.** Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Coğrafi Bölgeye Göre Dağılımları

Değişkenler	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	87	14,2
Doğu Anadolu Bölgesi	38	6,2
Ege Bölgesi	111	18,1
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	44	7,2
İç Anadolu Bölgesi	104	17,0
Karadeniz Bölgesi	87	14,2
Marmara Bölgesi	142	23,2

Katılımlardan 87 (%14,2) kişi Akdeniz bölgesinde, 38 (%6,2) kişi Doğu Anadolu Bölgesi'nde, 111 (%18,1) kişi Ege Bölgesi'nde, 44 (%7,2) kişi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde 104 (%17) kişi İç Anadolu Bölgesi'nde, 87 (%14,2) kişi Karadeniz Bölgesi'nde, 142 (%23,2) kişi Marmara Bölgesi'nde faaliyetlerini sürdürmektedir (Tablo 36).

### 3.8.5. Sosyo – Demografik Özelliklere Göre İstatistiksel Farklılıkların İncelenmesi

Bu bölümde değişkenler altında yer alan gruplar arası istatistiksel farklılıklar analiz edilmiştir. Farklılık analizleri için; iki grup ile temsil edilen özellikler bağımsız gruplar t – testi, ikiden fazla grup olarak ifade edilen özellikler ise tek yönlü ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi sonucunda anlamlı çıkan değerlere sahip değişkenlere de Tukey testi uygulanmıştır. Farklılık analizleri için IBM SPSS Statistics 28 programlarından yararlanılmıştır.

**Tablo 37.** Cinsiyete Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
Erkek	3,61	0,51	3,10	0,57
Kadın	3,53	0,44	3,17	0,48
t;p	0,815;0,415		-0,723;0,470	

t: Bağımsız Örneklem t – testi p<0,05

Cinsiyet özelliği için bağımsız örneklem t – testi sonucunda elde edilen istatistikler olan t;p değeri 0,815;0,415, hizmet kalitesi ölçeği için cinsiyet alt özelliğinde t;p değeri -0,723;0,470 olarak bulunmuştur. Her iki ölçekte kadın ve erkek grupları için

kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi alguları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 37).

**Tablo 38.** Yaşa Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
21 – 40 yaş	3,61	0,56	3,06	0,55
41 – 50 yaş	3,63	0,51	3,09	0,57
51 – 60 yaş	3,55	0,50	3,17	0,56
61 yaş ve üzeri	3,59	0,48	3,06	0,60
F;p	0,756;0,519		1,111;0,344	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Yaş özelliğinde tek yönlü ANOVA sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik için F;p değeri 0,756;0,519, hizmet kalitesi için F;p değeri 1,111;0,344 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için yaş grupları arasında (21 – 40 yaş, 41 – 50 yaş, 51 – 60 yaş, 61 yaş ve üzeri) kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi alguları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 38).

**Tablo 39.** Sektöre Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
Hizmet Sektörü	3,62	0,51	3,09	0,56
Üretim Sektörü	3,59	0,50	3,11	0,58
t;p	0,533;0,594		-0,395;0,693	

t: Bağımsız Örneklem t – testi  $p < 0,05$

Sektör özelliğinde bağımsız örneklem t – testi sonucunda elde edilen t;p istatistikleri değerleri sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için 0,533;0,594, hizmet kalitesi ölçeği için -0,395;0,693 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için hizmet sektörü ve üretim sektörü gruplarında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi alguları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 39).

**Tablo 40.** Eğitim Düzeyine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	<b>Kurumsal Sürdürülebilirlik</b>		<b>Hizmet Kalitesi</b>	
	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sap.</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sap.</b>
1) İlköğretim	3,44	0,58	3,34	0,46
2) Lise	3,59	0,54	3,10	0,57
3) Ön Lisans	3,61	0,51	3,06	0,57
4) Lisans ve Üstü	3,63	0,47	3,10	0,57
<b>F;p</b>	<b>1,159;0,198</b>		<b>2,672;0,047* Fark: 1&gt;3</b>	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Eğitim durumu özelliğinde tek yönlü ANOVA testi sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için F;p değeri 1,159;0,198, hizmet kalitesi ölçeği için F;p değeri 2,672;0,047 olarak bulunmuştur. Eğitim durumu özelliği altında yer alan gruplar (İlköğretim, Lise, Ön Lisans, Lisans ve üstü) arasında kurumsal sürdürülebilirlik algıları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmazken hizmet kalitesi algıları bakımından anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Farklılık için yapılan Tukey testi sonucunda İlköğretim mezunu katılımcıların hizmet kalitesi algılarının Ön Lisans mezunu katılımcıların hizmet kalitesi algılarından daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir. Bunun muhtemel nedeni; yaşanmakta olan pandemi sürecinin gereği olarak her alanda uzaktan erişimle ticaretin, eğitimin, iletişimin sağlanmasında hızlı bir dönüşüm içine girilmesi olabilir. Oda ve borsaların yönetim erki her türlü riski göze alarak, üyelerini yalnız bırakmamanın, organ üyelerinden başlamak üzere onları işyerlerinde ziyaret etmenin, sorunlarını yerinde dinlemenin gayreti içinde olmuşlardır. Üyelerin resmi makamlar nezdindeki kredi, teşvik, istihdam vb. başvurularını buldukları yerlerden çevrimiçi olarak yapılması konularında üyelerine hizmet sunmuşlardır. Örnekleme gerekirse, 65 yaş üstü iş insanlarının evde kalma zorunluluğu yaşadıkları dönemde, her türlü rapor, dosya, gazete, dergi, bülten vb. yayınları basılı bir şekilde sunmak yerine dijital mecrada hazırlayıp hizmete sunmuşlardır. Normalleşme dönemine geçilmesiyle bu farklılıkların ortadan kalkmış ya da minimize edilmiş olması muhtemeldir. Yine de ortaya çıkan bu durum yeni bir araştırma konusu olarak ele alınabilir (Tablo 40).

**Tablo 41.** Üyesi Olunan Kuruma Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
Sanayi Odası	3,62	0,57	3,22	0,46
Ticaret Borsası	3,60	0,50	3,02	0,59
Ticaret Odası	3,60	0,49	3,14	0,56
Ticaret ve Sanayi Odası	3,60	0,51	3,08	0,58
F;p	0,017;0,997		1,817;0,143	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Üye olunan kurum türü özelliğinde tek yönlü ANOVA testi sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için F;p değeri 0,017;0,997, hizmet kalitesi ölçeği için F;p değeri 1,817;0,143 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için üye olunan kurum özelliği altında yer alan gruplar (Sanayi Odası, Ticaret Borsası, Ticaret Odası, Ticaret ve Sanayi Odası) arasında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi alguları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 41).

**Tablo 42.** Oda/Borsaya Üyelik Süresine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
0 – 20 yıl	3,59	0,46	3,15	0,54
21 – 30 yıl	3,60	0,52	3,11	0,58
31 – 40 yıl	3,62	0,52	3,06	0,55
41 yıl ve üzeri	3,56	0,49	3,18	0,62
F;p	0,340;0,796		1,142;0,331	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Oda/Borsaya üyelik süresi özelliğinde tek yönlü ANOVA testi sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için F;p değeri 0,340;0,796, hizmet kalitesi ölçeği için F;p değeri 1,142;0,331 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için oda/borsaya üyelik süresi özelliği altında yer alan gruplar (0 – 20 yıl, 21 – 30 yıl, 31 – 40 yıl, 41 yıl ve üzeri) arasında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi alguları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 42).

**Tablo 43.** Oda/Borsa Meclisinde Görev Alma Süresine Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
0 – 4 yıl	3,58	0,51	3,14	0,56
5 – 8 yıl	3,61	0,49	3,09	0,59
9 – 12 yıl	3,64	0,50	3,10	0,57
13 – 16 yıl	3,56	0,56	3,12	0,58
16 yıl ve üzeri	3,58	0,47	2,98	0,48
F;p	0,525;0,717		0,637;0,637	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Oda/Borsa meclisinde üyelik süresi özelliği için yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik için F;p değeri 0,525;0,717, hizmet kalitesi ölçeği için F;p değeri 0,637;0,637 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için oda/borsaya üyelik süresi özelliği alt grupları (0 – 4 yıl, 5 – 8 yıl, 9 – 12 yıl, 13 – 16 yıl, 16 yıl ve üzeri) arasında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi algıları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 43).

**Tablo 44.** Faaliyette Bulunulan Coğrafi Bölgeye Göre Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi Ölçekleri Puanlarının Farklılıklarının İncelenmesi

	Kurumsal Sürdürülebilirlik		Hizmet Kalitesi	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.
Akdeniz Bölgesi	3,67	0,52	3,14	0,61
Doğu Anadolu Bölgesi	3,44	0,52	3,20	0,49
Ege Bölgesi	3,67	0,49	3,14	0,50
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	3,51	0,53	3,01	0,64
İç Anadolu Bölgesi	3,54	0,50	3,09	0,54
Karadeniz Bölgesi	3,62	0,51	3,12	0,53
Marmara Bölgesi	3,61	0,50	3,04	0,63
F;p	1,730;0,112		0,850;0,532	

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)  $p < 0,05$

Coğrafi bölge özelliğinde uygulanan tek yönlü ANOVA testi sonucunda elde edilen istatistikler sırasıyla kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için F;p değeri 1,730;0,112, hizmet kalitesi ölçeği için F;p değeri 0,850;0,532 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek için oda/borsaya üyelik süresi alt grupları (Akdeniz, Doğu Anadolu, Ege, Güneydoğu

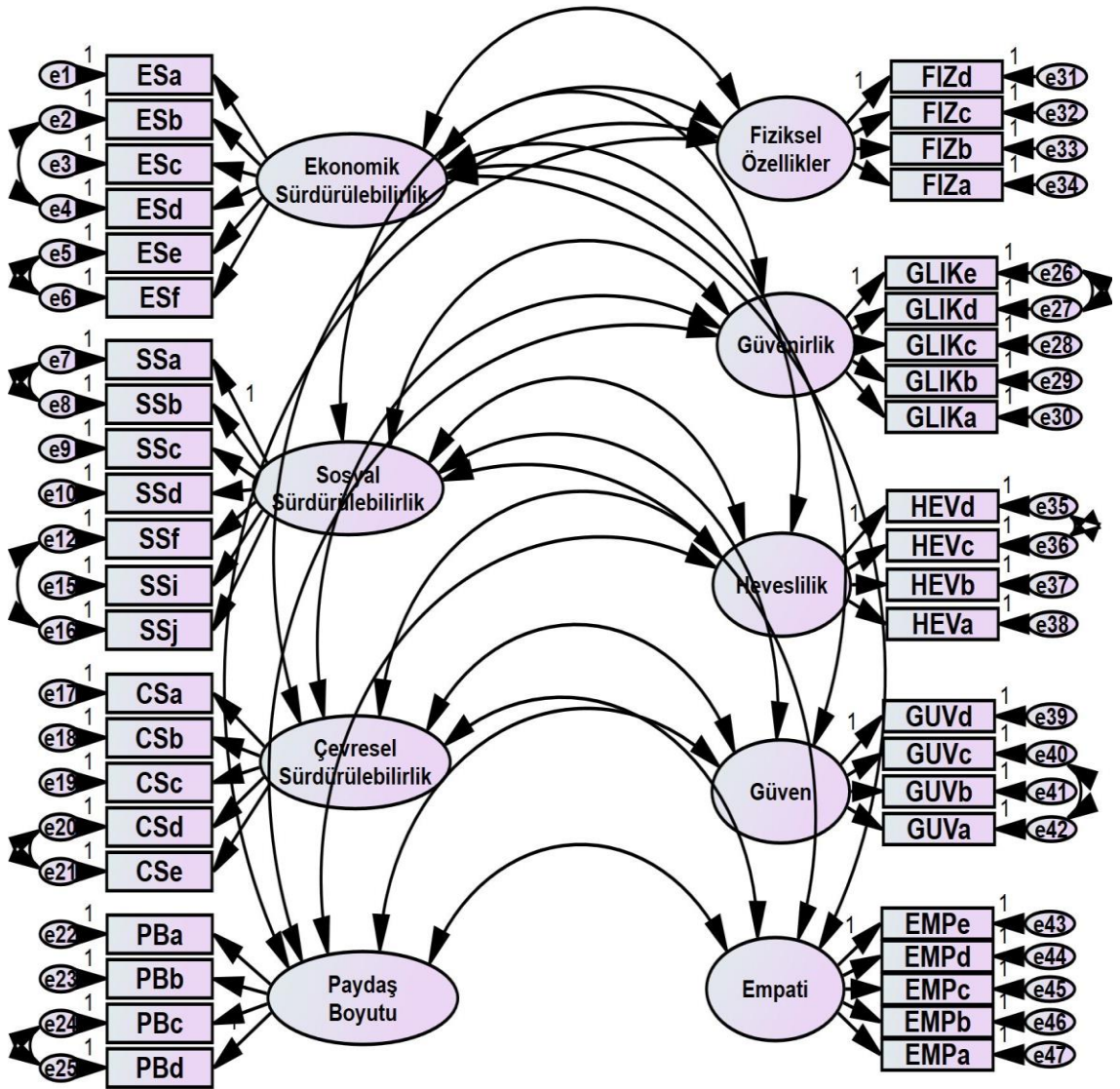
Anadolu, İç Anadolu, Karadeniz, Marmara) arasında kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi algıları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 44).

**Tablo 45.** İstatistiksel Farklılıklara İlişkin Araştırma Hipotezleri ve Sonuçlar

	HİPOTEZLER	SONUÇ
H <sub>15</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>16</sub>	Algılanan hizmet kalitesi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>17</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>18</sub>	Algılanan hizmet kalitesi yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>19</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik sektöre göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>20</sub>	Algılanan hizmet kalitesi sektöre göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>21</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>22</sub>	Algılanan hizmet kalitesi eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Kabul edilmiştir.
H <sub>23</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı üyesi olunan kuruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>24</sub>	Algılanan hizmet kalitesi üyesi olunan kuruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>25</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı oda/borsa üyelik süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>26</sub>	Algılanan hizmet kalitesi oda/borsa üyelik süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>27</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı oda/borsa meclisindeki görev süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>28</sub>	Algılanan hizmet kalitesi oda/borsa meclisindeki görev süresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>29</sub>	Kurumsal sürdürülebilirlik algısı faaliyet gösterilen coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.
H <sub>30</sub>	Algılanan hizmet kalitesi faaliyet gösterilen coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Reddedilmiştir.

### 3.8.6. Yapısal Eşitlik Modellemesi

Kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi kavramları arasındaki ilişkiyi incelemek için yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. İlk olarak kurumsal sürdürülebilirlik ve algılanan hizmet kalitesi ölçekleri ve alt boyutlarına ilişkin yapısal model çizilmiştir. Araştırmaya ilişkin yol diyagramı Şekil 13'te verilmiştir.



Şekil 13. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi İlişkisi Yapısal Modeli

Tablo 46. Yapısal Eşitlik Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri

	Uyum İndeks Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
$\chi^2/sd$	3,62	$\leq 5$
GFI	0,82	$\geq 0,90$
AGFI	0,80	$\geq 0,85$
CFI	0,92	$\geq 0,95$
NFI	0,89	$\geq 0,90$
RMSEA	0,06	$\leq 0,08$
SRMR	0,02	$\leq 0,10$

Yapısal modelin uyum indeks değerleri incelendiğinde bazı uyum değerlerinin bu çalışma kapsamında dikkate alınan eşik değerlere çok yaklaştığı fakat tam olarak sağlamadığı görülmektedir. Ancak bu çalışmadaki gibi karmaşık yapısal modellerde daha kritik olan  $\chi^2/sd$ , RMSEA ve SRMR katsayılarının kabul edilebilir sınırlarda olması nedeniyle modelin uyum sağladığı görülmüştür. Modele ilişkin uyum indeks değerleri ve iyi uyum değerleri tablosu incelendiğinde  $\chi^2/sd = 3,62$ ; RMSEA = 0,06; SRMR = 0,02 değerleri ile uyum indeks değerleri eşiği içinde yer aldıkları görülmüştür. GFI = 0,82; AGFI = 0,80; CFI = 0,92; NFI = 0,89 uyum indeks değerleri de kabul edilebilir uyum eşik değerlerine çok yakın oldukları için modelin uyum sağladığı söylenebilir (Tablo 46).

**Tablo 47.** Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Hizmet Kalitesi İlişkisi Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Yol Katsayıları

		<b>r</b>	<b>p</b>
Ekonomik Sürdürülebilirlik	<---> Fiziksel Özellikler	-0,111	<b>0,004*</b>
Ekonomik Sürdürülebilirlik	<---> Güvenilirlik	-0,170	***
Ekonomik Sürdürülebilirlik	<---> Heveslilik	0,009	0,824
Ekonomik Sürdürülebilirlik	<---> Güven	0,100	<b>0,014*</b>
Ekonomik Sürdürülebilirlik	<---> Empati	0,251	***
Sosyal Sürdürülebilirlik	<---> Fiziksel Özellikler	-0,274	***
Sosyal Sürdürülebilirlik	<---> Güvenilirlik	0,313	***
Sosyal Sürdürülebilirlik	<---> Heveslilik	-0,014	0,699
Sosyal Sürdürülebilirlik	<---> Güven	-0,059	0,120
Sosyal Sürdürülebilirlik	<---> Empati	-0,031	0,409
Çevresel Sürdürülebilirlik	<---> Fiziksel Özellikler	0,168	***
Çevresel Sürdürülebilirlik	<---> Güvenilirlik	0,042	0,282
Çevresel Sürdürülebilirlik	<---> Heveslilik	0,003	0,939
Çevresel Sürdürülebilirlik	<---> Güven	-0,038	0,361
Çevresel Sürdürülebilirlik	<---> Empati	-0,243	***
Paydaş Boyutu	<---> Fiziksel Özellikler	0,313	***
Paydaş Boyutu	<---> Güvenilirlik	-0,258	***
Paydaş Boyutu	<---> Heveslilik	-0,050	0,197
Paydaş Boyutu	<---> Güven	0,023	0,558
Paydaş Boyutu	<---> Empati	-0,087	<b>0,030</b>



Tablo 47 incelendiğinde ekonomik sürdürülebilirlik ile fiziksel özellikler boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,111$ ). Ekonomik sürdürülebilirlik ile güvenilirlik boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,170$ ). Ekonomik sürdürülebilirlik ile güven boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=0,100$ ). Ekonomik sürdürülebilirlik ile empati boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=0,251$ ).

Sosyal sürdürülebilirlik ile fiziksel özellikler boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,274$ ). Sosyal sürdürülebilirlik ile güvenilirlik boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı orta düzeyde pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=0,313$ ).

Çevresel sürdürülebilirlik ile fiziksel özellikler boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,168$ ). Çevresel sürdürülebilirlik ile empati boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,243$ ).

Paydaş boyutu ile fiziksel özellikler boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı orta düzeyde pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır ( $r=0,313$ ). Paydaş boyutu ile güvenilirlik boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,258$ ). Paydaş boyutu ile empati boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $r=-0,087$ ).

**Tablo 48.** Kurumsal Sürdürülebilirlik ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Dair Hipotezler

	HİPOTEZLER	SONUÇ
<b>H<sub>1</sub></b>	Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
<b>H<sub>2</sub></b>	Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
<b>H<sub>3</sub></b>	Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
<b>H<sub>4</sub></b>	Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile güven boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
<b>H<sub>5</sub></b>	Ekonomik sürdürülebilirlik boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
<b>H<sub>6</sub></b>	Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.

**Tablo 48.** Kurumsal Sürdürülebilirlik ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Dair Hipotezler – *devamı*

	HİPOTEZLER	SONUÇ
H <sub>7</sub>	Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H <sub>8</sub>	Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>9</sub>	Çevresel sürdürülebilirlik boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>10</sub>	Çevresel sürdürülebilirlik boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>11</sub>	Paydaş boyutu ile fiziksel özellikler boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>12</sub>	Paydaş boyutu ile güvenilirlik boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>13</sub>	Paydaş boyutu ile heveslilik boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.
H <sub>14</sub>	Paydaş boyutu ile empati boyutu arasında ilişki vardır.	Reddedilmiştir.

Tablo 45 ve Tablo 48’de görüldüğü üzere bu çalışma için kurulan 30 hipotezin 5’i kabul edilmiş ve 25’i reddedilmiştir. Her ne kadar hizmet kalitesi algısı ölçeği (SERVPERF) oda ve borsalar nezdinde uygulanmış olsa da kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği oda ve borsalar özelinde yeni bir yöntemdir. Bu ölçek oda ve borsaların yapısına uygun şekilde uyarlanarak yeni bir çalışma yapıldığında daha fazla boyut arasında ilişki çıkacağı ve daha farklı sonuçlar elde edileceği öngörülmektedir.

### 3.9.Bulgulara İlişkin İyileştirme Önerileri

Kurumsal ve oda-borsa genel sekreterleri, yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumluları ile yapılan görüşmeler sonucunda, kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesine ilişkin aşağıdaki öneriler sunulabilir:

*İyileştirme 1 (Ekonomik Sürdürülebilirlik):* Kamu ihalelerinde hala bazı kurumlarca belgeler elektronik imzalı olmasına rağmen talep edilen belge çıktısı üzerinde ıslak imza tatbik edilmesini istemektedir. TOBB vasıtasıyla uygulamaya yeknesaklık sağlayacak şekilde mevzuat düzenlemesi talep edilerek, tamamıyla dijital uygulamaya geçilebilir. Kâğıt maliyetlerindeki yüksek oranlı artışlar, zaman kaybı ve kapladığı alan göz önünde bulundurularak, ayrıca veri kaybına yol açması muhtemel çeşitli riskleri bertaraf edecek veri yedekleme sistemleri altyapıları tamamlanarak tümüyle çevrimiçi platform üzerinden hizmet verilmesi sistemine geçilebilir.

*İyileştirme 2 (Sosyal Sürdürülebilirlik):* TOBB’un öncülüğünde oda ve borsalar, çalışanlarının mesleki ve kişisel gelişim eğitimlerinin artırılması, kişilerin birbirleriyle ve

kurumlararası iletişimin güçlendirilmesi için karşılıklı çalışan ziyaretlerinin planlanıp düzenli aralıklarla gerçekleştirilmesi, ödüllendirme, bazı ailevi girişimlerinde katkı sağlanması, kurum yerleşkesi dışında eğitim ve sosyo – kültürel etkinlikler planlanıp organize edilmesi, yeni işe başlayan personele kurum kültürünü içselleştirmeleri ve kuruma yönelik aidiyeti pekiştirecek eğitimlerin verilmesi, hem oda/borsa meclisleri nezdinde hem de personel için sosyal sürdürülebilirlik algısının artmasında yardımcı olabilir.

*İyileştirme 3 (Çevresel Sürdürülebilirlik):* TOBB'un öncülüğü ve rehberliğinde oda ve borsalar tarafından düzenlenmekte olan; yeşil dönüşüm, karbon ayak izini azaltma, çevre dostu yeşil üretim, yeşil enerji, vb. temalı bilinçlendirmeye yönelik eğitim, toplantı, panel ve sempozyum gibi bilgilendirme ve bilinçlendirmeyi temel alan faaliyetlerin sayıları artırılabilir. Bu etkinlikler sonucunda çevresel sürdürülebilirliğe ilişkin algı değerinin artacağı beklenmektedir.

*İyileştirme 4 (Paydaş):* Olumsuzlukların aşılması için oda ve borsalarca yönetim sistemleri ve akreditasyon gerekleri çerçevesinde eğitim, bilgilendirme ve danışmanlık hizmeti sunulması faaliyetlerine ağırlık verilmesi, paydaşlarla olan iletişime, bilgi ve hizmet alışverişine ilişkin belirli prosedürlerin oluşturulması, uygulamada sürdürülebilir kılınması tavsiye edilebilir. Algı ortalaması diğer maddelere nispeten daha düşük çıkan maddeler bugünkü koşullarda değerlendirilseydi, eldeki verilere göre daha yüksek değerlerde çıkabileceği düşünülmektedir. Bu durumla ilgili olarak, farklı zamanlarda elde edilen değişik algı düzeyleri yeni araştırma çalışmalarına konu olabilir.

*İyileştirme 5 (Fiziksel Özellikler):* Pandemi sonrası, normalleşme süreci ile maske zorunluluğunun kalkmış olması, resmi kıyafet düzenine geçilmesi, zaman içinde süreç ilerledikçe, tamamen önceki çalışma ortamına kavuşulduğunda fiziksel özelliklere ilişkin ortalamaların artması, normal seyrine kavuşması muhtemeldir. Fakat oda ve borsa çalışanlarına pandemi süreci sonrası normalleşme sürecine uyum açısından kurumsal aidiyet konusunda eğitimler verilmesi ve mevcut eğitimlerin sayısının artırılması önerilebilir.

*İyileştirme 6 (Güvenilirlik):* Güvenilirlik boyutu altında yer alan, diğer maddelere kıyasla daha düşük algı düzeyine sahip maddelerin ortalama algı değerlerinin düşük çıkmasının muhtemel sebeplerine ilişkin, oda ve borsalar sürekli olarak TOBB ve ilgili Bakanlıklar ile temas halinde olduğu, bu konuya yönelik çalışmaların yapıldığı bilgisi

alınmıştır. Yüz yüze temasların artması, oda/borsaların seçim süreçlerinin tamamlanması ile bu konudaki algı düzeyinin artması ihtimal dahilindedir.

*İyileştirme 7 (Heveslilik):* Üyelere hizmet sunumunda kullanılan çevrimiçi platformlardan kaynaklı aksaklıkların yarattığı sıkıntılar ve memnuniyetsizlikler, TOBB aracılığı ile Bakanlıklara ve konunun ilgilisi diğer kurumlara düzenli olarak iletilmektedir. Bu aksaklıkların oda ve borsa personellerinden kaynaklanmadığı, Bakanlıklar tarafından görevlendirilmiş uzmanlar tarafından yönetilecek bilgilendirme toplantıları düzenlenerek üye işletmelere anlatılabilir. Üyelerin daha kolay ikna olabilmeleri için kendilerinin ihtiyaç duydukları her konuda, rahatlıkla ulaşabilecekleri Bakanlık uzmanının/uzmanlarının görevlendirilmesi talep edilebilir.

*İyileştirme 8 (Güven):* Oda ve borsalar tarafından verilen çevrimiçi hizmetler ile ilgili sorunların giderilmesi için hem üyelerin mali ve idari işlerini yürütenler (muhasebeciler/mali müşavirler vb.) nezdinde hem de üyelerin kendileri özelinde bu tür işlemlerin nasıl yapılacağına dair Bakanlıklar ve TOBB tarafından düzenlenecek eğitim içerikli toplantı, seminer vb. talep edilebilir. Her ne kadar bu tür eğitim ve bilgilendirme içerikli toplantılar düzenlense de işin doğası gereği, bu talebin sona ermeyeceği, üyelerin ve onların müşavirlik hizmetlerini yürütenlerin oda ve borsa personelinden kendileri adına işlem yapma/yardım talebinin devam edeceği düşünülmektedir.

*İyileştirme 9 (Empati):* Oda ve borsa yetki alanlarına girmeyen hizmet talepleri için oda ve borsa üyelerine, oda ve borsaların hizmet alanlarının ve bunların sınırlarının ne olduğu, misyonunun TOBB, Bakanlıklar ve diğer kurumlar ile üyeler arasında iletişim ve temas sağlayan kurumlar olduğunu anlatan üye oryantasyon materyalleri (kitapçık, broşür, CD vb.) hazırlanıp dağıtılması, akıllı telefonlar üzerinden düzenli bilgilendirme yapılması, üyelere hizmet sunumu sırasında düzenli aralıklarla bilgilendirilmeleri ve en önemlisi TOBB, Bakanlıklar ve diğer kurumlardan oda ve borsa üyeleri için bilgi sağlayıcı uzmanların görevlendirilmesi talep edilebilir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Kâr amacı gütmeyen, sivil toplum kuruluşları niteliği taşıyan oda ve borsalar, üretim, ticaret ve hizmet sektörlerinden sonra gelen, dolaylı yoldan ekonomiye en büyük katkı sağlayan sektör olarak kabul görmektedir. İş dünyası ve kamu sektörleri tarafından sunulmayan hizmetleri sağlar, iş dünyası aktörlerinin bilgi ve becerilerinin gelişimine ve istihdam artışına katkıda bulunurlar. Her ne kadar kâr amacı gütmeyen bir yapıya sahip olsalar da son yıllarda, karar vericiler, politika yapıcılar arasında oda ve borsaların faaliyet göstermekte oldukları alanın giderek rekabete açık bir ortama dönüştüğünü gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar oda ve borsalar gibi kâr amacı gütmeyen kuruluşların da hizmet kalitesi ve kurumsal sürdürülebilirliğinin kâr amacı güdenlerinki kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu durumun vurgulandığı zamana kadar, oda ve borsaların yalnızca şeffaf ve hesap verebilir olmaları beklenirken, günümüzde kaliteli hizmet sağlamaları ve ekonomik, sosyal ve çevresel varlıklarını sürdürebilmeleri de beklenir hale gelmiştir. Birçok kavramda olduğu gibi hizmet kalitesi ve kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi ve bu kavramlara ilişkin algıların arzu edilen seviyeye getirilebilmesi için mevcut durumun ortaya konması, değerlendirilmesi ve iyileştirilecek alanların ortaya çıkarılması gerekir.

Bu çalışmada, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne bağlı akredite oda ve borsalarda kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki ve ilişkinin yönünün hesaplanması amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra toplanan veriler ile kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi algılarının sosyo – demografik değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin araştırılması da bu çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne bağlı akredite oda ve borsaların meclis üyeleri oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Verilerin elde edilmesinde, veri toplama yöntemlerinden en çok tercih edilenlerin başında gelen anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anketin ilk bölümü katılımcıların sosyo – demografik özelliklerini (8 madde) belirlemeye yönelik maddelerden oluşmaktadır. İkinci bölümü kurumsal sürdürülebilirlik algılarını tespit etmeye yönelik ifadelerden (25 madde), üçüncü bölümü ise hizmet kalitesi algısını ölçmeye yönelik ölçek ifadelerinden (22 madde) oluşmaktadır. Anketler katılımcılara e – posta yolu ile ulaştırılmıştır. Anket çalışması Aralık 2021 ve Haziran 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Toplamda 613 kişiden dönüş alınmıştır. Ankete katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı ve anket doldurma

sürecinde herhangi bir rahatsızlık ve huzursuzluk hissedildiği takdirde istenildiği an anketin yarım bırakılabileceği açık bir şekilde belirtilmiştir.

Uygulama sürecinde toplanan verilere ilişkin normallik analizi, doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler ve dağılımların belirlenmesi, farklılık analizleri ve yapısal eşitlik modeli ile iki ölçek arasındaki ilişkiyi belirlemek için analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerin bulguları üç kısımda değerlendirilmiştir.

*1 – Normallik Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizine İlişkin Değerlendirmeler*

Birçok araştırmacı parametrik olmayan testlere karşı üstünlüğü sebebiyle verilerinin analizinde parametrik testleri kullanmak ister. Parametrik testlerin en büyük avantajlarından biri anakütle hakkında gerçekçi sonuçlar sunmasıdır. Bazı araştırmacılar verilerin normal dağılmadığı durumlarda bile eğer örneklem büyüklüğü yeterli ise, parametrik testlerin parametrik olmayan testlere göre daha güvenilir sonuçlar verdiği bilgisini ortaya atmışlardır. Bu çalışmada da analizlere başlanmadan önce elde edilen verilerin normallığı sınanmıştır. Hem kurumsal sürdürülebilirlik hem de hizmet kalitesine dair toplanan verilerin normallığe ilişkin değerlendirmeleri çarpıklık – basıklık değerlerine bakılarak yapılmıştır. Her iki ölçeğin bütününe ve boyutlarına dair çarpıklık – basıklık değerleri  $\pm 1$  aralığında bulunmuştur, yani toplanan veri seti parametrik testler için normal dağılım varsayımını sağlamaktadır.

Normallik analizlerinden sonra hem kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğine hem de hizmet kalitesi ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Her iki ölçeğin başlangıç modellerinin yeterli uyum sağlamadığı görülmüştür ve model iyileştirme adımları uygulanmıştır. Hizmet kalitesi ölçeğinde yapılan modifikasyonlar sonucunda model için yeterli uyumun sağlandığı görülürken kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinde yapılan modifikasyonlar sonucunda yeterli uyum sağlanamadığı görülmüş ve en çok modifikasyonun yüklendiği 3 madde sırasıyla modelden çıkarılarak uyum indeksleri kontrol edilmiş ve model için iyi uyum elde edilmiştir. Çıkarılan bu 3 maddenin hepsi sosyal sürdürülebilirlik boyutu altında yer almaktadır. Bazı oda – borsa genel sekreterleri ve yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumluları ile çıkarılan kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği maddeleri incelenmiş, çalışmanın ilerleyişi ve ölçülmesi istenen özellik açısından bir sakınca olmayacağı görüşüne varılmıştır ve bu varsayımla çalışmaya devam edilmiştir.

Doğrulan modellerin hem boyutlar nezdinde hem de ölçeklerin bütünü özelinde güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik ölçütü olarak Cronbach  $\alpha$  değeri dikkate alınmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin Cronbach  $\alpha$  değeri 0,925, hizmet kalitesi ölçeğinin Cronbach  $\alpha$  değeri 0,881 olarak hesaplanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin boyutlarının Cronbach  $\alpha$  değerleri 0,903 – 0,949 aralığında değişirken, hizmet kalitesi ölçeğinin boyutlarının Cronbach  $\alpha$  değerleri 0,853 – 0,965 aralığında değişmektedir. Buradan da her iki ölçeğin, bütünü ve boyutları için yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

## 2 – Tanımlayıcı İstatistikler ve İstatistiksel Farklılıklara İlişkin Değerlendirmeler

Elde edilen verilere ilişkin özet veri sunmak için hem ölçeklerin tamamı hem de boyutları ve maddeleri için tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği maddelerine verilen yanıtların ortalaması 3,60, hizmet kalitesi ölçeği maddelerine verilen yanıtların ortalaması 3,10 olarak bulunmuştur. Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği boyutlarından ortalama en yüksek algı düzeyine sahip boyut *Sosyal Sürdürülebilirlik* boyutu iken ortalama en düşük algı düzeyine sahip boyut *Çevresel Sürdürülebilirlik* boyutu olmuştur. Hizmet Kalitesi ölçeği boyutlarından ortalama en yüksek algı düzeyine sahip boyut *Fiziksel Özellikler* boyutu iken ortalama en düşük algı düzeyine sahip boyut ise *Heveslilik* boyutunun olduğu görülmektedir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğine ilişkin ortalama algı değerleri 2,75 ile 4,10 arasında değişmektedir. Tablo 27’de görüldüğü üzere *Çevresel Sürdürülebilirlik* boyutu altında kalan iki madde (*CSa* ve *CSb*) dışında tüm maddelere verilen yanıtların ortalamasının 3,00’den daha yüksek olduğu görülmektedir. Hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin ortalama algı değerleri ise 2,61 ile 3,56 arasında değişmektedir. Tablo 28 incelendiğinde ise *Heveslilik* boyutu altında kalan dört madde (*HEVa*, *HEVb*, *HEVc* ve *HEVd*), *Güven* boyutu altında kalan iki madde (*GUVa* ve *GUVb*), *Empati* boyutu altında yer alan bir madde (*EMPe*) dışında tüm maddelere verilen cevapların ortalamasının 3,00’den daha yüksek olduğu görülmektedir. Boyutlar altında yer alan, diğer maddelere kıyasla daha düşük ortalamalı maddeler, geliştirmeye açık alanlar olduğunu göstermektedir. Bazı oda – borsa genel sekreterleri ve yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumluları ile elde edilen bu veriler paylaşılarak diğer maddelere kıyasla daha düşük çıkmalarının muhtemel sebepleri hakkında bilgi alınmış ve iyileştirme önerileri sunulmuştur. Bu iyileştirmeler kısaca şu maddelerle ifade edilebilir:

- TOBB vasıtası ile manuel imza ve elektronik imza uygulamasında yeknesaklığa ilişkin mevzuat düzenlemesinin talep edilmesi,
- Sarf tüketim malzemelerinin maliyetlerindeki yüksek artışlar sebebiyle mümkünse hizmetlerin tamamının dijital ortamlar üzerinden sağlanması,
- TOBB öncülüğünde ve oda – borsalar nezdinde, çalışanlar için düzenlenen mesleki ve kişisel gelişim eğitimlerinin artırılması ve mümkünse bu eğitimlerin kurum yerleşkesi dışında gerçekleştirilmesi,
- Kurumlar arası iletişimin güçlendirilmesi için karşılıklı çalışan ziyaretlerinin düzenlenmesi,
- Oda – borsa çalışanları için ödüllendirme ve bazı ailevi girişimlerinde katkı sağlanması,
- İşe yeni başlayan personele kurum kültürünü içselleştirmeleri ve kuruma yönelik aidiyeti pekiştirecek eğitimlerin verilmesi,
- TOBB'un öncülüğü ve rehberliğinde çevre bilincini artırmaya yönelik bilgilendirme ve bilinçlendirme eğitimlerinin sayılarının artırılması,
- Paydaşlar için eğitim, bilgilendirme ve danışmanlık hizmeti sunulması,
- Paydaşlarla olan iletişim, bilgi ve hizmet alışverişine ilişkin belirli prosedürlerin oluşturulması,
- Üyelerle temas edilmesinde yüz yüze iletişime ağırlık verilmesi,
- Çevrimiçi hizmet platformları ile ilgili, ilgili Bakanlıklardan eğitim, seminer ve bilgilendirme toplantılarının talep edilmesi,
- Oda ve borsaların yetki alanları ve bu alanların sınırları hakkında bilgilendirme yayınlarının (CD, broşür, reklam, vb.) hazırlanması ve üyelere ulaştırılması,
- TOBB ve ilgili Bakanlıklardan, oda ve borsaların yetki alanı dışında kalan konularla ilgili üyelerin yaşadığı sıkıntıları daha kolay aşmalarını sağlamak için uzmanların görevlendirilmesinin talep edilmesi.

Bu iyileştirme önerileri, temasta bulunan oda ve borsaların genel sekreterleri ile yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumlularından alınan fikirler ışığında geliştirilmiştir. Görüşülen oda ve borsa sayısı arttıkça daha farklı, efektif ve uygulanabilir fikirler çıkması muhtemeldir. Oda ve borsalar çok geniş üye kitlesine sahiptir. Her sektörde olduğu gibi, oda ve borsaların üyelerinin de aynı anda eşit derecede memnun edilmesi ve kurumsal sürdürülebilirlik farkındalığının sağlanması mümkün olmayabilir.



Bu nedenle düzenli aralıklarla hizmet kalitesi ve kurumsal sürdürülebilirlik algılarının ölçülmesi, değerlendirilmesi ve iyileştirmeye yönelik harekete geçilmesi önerilebilir.

Tablo 37 ve Tablo 44 aralığındaki tablolarda verilen bağımsız gruplar t – testi ve tek yönlü ANOVA sonuçları incelendiğinde, çalışmaya katılan kişilerin; kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği puanları cinsiyet, yaş, sektör, eğitim durumu, üyesi olunan oda – borsa türü, oda – borsaya üyelik süresi ve oda – borsanın bulunduğu coğrafi bölgeye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ). Hizmet kalitesi ölçeği puanları cinsiyet, yaş, sektör, üyesi olunan oda – borsa türü, oda – borsaya üyelik süresi ve oda – borsanın bulunduğu coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık göstermezken ( $p>0,05$ ), eğitim durumu ilköğretim olan kişilerin hizmet kalitesi ölçeği puanlarının, eğitim durumu ön lisans olan kişilerin hizmet kalitesi ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı derecede farklı olduğu sonucu elde edilmiştir ( $p<0,05$ ). Farkın yönünün tespit edilmesi için uygulanan Tukey testi sonucunda eğitim durumu ilköğretim olan kişilerin hizmet kalitesi algılarının, eğitim durumu önlisans olan kişilerin hizmet kalitesi algılarından istatistiksel olarak daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde hizmet kalitesi alanında yapılmış birçok çalışmada eğitim durumu değişkeni için yapılan tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) sonuçlarının birçoğunun bu çalışma sonucunda elde edilen ‘ilköğretim mezunu meclis üyelerinin hizmet kalitesi algısı önlisans mezunu meclis üyelerinin hizmet kalitesi algısından fazladır’ sonucunu destekler niteliktedir. Bu çalışmalardan bazıları şu şekildedir. Yağcı ve Duman (2006), hastane poliklinik hizmetlerinde hizmet kalitesi algılarını incelemişlerdir ve daha düşük düzeyde eğitime sahip kişilerin daha yüksek eğitim düzeyine sahip olan kişilere göre hizmet kalitesi algılarının daha yüksek olduğunu gösteren sonuçlar elde etmişlerdir. Talih ve Gülenç (2011), bir yabancı dil eğitim kurumunda hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik hazırladıkları çalışmalarında eğitim düzeyi daha düşük olan katılımcıların eğitim düzeyi daha yüksek olan katılımcılara kıyasla hizmet kalitesi ölçümüne ilişkin maddeleri daha yüksek değerlerde puanladıklarını belirtmişlerdir. Çıraklı vd. (2014), sağlık sektöründe hizmet kalitesinin araştırılmasına yönelik bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada eğitim düzeyi arttıkça hizmet kalitesi algısının düştüğü sonucu elde edilmiştir. Aliçavuşoğlu ve Gürbüz (2017) çalışmalarında, toplu taşıma sektöründe hizmet kalitesi algısını ölçmeyi amaçlamıştır. Eğitim düzeyi arttıkça algılanan hizmet kalitesinin düştüğü sonucuna ulaşmışlardır. Serin (2022), lojistik hizmetlerinde hizmet kalitesini ilişkisi olması muhtemel diğer kavramlarla

birlikte yapısal eşitlik modellemesi ile incelemiş ve aynı zamanda eğitim durumu değişkeni için de tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) uygulamıştır. Fiziksel özellikler alt boyutu için eğitim durumu daha düşük olan kişilerin hizmet kalitesi algısının daha yüksek olduğu sonucunu elde etmiştir. Bu çalışmaların hizmet kalitesi kavramı açısından eğitim düzeyi değişkeni için benzer durumları işaret etmesi, üzerinde düşünülmesi gereken bir konu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte cinsiyet, yaş, faaliyette bulunulan sektör, eğitim durumu (hizmet kalitesi ölçeği hariç) üyesi olunan kurum, oda/borsaya üyelik süresi, oda/borsa meclisinde görev süresi ve oda/borsanın bulunduğu coğrafi bölge değişkenleri bakımından kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi algıları puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaması akreditasyon sisteminin amacını yerine getirdiği şeklinde değerlendirilebilir.

### 3 – Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Değerlendirmeler

Kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi literatürü incelendiğinde bu iki kavramın birlikte ele alındığı çalışmaların sayısı oldukça azdır. Aralarındaki ilişkinin incelendiği çalışmaların çoğu da bu kavramların teorik altyapıları analiz edilerek ortaya konmuştur. Bununla birlikte her iki kavramın boyutları özelinde yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bunun için kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkili kavramlarla hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin ele alındığı benzer birkaç çalışmaya değinilmiştir:

Huang vd. (2014), küçük ölçekli market müşterilerini kapsam olarak seçmişler ve kurumsal sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilen bazı kavramlar ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu kavramların başında gelen kurumsal sosyal sorumluluk ve hizmet kalitesi arasında yüksek derece pozitif ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Kim ve Kim (2016), bir otelin müşterilerinin hizmet kalitesi deneyimleri ile kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar algıları arasındaki ilişkiyi incelemişler ve bu kavramlar arasında yüksek düzey pozitif ilişki olduğunu raporlamışlardır. Song vd. (2019) çalışmalarında, Güney Kore’de hizmet vermekte olan bir havayolu şirketinin müşterileri kapsamında hizmet kalitesinin güvenilirlik boyutunun kurumsal itibar kavramının boyutlarını önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramının ele alındığı eski çalışmalar incelendiğinde özellikle kâr amacı güden organizasyonların odak noktası olduğu görülmektedir. Kurumsal sürdürülebilirliklerinin de çoğunlukla müşterileri odaklı olduğu belirtilmektedir. Bu da kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasında bir ilişkisinin varlığını düşündürmektedir.

Bu nedenle kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan çalışmalar arttıkça kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin varlığının ortaya konduğu çalışmaların da sayısının artacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, oda ve borsalar üzerine yapılmış olan az sayıdaki çalışmalardan biri olmakla beraber akredite oda ve borsalar kapsamında kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin ele alındığı ilk çalışma olma niteliği taşımaktadır. Gelecekte başka araştırmacılar tarafından akredite oda ve borsalar üzerine yapılacak çalışmalar için bir başlangıç kaynağı olacağı düşünülmektedir. Akredite oda ve borsalar akreditasyon sistemi şartları gereği kendi üye profilleri çerçevesinde çeşitli anket çalışmaları yapmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları oda ve borsa genel sekreterleri ve yönetim temsilcisi ve akreditasyon sorumluları ile görüşüldüğünde tahmin edilen bazı durumların bu çalışma ile daha somut hale geldiğini ve harekete geçmek için olumlu bir adım olduğu geri dönüşü alınmıştır. Bu çalışmanın uygulama bölümünün hazırlanması ve tamamlanmasının Covid – 19 pandemisi sürecine denk gelmesi, böyle bir sürecin belki uzun yıllar tekrar yaşanmayacağı varsayılacak olursa, bir pandeminin oda ve borsaların kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi algılarını nasıl etkileyeceği ve pandemi sonrası kurumsal sürdürülebilirlik ile hizmet kalitesi algılarını karşılaştırma olanağı sağlayan bir çalışma niteliğinde olduğu söylenebilir.

Çalışmada kullanılan veriler hazır ölçekler üzerinden elde edilmiştir. Oda ve borsalar için kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi algısına yönelik hazır ölçeklerden de yararlanılarak oda ve borsalarda uygulama yapmak adına özel yeni ölçekler geliştirilebilir. Böylece kurumsal sürdürülebilirlik ve hizmet kalitesi için il ve bölgesel bazlı daha spesifik çalışmalar yapılabilir. Yeni bir ölçüm aracı geliştirmeden önce aynı ölçekler kullanılarak tüm oda ve borsaları kapsayan bir çalışma yapıp, elde edilen veriler ile bu çalışmada elde edilen veriler istatistiksel olarak karşılaştırılarak, aralarında bir farklılık olup olmadığı yeni bir araştırma konusu olarak ele alınabilir. Bu çalışmada yürütülen anket çalışması e – posta yoluyla gerçekleştirilmiştir. Anket ilk olarak oda – borsa genel sekreterlerine iletilmiş daha sonra genel sekreterler aracılığıyla meclis üyelerine iletilmiştir. Benzer bir çalışma yapacak araştırmacılara çalışmanın yüz yüze yürütülmesi önerilebilir.

## KAYNAKLAR

- Álvarez-García, J., González-Vázquez, E., Río-Rama, M. C., Durán-Sánchez, A. (2019). "Quality in Customer Service and Its Relationship with Satisfaction: An Innovation and Competitiveness Tool in Sport and Health Centers", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16/20, s. 3942-3958.
- Ajina, A. S., Roy, S., Nguyen, B., Japutra, A., Al-Hajla, A. H. (2020). "Enhancing Brand Value Using Corporate Social Responsibility Initiatives", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 23/4, s. 575-602.
- Akbolat, M., Senai, S., Ünal, Ö. (2018). "Hizmet Kalite Algısının Performansa Etkisi: Kocaeli Gölcük Tersanesinde bir Uygulama", 5/15, s. 7-20.
- Akdere, M., Top, M., Tekingündüz, S. (2020). "Examining Patient Perceptions of Service Quality in Turkish Hospitals: The SERVPERF Model", *Total Quality Management & Business Excellence*, 31/3-4, s. 342-352.
- Akdoğan, C. (2011). *Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı: SERVQUAL ve SERVPERF Kalite Modellerinin Karşılaştırılmasına Yönelik bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Akıncı, S., İnan, E. A., Aksoy, Ş., Büyükküpcü, A. (2009). "Pazarlama Literatüründe Hizmet Kalitesi Kavramının Dünü ve Bugünü", *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27/2, s. 61-82.
- Akmaz, A. (2022). *Helal Konseptli Otel İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ile Değerin Memnuniyet ve Sadakat üzerine Etkisi*, (Basılmamış Doktora Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Akpur, A., Zengin, B. (2019). "The Concept of Low-Cost Airline Transportation: Definition and Meaning", *Journal of Tourismology*, 5/1, s. 73-91.
- Aksoy, Ç. (2013). *Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Önerisi ve Türkiye'deki İşletmelerde Uygulaması*, (Basılmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alba-Hidalgo, D., Álamo, J. B., Gutiérrez-Pérez, J. (2018). "Towards a Definition of Environmental Sustainability Evaluation in Higher Education", *Higher Education Policy*, 31/2, s. 447-470.
- Albayrak, B. (2018). *Hizmet Kalitesinin SERVPERF Metodu ile Ölçümü ve Sonuçların Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Desteklenmesi: Kırıkkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Uygulaması*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.
- Aliçavuşoğlu, Ç., Gürbüz, A. (2017). "Yerel Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalite Boyutlarının Değerlendirilmesi", *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3/4, s. 74 – 86.
- Allan, L., Godfrey, P., Allan, G. M. (2008). "Ports as Sustainable Complex Systems", *Journal of Maritime Research*, 5/3, s. 55-66.

- Almasri, M. V. E. (2019). *Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Kritik Başarı Faktörleri ve Sürdürülebilirlik Performansı üzerine Etkileri*, (Basılmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Alsanosi, F. M. E. (2018). *Havayolu İşletim Performansı: Ayrıcalıklı Hizmet ve Hizmet Kalitesi arasındaki İlişki*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Türk Hava Kurum Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Anand, S. V., Selvaraj, M. (2012). "The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Indian Banking Sector: An Empirical Study through SERVPERF", *International Journal of Management and Business Research*, 2/2, s. 151-163.
- Arcagök, U. (2021). *Sürdürülebilirlik Analizi ile Kurumların Sürdürülebilirliğinin Modellenmesi ve Yeni Bir Sürdürülebilirlik İndeksinin Geliştirilmesi*, (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arslan, O. (2021). *The Social Sustainability Model for the Maritime Labor Force*, (Basılmamış Doktora Tezi), Piri Reis Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Arslan, Z., Albayrak, R. S. (2019). "Sürdürülebilirlik Raporlarının Kurumsal Marka Bakış Açısı ile Analizi: Arçelik Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21/2, s. 467-492.
- Asgary, A., Özdemir, A. İ., Özyürek, H. (2020). "Small and Medium Enterprises and Global Risks: Evidence from Manufacturing SMEs in Turkey", *International Journal of Disaster Risk Science*, 11/1, s. 59-73.
- Ashrafi, M., Magnan, G. M., Adams, M., Walker, T. R. (2020). "Understanding the Conceptual Evolutionary Path and Theoretical Underpinnings of Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability", *Sustainability*, 12/3, s. 760-776.
- Aslan, L. (2020). "The Relationship between Diversified Board of Directors, Auditor Selection, Corporate Governance and Sustainability: An Application on Borsa İstanbul Companies", *A World of Accounting Science*, 22/3, s. 426-447.
- Athanasia, Z., Vasiliki, K., Maria, T. (2020). "An Importance-Performance Analysis of Personal Training Studios and Gyms Service Quality", *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 22/1, s. 403-411.
- Axjonow, A., Ernstberger, J., Pott, C. (2018). "The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Reputation: A Non-Professional Stakeholder Perspective", *Journal of Business Ethics*, 151/2, s. 429-450.
- Ayaz, N., Arakaya, A. (2017). "Eğitim Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Öğrenci İşleri Birimi Örneği", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7/1, s. 336-350.
- Aydın, M. S., Şenkayas, H. (2019). "Aydın İlindeki Gıda İhracat Firmalarının Lojistik Dış Kaynak Kullanım Durumu", *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 4/2, s. 20-37.

- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E., Dilsiz, T. (2019). “Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesi ve Tüketici Doyumu: Kastamonu Örneği”, *Journal of Tourism Theory and Research*, 5/2, s. 155-170.
- Aye, A. C., Kohsuwan, P. (2019). “The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Service Quality on Customer Loyalty Outcomes: The Private Banking Case in Myanmar”, *Journal of Business Administration and Languages*, 7/2, s. 61-75.
- Ayral, G. (2021). *Yöneticiler Açısından Etik İklimin Kurumsal Sürdürülebilirlik Uygulamalarına Etkisinde Kurum İtibarının Rolü*, (Basılmamış Doktora Tezi), Doğuş Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Babić-Hodović, V., Arslanagić-Kalajdžić, M., Banda, A., Sivac, A. (2019). “IPA and SERVPERF Quality Conceptualisations and Their Role in Hotel Services Satisfaction”, *Tourism and Hospitality Management*, 25/1, s. 1-17.
- Bademci, V. (2014). “Cronbach’s Alpha is not a Measure of Unidimensionality or Homogeneity”, *Journal of Computer and Educational Research*, 2/3, s. 19-27.
- Bailey, J. J., McCollough, M. A. (2000). “Emotional Labor and the Difficult Customer: Coping Strategies of Service Agents and Organizational Consequences”, *Journal of Professional Services Marketing*, 20/2, s. 51-72.
- Baloğlu, B. (2011). “Hipotez ve Varsayım Birbirlerinin Yerine Kullanılabilir mi?”, *Sosyoloji Konferansları*, 32, s. 125-129.
- Baraibar-Diez, E., Sotorrio, L. L. (2018). “The Mediating Effect of Transparency in the Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation”, *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20/1, s. 5-21.
- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., Tsang, S. (2011). “What Happened to the ‘Development’ in Sustainable Development? Business Guidelines Two Decades after Brundtland”, *Sustainable Development*, 22/1, s. 15-32.
- Barnett, M. L. (2007). “Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility”, *Academy of Management Review*, 32/3, s. 794-816.
- Barney, J. B., Harrison, J. S. (2018). “Stakeholder Theory at the Crossroads”, *Business & Society*, 59/2, s. 203-212.
- Barrett, P. (2007). “Structural Equation Modelling: Adjudging Model Fit”, *Personality and Individual Differences*, 42/5, s. 815-824.
- Bartholomew, D. J. (1995). “Spearman and the Origin and Development of Factor Analysis”, *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 48/2, s. 211-220.
- Barutçu, S. (2008a). “Hizmette Kalite ve Toplam Hizmet Kalitesi Yönetimi”, *Güncel Yönetim ve Organizasyon Yaklaşımları*, ss. 101-126, Ed. A., Özyılmaz, F., Ölçer, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- Barutçu, S. (2008b). "Perakendecilik Sektöründe Teknolojik Değişim: E-Perakendecilik, E-Mağaza Bağlılığı ve E-Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13/1, s. 317-334.
- Bebko, C. P. (2000). "Service Intangibility and Its Impact on Consumer Expectations of Service Quality", *Journal of Services Marketing*, 14/1, s. 9-26.
- Bekki, A. (2017). "Balıkesir İli Bigadiç İlçesinde Hizmet Veren Bankaların Hizmet Kalitelerinin Ölçülmesi", *İktisadi Yenilik Dergisi*, 4/3, s. 1-9.
- Bello, K. B., Jusoh, A., Nor, K. M. (2021). "Relationships and Impacts of Perceived CSR, Service Quality, Customer Satisfaction and Consumer Rights Awareness", *Social Responsibility Journal*, 17/8, s. 1116-1130.
- Bentler, P. M. (1990). "Comparative Fit Indexes in Structural Models", *Psychological Bulletin*, 107/2, s. 238-246.
- Bentler, P. M., Bonett, D. G. (1980). "Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures", *Psychological Bulletin*, 88/3, s. 588-606.
- Berger-Walliser, G., Scott, I. (2018). "Redefining Corporate Social Responsibility in an Era of Globalization and Regulatory Hardening", *American Business Law Journal*, 55/1, s. 167-218.
- Berke, P. R. (2002). "Does Sustainable Development Offer a New Direction for Planning? Challenges for the Twenty-First Century", *Journal of Planning Literature*, 17/1, s. 21-36.
- Bielby, W. T., Hauser, R. M. (1977). "Structural Equation Models", *Annual Review of Sociology*, 3, s. 137-161.
- Binboğa, G. (2017). "Sürdürülebilirlik Kapsamında Kyoto Protokolü Esneklik Mekanizmaları ve Türkiye'nin Durumunun İncelenmesi", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15/4, s. 207-238.
- Black, H. G., Childers, C. Y., Vincent, L. H. (2014). "Service Characteristics' Impact on Key Service Quality Relationships: A Meta-Analysis", *Journal of Services Marketing*, 28/4, s. 276-291.
- Blinnikov, S. I., Moessner, R. (1998). "Expansions for Nearly Gaussian Distributions", *Astronomy and Astrophysics Supplement Series*, 130/1, s. 193-205.
- Bloemer, J., Ruyter, K., Peeters, P. (1998). "Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship between Image, Service Quality and Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, 16/7, s. 276-286.
- Blut, M., Beatty, S. E., Evanschitzky, H., Brock, C. (2014). "The Impact of Service Characteristics on the Switching Costs-Customer Loyalty Link", *Journal of Retailing*, 90/2, s. 275-290.
- Boduszek, D., Shevlin, M., Mallett, J., Hyland, P., O'Kane, D. (2012). "Dimensionality and Construct Validity of the Rosenberg Self-Esteem Scale within a Sample of Recidivistic Prisoners", *Journal of Criminal Psychology*, 2/1, s. 19-25.
- Bollen, K. A., Long, J. S. (1992). "Tests for Structural Equation Models", *Sociological Methods & Research*, 21/2, s. 123-131.

- Bollen, K. A., Noble, M. D. (2011). "Structural Equation Models and the Quantification of Behavior", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108/3, s. 15639-15646.
- Bonett, D. G., Wright, T. A. (2015). "Cronbach's Alpha Reliability: Interval Estimation, Hypothesis Testing and Sample Size Planning", *Journal of Organizational Behavior*, 36/1, s. 3-15.
- Bordagaray, M., Dell'Olio, L., Ibeas, A., Cecin, P. (2014). "Modelling User Perception of Bus Transit Quality Considering User and Service Heterogeneity", *Transportmetrica A: Transport Science*, 10/8, s. 705-721.
- Box, J. M. F. (1983). "Product Quality Assessment by Consumers-The Role of Product Information", *Industrial Management & Data Systems*, 83/3-4, s. 25-31.
- Breitsohl, H. (2018). "Beyond ANOVA: An Introduction to Structural Equation Models for Experimental Designs", *Organizational Research Methods*, 22/3, s. 649-677.
- Brockhaus, S., Amos, C., Fawcett, A. M., Knemeyer, A. M., Fawcett, S. E. (2017). "Please Clap! How Customer Service Quality Perception Affects the Authenticity of Sustainability Initiatives", *Journal of Marketing Theory and Practice*, 25/4, s. 396-420.
- Broderick, A. J., Vachirapornpuk, S. (2002). "Service Quality in Internet Banking: The Importance of Customer Role", *Marketing Intelligence & Planning*, 20/6, s. 327-335.
- Brogowicz, A. A., Delene, L. M., Lyth, D. M. (1990). "A Synthesised Service Quality Model with Managerial Implications", *International Journal of Service Industry Management*, 1/1, s. 27-45.
- Brosseau-Liard, P. E., Savalei, V., Li, L. (2012). "Investigation of the Sample Performance of Two Nonnormality Corrections for RMSEA", *Multivariate Behavioral Research*, 47/6, s. 904-930.
- Brown, A. M. (2005). "A New Software for Carrying out One-Way ANOVA Post Hoc Tests", *Computer Methods and Programs in Biomedicine*, 79/1, s. 89-95.
- Bruton, A., Conway, J. H., Holgate, S. T. (2000). "Reliability: What is It, and How is It Measured?", *Physiotherapy*, 86/2, s. 94-99.
- Buckless, F. A., Ravenscroft, S. P. (1990). "Contrast Coding: A Refinement of ANOVA in Behavioral Analysis", *The Accounting Review*, 65/4, s. 933-945.
- Bulut, M. (2018). *Hizmet Kalitesi Boyutları ile Ağızdan Ağıza İletişim Boyutları arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri üzerinde bir Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Burgazoğlu, H. (2022). *Çift Kültürlülük ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Tatmini arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi*, (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Buttle, F. (1996). "SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda", *European Journal of Marketing*, 30/1, s. 8-32.



- Bux, H., Zhang, Z., Ahmad, N. (2020). "Promoting Sustainability through Corporate Social Responsibility Implementation in The Manufacturing Industry: An Empirical Analysis of Barriers Using The ISM-MICMAC Approach", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27/4, s. 1729-1748.
- Bülbül, S. E. (2000). "Çoklu Karşılaştırma Testleri ve bir Örnek Uygulama", *Öneri*, 3/14, s. 95-100.
- Bürkner, P. C., Doebler, P., Holling, H. (2016). "Optimal Design of the Wilcoxon-Mann-Whitney-Test", *Biometrical Journal*, 59/1, s. 25-40.
- Büyükkeklik, A., Özoğlu, B., Bülbül, H. (2014). "Kargo Hizmet Sağlayıcılarında Kalitenin Tüketici Davranışına Etkisi: Bireysel Tüketici Araştırması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı, s. 33-43.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö., Köklü, N. (2014). *Sosyal Bilimler için İstatistik* (22. Basım), Pegem Akademik, Ankara.
- Byrne, B. M. (2011). *Structural Equation Modeling with MPlus: Basic Concepts, Applications and Programming*, Routledge: Taylor & Francis Group, England.
- Caiado, R. G. G., Dias, R. F., Mattos, L. V., Quelhas, O. L. G. Q., Filho, W. L. (2017). "Towards Sustainable Development through the Perspective of Eco-Efficiency- A Systematic Literature Review", *Journal of Cleaner Production*, 165, s. 890-904.
- Camilleri, M. A. (2017). "Corporate Sustainability and Responsibility: Creating Value for Business, Society and the Environment", *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 2/1, s. 59-74.
- Candi, M. (2007). "The Role of Design in the Development of Technology-Based Services", *Design Studies*, 28/6, s. 559-583.
- Cangur, Ş., Ercan, İ. (2015). "Comparison of Model Fit Indices Used in Structural Equation Modeling under Multivariate Normality", *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 14/1, s. 152-167.
- Carlin, J. B., Doyle, L. W. (2001). "Basic Concepts of Statistical Reasoning: Hypothesis Tests and the t-Test", *Journal of Paediatrics and Child Health*, 37/1, s. 72-77.
- Caruana, A., Ewing, M. T. (2010). "How Corporate Reputation, Quality and Value Influence Online Loyalty", *Journal of Business Research*, 63/9-10, s. 1103-1110.
- Carvalho, H., Govindan, K., Azevedo, S. G., Cruz-Machado, V. (2017). "Modelling Green and Lean Supply Chains: An Eco-Efficiency Perspective", *Resources, Conservation and Recycling*, 120, s. 75 – 87.
- Ceran, E. B. (2017). "Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı ve Ölçümüne İlişkin bir Ön Çalışma", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, s. 59-70.
- Chemingui, H., Ben Lallouna, H. (2013). "Resistance, Motivations, Trust and Intention to Use Mobile Financial Services", *International Journal of Bank Marketing*, 31/7, s. 574-592.

- Chen, C. C., Lin, S. Y., Cheng, C. H., Tsai, C. C. (2012). "Service Quality and Corporate Social Responsibility, Influence on Post-Purchase Intentions of Sheltered Employment Institutions", *Research in Developmental Disabilities*, 33/6, s. 1832-1840.
- Chen, F. F. (2007). "Sensitivity of Goodness of Fit Indexes to Lack of Measurement Invariance", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 14/3, s. 464-504.
- Chichilnisky, G. (1997). "What is Sustainable Development?", *Land Economics*, 73/4, s. 467-491.
- Churchill, G. A. (2004). "Using ANOVA to Analyze Microarray Data", *Biotechniques*, 37/2, s. 173-177.
- Cloninger, P. A., Oviatt, B. (2007). "Service Content and the Internationalization of Young Ventures: An Empirical Test", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31/2, s. 233-256.
- Correia, M. S. (2019). "Sustainability: An Overview of the Triple Bottom Line and Sustainability Implementation", *International Journal of Strategic Engineering*, 2/1, s. 29-38.
- Coughlan, M., Cronin, P., Ryan, F. (2009). "Survey Research: Process and Limitations", *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16/1, s. 9 – 15.
- Crane, A., Ruebottom, T. (2011). "Stakeholder Theory and Social Identity: Rethinking Stakeholder Identification", *Journal of Business Ethics*, 102, s. 77-87.
- Cronbach, L. J., Meehl, P. E. (1955). "Construct Validity in Psychological Tests", *Psychological Bulletin*, 52/4, s. 281-302.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56/3, s. 55-68.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1994). "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, 58/1, s. 125-131.
- Crowell, J. A., Waters, E., Treboux, D., O'Connor, E., Colon-Downs, C., Feider, O., Golby, B., Posada, G. (1996). "Discriminant Validity of the Adult Attachment Interview", *Child Development*, 67/5, s. 2584-2599.
- Cunningham, L. F., Young, C. E., Lee, M. (2002). "Cross-Cultural Perspectives of Service Quality and Risk in Air Transportation", *Journal of Air Transportation*, 7/1, s. 3-26.
- Curran, P. J., Bauer, D. J. (2007). "Building Path Diagrams for Multilevel Models", *Psychological Methods*, 12/3, s. 283-297.
- Curran, P. J., Bollen, K. A., Chen, F., Paxton, P., Kirby, J. B. (2003). "Finite Sampling Properties of the Point Estimates and Confidence Intervals of the RMSEA", *Sociological Methods & Research*, 32/2, s. 208-252.
- Çamlıca, Z., Akar, G. S. (2014). "Lojistik Sektöründe Sürdürülebilirlik Uygulamaları", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 5/11, s. 100-119.

- Çetin, A. A., Pamukçu, A. (2019). “İç Denetçilere Ait Demografik ve Sosyo-Ekonomik Faktörlerin İşletmelerde Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Risk Odaklı İç Denetime Etkisi”, *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 2/1, s. 20-32.
- Çetin, Ç. K., Varan, S., Fışkın, C. S. (2015). “Sürdürülebilirlik Raporlamasında Paydaş Katılımı: Türkiye’deki Firmaların Analizi”, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6/1, s. 9-35.
- Çetin, F. A., Gül, A. (2018). “Sürdürülebilir Pazarlama: Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Satın Alma Davranışları”, *Social Sciences Studies Journal*, 4/14, s. 447-455.
- Çıraklı, Ü., Gözölü, M., Gözölü, K. (2014). “Sağlık Kurumlarında Algılanan Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Yozgat’ta Yer Alan İki Hastanenin Yatan Hastaları üzerinde bir Çalışma”, *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 7/1, s. 61 – 82.
- Dalgıç, A. (2013). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Antalya’da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Darmayanti, D., Cahyono, H. (2014). “The Influence of Perceived Service Quality, Attitudinal Loyalty and Corporate Social Responsibility on Repeat Patronage Intention in Retail Banking in Indonesia”, *Journal of Business and Retail Management Research*, 8/2, s. 16-23.
- De Frias, C. M., Dixon, R. A. (2005). “Confirmatory Factor Structure and Measurement Invariance of the Memory Compensation Questionnaire”, *Psychological Assessment*, 17/2, s. 168-178.
- DeCarlo, L. T. (1997). “On the Meaning and Use of Kurtosis”, *Psychological Methods*, 2/3, s. 292-307.
- Değirmenci, N. E. (2021). *Çevresel Sürdürülebilirlik Bağlamında Mevcut Konut Tasarımlarının İncelenmesi ve bir Model Önerisi: Malatya İli Örneği*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gaziantep.
- Demir, S. (2022). “Comparison of Normality Tests in Terms of Sample Sizes under Different Skewness and Kurtosis Coefficients”, *International Journal of Assessment Tools in Education*, 9/2, s. 397-409.
- Demirağ, B. (2019). *Marka İmajı, Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Algılanan Değerin Marka Sadakati üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: 5 Yıldızlı Sayfiye ve Şehir Otelleri Örneği*, (Basılmamış Doktora Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Demirsoy, M. (2017). *Hizmet Kalitesi, Kurumsal İmaj, Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati arasındaki İlişkilerin AR-GE Projeleri Fonlayan bir Kuruluşta Araştırılması*, (Basılmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., Brown, C. (2011). "The Social Dimension of Sustainable Development: Defining Urban Social Sustainability", *Sustainable Development*, 19/5, s. 289-300.
- Dendeş, E., Armağan, E. A., Dendeş, A. E. (2021). "Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti ve Ağızdan Ağıza İletişim İlişkisi", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19/1, s. 1-24.
- Derrick, B., Toher, D., White, P. (2016). "Why Welch's Test is Type I Error Robust", *Quantitative Methods for Psychology*, 12/1, s. 30-38.
- Dichoso, A. K. A., Gromontil, K. J. C., Manguiat, K. A. C., Rolle, A. P. (2019). "Measuring the Gap on Service Quality Management Support Service in Lyceum of the Philippines-Laguna: Basis of Rater Dimension", *LPU-Laguna Journal of Business and Accountancy*, 3/2, s. 73-78.
- Diez-Cañamero, B., Bishara, T., Otegi-Olaso, J. R., Minguez, R., Fernández, J. M. (2020). "Measurement of Corporate Social Responsibility: A Review of Corporate Sustainability Indexes, Rankings and Raitings", *Sustainability*, 12/5, s. 2153-2188.
- Dikmen, F., Bozdağlar, H. (2017). "The Role of Service Culture in Hospitality Industry", *International Journal of Business and Social Science*, 8/5, s. 85-98.
- Ding, L., Velicer, W. F., Harlow, L. L. (1995). "Effects of Estimation Methods, Number of Indicators Per Factor and Improper Solutions on Structural Equation Modeling Fit Indices", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 2/2, s. 119-143.
- DiStefano, C., Hess, B. (2005). "Using Confirmatory Factor Analysis for Construct Validation: An Empirical Review", *Journal of Psychoeducational Assessment*, 23/3, s. 225-241.
- Doğan, B. (2021). *Türk Bankacılık Sektöründe Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Entropi ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemleriyle Değerlendirilmesi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.
- Doğan, M. (2018). "Kurumsal Yönetimin Teorik Temelleri", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1/1, s. 84-96.
- Driscoll, W. C. (1996). "Robustness of the ANOVA and Tukey-Kramer Statistical Tests", *Computers & Industrial Engineering*, 31/1-2, s. 265-268.
- Düzer, M., Önce, S. (2017). "Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Finansal Performans: BİST'te İşlem Gören Şirketler için Karşılaştırmalı Bir Analiz" *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2/2, s. 637-648.
- Edvardsson, B., Gustafsson, A., Roos, I. (2005). "Service Portraits in Service Research: A Critical Review", *International Journal of Service Industry Management*, 16/1, s. 107-121.
- Eizenberg, E., Jabareen, Y. (2017). "Social Sustainability: A Conceptual Framework", *Sustainability*, 9/1, s. 68-83.

- Elkington, J. (1998). "Accounting for the Triple Bottom Line", *Measuring Business Excellence*, 2/3, s. 18-22.
- Elmasoğlu, K. (2016). "Marka Kimlik Öğesi olarak Logoların Marka İletişimi Açışından İncelenmesi: 'Google Doodles' Örneği", *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"*, 4/4, s. 82-102.
- Emerson, R. W. (2017). "ANOVA and t-Tests", *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 111/2, s. 193-196.
- Engin, E., Akgöz, B. E. (2013). "Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi", *Selçuk İletişim*, 8/1, s. 85-94.
- Erçin, C. (2021). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Hizmet Odaklılık ve İşveren Markası Çekiciliğine Etkisi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Erdil, S. T., Yıldız, O. (2011). "Measuring Service Quality and a Comparative Analysis in the Passenger Carriage of Airline Industry", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, s. 1232-1242.
- Erdoğan, E. (2012). *Tüketicilerce Algılanan Riskin Algılanan Hizmet Kalitesi üzerindeki Etkisi*, (Basılmamış Doktora Tezi), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Ersoy, N. (2021). *Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Modeli ile Enerji Sektöründe Kurumsal Sürdürülebilirlik Performans Ölçümü: Karşılaştırılmalı Bir Analiz*, (Basılmamış Doktora Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Ertuğrul, İ. (2014). *Toplam Kalite Kontrol: Kalite Güvenliği ve ISO 9000 Standartları Toplam Kalite Yönetimine İlişkin bir İşletme Uygulaması*, 3. Baskı, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Evangelista, P., Santoro, L., Thomas, A. (2018). "Environmental Sustainability in Third-Party Logistics Service Providers: A Systematic Literature Review from 2000-2016", *Sustainability*, 10/5, s. 1627-1660.
- Fagerland, M. W., Sandvik, L. (2009). "Performance of Five Two-Sample Location Tests for Skewed Distributions with Unequal Variances", *Contemporary Clinical Tirals*, 30/5, s. 490-496.
- Fahlioğulları, S. (2009). *The Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Image, Consumer Trust and Brand Loyalty*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fidanoğlu, A. (2021). *Kurumsal Sürdürülebilirlik Oryantasyonunun İşletme Performansına Etkisinde Sürdürülebilir Tedarik ve Ürün Tasarımının Aracılık ile Tedarikçilerle Entegrasyonun Düzenleyici Rolü*, (Basılmamış Doktora Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gaziantep.
- First, I., Khetriwal, D. S. (2010). "Exploring the Relationship between Environmental Orientation and Brand Value: Is there Fire or only Smoke?", *Business Strategy and the Environment*, 19/2, s. 90-103.

- Fleischman, G. M., Johnson, E. N., Walker, K. B. (2017). "An Exploratory Investigation of Management Accounting Service Quality Dimensions Using SERVQUAL and SERVPERF", *Advances in Management Accounting*, 29, s. 91-125.
- Flipo, J. P. (1988). "On the Intangibility of Services", *The Service Industries Journal*, 8/3, s. 286-293.
- Fontaine, M. (2013). "Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line?", *International Journal of Business and Social Science*, 4/4, s. 110-119.
- Fordham, A. E., Robinson, G. M. (2018). "Mapping Meanings of Corporate Social Responsibility-An Australian Case Study", *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3/14, s. 1-20.
- Fragoso, J. T., Espinoza, I. L. (2017). "Assessment of Banking Service Quality Perception Using the SERVPERF Model", *Contaduría y Administración*, 62/4, s. 1294-1316.
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., Parmar, B. (2004). "Stakeholder Theory and 'The Corporate Objective Revisited'", *Organization Science*, 15/3, s. 364-369.
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., Schaltegger, S. (2020). "A Stakeholder Theory Perspective on Business Models: Value Creation for Sustainability", *Journal of Business Ethics*, 166, s. 3-18.
- Garcia, R. (2014). *Creating and Marketing New Products and Services*, CRC Press: Taylor & Francis Group, Florida.
- Garry, T., Harwood, T. (2017). "Exploring Consumer Associations between Corporate Reputation, Corporate Sustainability and Product Attributes within Utilitarian Market Context", *International Studies of Management & Organization*, 47/3, s. 258-275.
- Gastwirth, J. L., Gel, Y. R., Miao, W. (2009). "The Impact of Levene's Test of Equality of Variances on Statistical Theory and Practice", *Statistical Science*, 24/3, s. 343-360.
- Gatti, L., Caruana, A., Snehota, I. (2012). "The Role of Corporate Social Responsibility, Perceived Quality and Corporate Reputation on Purchase Intention: Implications for Brand Management", *Journal of Brand Management*, 20/1, s. 65-76.
- Gazibey, Y., Keser, A., Gökmen, Y. (2014). "Türkiye'de İllerin Sürdürülebilirlik Boyutları Açısından Değerlendirilmesi", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 69/3, s. 511-544.
- Gedik, Y. (2020). "Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma", *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 3/3, s. 196-215.
- Gefen, D., Straub, D. W., Boudreau, M. C. (2000). "Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice", *Communications of the Association for Information Systems*, 4/7, s. 1-77.

- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., Hultink, E. J. (2017). "The Circular Economy-A New Sustainability Paradigm?", *Journal of Cleaner Production*, 143, s. 757-768.
- Gençoğlu, Ü. G., Aytaç, A. (2016). "Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Entegre Raporlamanın Önemi ve BİST Uygulamaları", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 72, s. 51-66.
- Ghobadian, A., Speller, S., Jones, M. (1994). "Service Quality: Concepts and Models", *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11/9, s. 43-66.
- Ghodang, H. (2018). "Structural Equation Modeling Model (SEM) in Analysis of Factors Affecting Teacher's Attitude to Quality Improvement Management in Medan City", *International Journal of Education and Research*, 6/4, s. 203-214.
- Glöckner-Rist, A., Hoijtink, H. (2003). "The Best of Both Worlds: Factor Analysis of Dichotomous Data Using Item Response Theory and Structural Equation Modeling", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 10/4, s. 544-565.
- Glynn, S. M., Taasoobshirazi, G., Brickman, P. (2009). "Science Motivation Questionnaire: Construct Validation with Nonscience Majors", *Journal of Research in Science Teaching*, 46/2, s. 127-146.
- Gómez-Baggethun, E., Naredo, J. M. (2015). "In Search of Lost Time: The Rise and Fall of Limits to Growth in International Sustainability Policy", *Sustainability Science*, 10/3, s. 385-395.
- Goldberger, A. S. (1972) "Structural Equation Methods in the Social Sciences", *Econometrica*, 40/6, s. 979-1001.
- Gomez, R., Burns, G. L., Walsh, J. A., De Moura, M. A. (2003). "Multitrait-MultiSource Confirmatory Factor Analytic Approach to the Construct Validity of ADHD Rating Scales", *Psychological Assessment*, 15/1, s. 3-16.
- Gopalkrishna, B., Rodrigues, L. L. R., Varambally, K. V. M. (2008). "Service Quality in General Insurance Sector: An Empirical Study", *The Indian Journal of Industrial Relations*, 44/1, s. 49-61.
- Gorard, S. (2005). "Revisiting a 90-Year-Old Debate: The Advantages of the Mean Deviation", *British Journal of Educational Studies*, 53/4, s. 417-430.
- Göker, İ. E. K. (2020). "Borçlanmanın Kârlılığa Etki Düzeyini Kurumsal Sürdürülebilirlik Değiştirir mi? Türkiye Örneği", *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 6/2, s. 196-209.
- Grech, V., Calleja, N. (2018). "Parametric vs. Non-Parametric Tests", *Early Human Development*, 123, s. 48-49.
- Gregory, J. L. (2019). "Applying SERVQUAL: Using Service Quality Perceptions to Improve Student Satisfaction and Program Image", *Journal of Applied Research in Higher Education*, 11/4, s. 788-799.
- Grießler, E., Littig, B. (2005). "Social Sustainability: A Catchword between Political Pragmatism and Social Theory", *International Journal for Sustainable Development*, 8/1-2, s. 65-79.

- Griggs, D., Stafford-Smith, M., Gaffney, O., Rockström, J., Öhman, M. C., Shyamsundar, P., Steffen, W., Glaser, G., Kanie, N., Noble, I. (2013). "Sustainable Development Goals for People and Planet", *Nature*, 495/7441, s. 305-307.
- Grönroos, C. (1984). "A Service Quality Model and Its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, 18/4, s. 36-44.
- Grönroos, C. (1989). "Defining Marketing: A Market-Oriented Approach", *European Journal of Marketing*, 23/1, s. 52-60.
- Guth, M., Smędzik-Ambroży, K., Czyżewski, B., Stępień, S. (2020). "The Economic Sustainability of Farms under Common Agricultural Policy in the European Union Countries", *Agriculture*, 10/2, s. 34-53.
- Gügerçin, U., Ay, Ü. (2017). "Etik Konum Ölçeği'nin Faktör Analitik Yapısı: Banka Çalışanları üzerine bir Araştırma", *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35/4, s. 53-78.
- Gültekin, S. (2021). *Tedarik Zinciri Yönetiminde Sürdürülebilirlik Uygulamaları ve Malatya İli Örneği*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Gülümser, S., Koromaz, E. K. (2019). "Kalite Yönetimi ve Kullanıcı Memnuniyeti: İstanbul Şehir Hatları Örneği", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 2/1, s. 75-88.
- Gümüş, M., Köleoğlu, N. (2002). "Factor Analysis on Service Attributes of Canakkale Municipality", *The TQM Magazine*, 14/6, s. 373-375.
- Günaydın, S. T. (2021). *Sustainable Development Performance Evaluation of Maritime Transport Companies*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gür, Ç., Koçak, N., Demircan, A., Uslu, B. B., Şirin, N., Şafak, M. (2015). "The Study of 48-60 Month-Old Preschool Children's Social Competence and Behavior Evaluation Conditions", *Education and Science*, 40/180, s. 13-23.
- Gürlük, S. (2010). "Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir Mi?", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5/2, s. 85-99.
- Güven, E. Ö. (2012). *Davranışsal Niyeti Etkileyen Hizmet Kalitesi Boyutları Açısından Tolerans Bölgelerinin Karşılaştırılması: Otel İşletmelerinde bir Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hacıoğlu, G. (2020). *A Study on Social Sustainability in Urban Green Spaces: The Case of İnciralti City Forest*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İzmir.
- Hahn, T., Scheermesser, M. (2006). "Approaches to Corporate Sustainability among German Companies", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13/3, s. 150-165.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, Pearson Prentice Hall.



- Hall, J. K., Daneke, G. A., Lenox, M. J. (2010). "Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Directions", *Journal of Business Venturing*, 25/5, s. 439-448.
- Hamilton-Ibama, E. O. L., Ogonu, G. C. (2019). "Service Quality and Market Share in Money Deposit Banks in South-South Geopolitical Zone of Nigeria", *International Journal of Marketing and Communication Studies*, 4/1, s. 38-49.
- Hancock, G. R., Freeman, M. J. (2001). "Power and Sample Size for the Root Mean Square Error of not Close Fit in Structural Equation Modeling", *Educational and Psychological Measurement*, 61/5, s. 741-758.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., Dean, D. (2017). "The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty", *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9/1, s. 21-40.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory Factor Analysis*, Oxford University Press, New York.
- Haslam, N., Fiske, A. P. (1999). "Relational Models Theory: A Confirmatory Factor Analysis", *Personal Relationships*, 6/2, s. 241-250.
- Hatcher, J. (2007). "The State of Measurement of Self-Esteem of African American Women", *Journal of Transcultural Nursing*, 18/3, s. 224-232.
- Heo, M., Kim, N., Faith, M. S. (2015). "Statistical Power as a Function of Cronbach Alpha of Instrument Questionnaire Items", *BMC Medical Research Methodology*, 15/1, s. 86-94.
- Hesamian, G. (2015). "One-Way ANOVA Based on Interval Information", *International Journal of Systems Science*, 47/11, s. 2682-2690.
- Hıra, Y. (2020). *İşletmelerde Çalışanların İç Denetim Alguları ve Hizmet Kalitesi arasındaki İlişki*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hill, F. M. (1995). "Managing Service Quality in Higher Education: The Role of the Student as Primary Consumer", *Quality Assurance in Education*, 3/3, s. 10-21.
- Hoe, S. L. (2008). "Issues and Procedures in Adopting Structural Equation Modelling Technique", *Journal of Quantitative Methods*, 3/1, s. 76-83.
- Holbert, R. L., Stephenson, M. T. (2002). "Structural Equation Modeling in the Communication Sciences, 1995-2000", *Human Communication Research*, 28/4, s. 531-551.
- Hole, Y., Pawar, S., Bhaskar, M. P. (2018). "Service Marketing and Quality Strategies", *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 6/1, s. 182-196.
- Hooper, D., Coughlan, J., Mullen, M. R. (2008). "Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit", *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6/1, s. 53-60.
- Hrgović, A. M. V., Bonifačić, J. C., Milohnić, I. (2019). "Dimensions of Service Quality in Glamping", *Tourism in Southern and Eastern Europe-ToSEE*, 5, s. 773-785.

- Hu, L. T., Bentler, P. M. (1998). "Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification", *Psychological Methods*, 3/4, s. 424-453.
- Huang, C. C., Yen, S. W., Liu, C. Y., Huang, P. C. (2014). "The Relationship among Corporate Social Responsibility, Service Quality, Corporate Image and Purchase Intention", *The International Journal of Organizational Innovation*, 6/3, s. 68-84.
- Iacobucci, D. (2010). "Structural Equations Modeling: Fit Indices, Sample Size and Advanced Topics", *Journal of Consumer Psychology*, 20/1, s. 90-98.
- Iyer, D. N., Sharp, B. M., Brush, T. H. (2017). "Knowledge Creation and Innovation Performance: An Exploration of Competing Perspectives on Organizational Systems", *Universal Journal of Management*, 5/6, s. 261-270.
- Jabareen, Y. (2008). "A New Conceptual Framework for Sustainable Development", *Environment, Development and Sustainability*, 10/2, s. 179-192.
- Jackson, D. L., Gillaspay, J. A., Purc-Stephenson, R. (2009). "Reporting Practices in Confirmatory Factor Analysis: An Overview and Some Recommendations", *Psychological Methods*, 14/1, s. 6-23.
- Jankowski, K. R. B., Flannely, K. J., Flannely, L. T. (2017). "Research Methodology: The t-Test: An Influential Inferential Tool in Chaplaincy and Other Healthcare Research", *Journal of Health Care Chaplaincy*, 24/1, s. 30-39.
- Jickling, B. (2005). "Sustainable Development in a Globalizing World: A Few Cautions", *Policy Futures in Education*, 3/3, s. 251-259.
- Johns, N. (1999). "What is This Thing Called Service?", *European Journal of Marketing*, 33/9-10, s. 958-973.
- Johnston, P., Everard, M., Santillo, D., Robèrt, K. H. (2007). "Reclaiming the Definition of Sustainability", *Environmental Science and Pollution Research*, 14/1, s. 60-66.
- Jones, B., Bowd, R., Tench, R. (2009). "Corporate Irresponsibility and Corporate Social Responsibility: Competing Realities", *Social Responsibility Journal*, 5/3, s. 300-310.
- Jones, T. L., Baxter, M. A. J., Khanduja, V. (2013). "A Quick Guide to Survey Research", *Annals of the Royal College of Surgeons of England*, 95/1, s. 5-7.
- Kang, G. D., James, J. (2004). "Service Quality Dimensions: An Examination of Grönroos's Service Quality Model", *Managing Service Quality*, 14/4, s. 266-277.
- Kant, R., Jaiswal, D. (2017). "The Impact of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Public Sector Banks in India", *International Journal of Bank Marketing*, 35/3, s. 411-430.
- Kao, L. S., Green, C. E. (2008). "Analysis of Variance: Is there a Difference in Means and What does It Mean?", *Journal of Surgical Research*, 144/1, s. 158-170.

- Karatepe, O. M., Avcı, T. (2002). "Measuring Service Quality in the Hotel Industry: Evidences from Northern Cyprus", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13/1, s. 19-32.
- Kaur, A., Kumar, R. (2015). "Comparative Analysis of Parametric and Non-Parametric Tests", *Journal of Computer and Mathematical Sciences*, 6/6, s. 336-342.
- Kaur, P., Stoltzfus, J., Yellapu, V. (2018). "Descriptive Statistics", *International Journal of Academic Medicine*, 4/1, s. 60-63.
- Kaya, F., Uğurhan, Y. Z. C. (2019). "Otomobil Markalarının Çevre Dostu Paylaşımları: Küresel ve Yerel Sosyal Medya Karşılaştırması", *Erciyes İletişim Dergisi*, 6/2, s. 1101-1120.
- Kaya, K. (2019). "Harran Üniversitesi Öğrencilerinin Hizmet Kalitesi Algısındaki Farklılıklar", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10/2, s. 268-279.
- Kaya, M., Ünüvar, Ş. (2016). "Measuring Service Quality by SERVPERF Method: A Research on Hospitality Enterprises", *Australian Academy of Accounting and Finance Review*, 2/4, s. 354-362.
- Kayıkcı, P., Armağan, K., Dal, N. E. (2019). "Sürdürülebilir Pazarlama: Kavramsal bir Çalışma", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi-Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2/1, s. 77-93.
- Keni, K., Teoh, A. P., Muthuveloo, R. (2019). "The Impact of Service Quality and Corporate Reputation toward Tourist Loyalty: A Study of the Indonesian Hotel Industry", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 439, s. 363-369.
- Khamis, H. J. (1997). "Assumptions in Statistical Analyses of Sonography Research Data", *Journal of Diagnostic Medical Sonography*, 13/6, s. 277-281.
- Killeen, P. R. (2005). "An Alternative to Null-Hypothesis Significance Tests", *Psychological Science*, 16/5, s. 345-353.
- Kim, S. B., Kim, D. Y. (2016). "The Impacts of Corporate Social Responsibility, Service Quality and Transparency on Relationship Quality and Customer Loyalty in the Hotel Industry", *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 1/1, s. 39-55.
- Koç, K., Kaya, H. A. (2021). "Determination of Transportation Service Quality Factors for University Campuses: Evidence from Bus Service Quality in Yıldız Technical University", *Sigma Journal of Engineering and Natural Sciences*, 39/3, s. 213-225.
- Koeske, G. F. (1994). "Some Recommendations for Improving Measurement Validation in Social Work Research", *Journal of Social Service Research*, 18/3-4, s. 43-72.
- Konak, N. (2011). "Küresel İklim Değişikliği, Kyoto Protokolü Esneklik Mekanizmaları, Gönüllü Karbon Piyasası ve Türkiye: Eleştirel Yaklaşım", *Alternatif Politika*, 3/2, s. 154-178.

- Korhonen, J., Giurca, A., Brockhaus, M., Toppinen, A. (2018). "Actors and Politics in Finland's Forest-Based Bioeconomy Network", *Sustainability*, 10/10, s. 3785-4004.
- Korkmaz, D. H. (2020). *Yöneticilerin Kurumsal Sürdürülebilirlik Algısı ve Farkındalık Düzeylerini Tespite Yönelik bir Araştırma: BİST Bursa Şirketleri Araştırması*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Kowalik, K., Klimecka-Tatar, D. (2018). "The Process Approach to Service Quality Management", *Production Engineering Archives*, 18/18, s. 31-34.
- Kozak, M. A., Aydın, B. (2018). "Grönroos Hizmet Kalitesi Modeli: Otelcilik Alanyazını üzerinden bir Değerlendirme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29/2, s. 175-184.
- Kozan, K., Richardson, J. C. (2014). "New Exploratory and Confirmatory Factor Analysis Insights into the Community of Inquiry Survey", *The Internet and Higher Education*, 23, s. 39-47.
- Kuester, S., Schuhmacher, M., Gast, B., Worgul, A. (2013). "Sectoral Heterogeneity in New Service Development: An Exploratory Study of Service Types and Success Factors", *Journal of Product Innovation Management*, 30/3, s. 533-544.
- Kuhlman, T., Farrington, J. (2010). "What is Sustainability?", *Sustainability*, 2/11, s. 3436-3448.
- Kulinskaya, E., Staudte, R. G., Gao, H. (2003). "Power Approximations in Testing for Unequal Means in a One-Way ANOVA Weighted for Unequal Variances", *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 32/12, s. 2353-2371.
- Kuo, Y. K., Ye, K. D. (2009). "The Casual Relationship between Service Quality, Corporate Image and Adults' Learning Satisfaction and Loyalty: A Study of Professional Training Programmes in a Taiwanese Vocational Institute", *Total Quality Management & Business Excellence*, 20/7, s. 749-762.
- Kurnaz, A., Özdoğan, O. N. (2017). "İstanbul'da Yer Alan Yeşil Restoran İşletmeleri Hizmet Kalitesinin GR SERV Modeli ile Değerlendirilmesi", *İşletme Fakültesi Dergisi*, 18/1, s. 75-99.
- Kurnaz, N., Kestane, A. (2016). "Kurumsal Sürdürülebilirliğin Ekonomik Açıdan İncelenmesi ve Yatırımcı Davranışları İlişkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde bir Uygulama", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, s. 278-302.
- Kuşat, N. (2012). "Sürdürülebilir İşletmeler için Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14/2, s. 227-242.
- Kwon, H. B., Lee, J. (2019). "Exploring the Differential Impact of Environmental Sustainability, Operational Efficiency and Corporate Reputation on Market Valuation in High-Tech-Oriented Firms", *International Journal of Production Economics*, 211, s. 1-14.

- Kyriazos, T. A. (2018). "Applied Psychometrics: Sample Size and Sample Power Considerations in Factor Analysis (EFA, CFA) and SEM in General", *Psychology*, 9/8, s. 2207-2230.
- Labuschagne, C., Brent, A. C., Erck, R. P. G. (2005). "Assessing the Sustainability Performances of Industries", *Journal of Cleaner Production*, 13/4, s. 373-385.
- Ladhari, R. (2009). "A Review of Twenty Years of SERVQUAL Research", *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1/2, s. 172-198.
- Laihonen, H., Lönnqvist, A. (2010). "Knowledge-Based Value Creation: Grasping the Intangibility of Service Operations in Finland", *International Journal of Knowledge-Based Development*, 1/4, s. 331-345.
- Landis, R. S. (2013). "Successfully Combining Meta-Analysis and Structural Equation Modeling: Recommendations and Strategies", *Journal of Business and Psychology*, 28/3, s. 251-261.
- Landrum, N. E. (2018). "Stages of Corporate Sustainability: Integrating the Strong Sustainability Worldview", *Organization & Environment*, 31/4, s. 287-313.
- Leaniz, P. M. G., Bosque, I. R. (2013). "Intellectual Capital and Relational Capital: The Role of Sustainability in Developing Corporate Reputation", 9/1, s. 262-280.
- Lee, K. M. (2007). "So What is the 'Triple Bottom Line?'", *International Journal of Diversity in Organisations, Communities and Nations: Annual Review*, 6/6, s. 67-72.
- Lee, S., Lee, D. K. (2018). "What is the Proper Way to Apply the Multiple Comparison Test", *Korean Journal of Anesthesiology*, 71/5, s. 353-360.
- Lehmann, E. L. (1999). "'Student' and Small Sample Theory", *Statistical Science*, 14/4, s. 418-426.
- Lehtinen, U., Järvinen, R. (2015). "The Role of Service Characteristics in Service Innovations", *Nordic Journal of Business*, 64/3, s. 168-181.
- Lei, P. W., Wu, Q. (2007). "Introduction to Structural Equation Modeling: Issues and Practical Considerations", *Educational Measurement: Issues and Practice*, 26/3, s. 33-43.
- Lemmalodesso, S. (2012). *Stakeholder Perceptions of Service Quality Improvement in Ethiopian Public Higher Education Institutions*, (Basilmamış Doktora Tezi), University of South Africa, Educational Management, Pretoria.
- Lewis, B. R. (1988). "Customer Care in Service Organisations", *International Journal of Operations & Production Management*, 8/3, s. 67-75.
- Lewis, B. R. (1989). "Quality in the Service Sector: A Review", *International Journal of Bank Marketing*, 7/5, s. 4-12.
- Liat, C. B., Mansori, S., Huei, C. T. (2014). "The Associations between Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from the Malaysian Hotel Industry", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23/3, s. 314-326.

- Littau, P., Jujagiri, N. J., Adlbrecht, G. (2010). "25 Years of Stakeholder Theory in Project Management Literature (1984-2009)", *Project Management Journal*, 41/4, s. 17-29.
- Lovelock, C. H. (1983). "Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights", *Journal of Marketing*, 47/3, s. 9-20.
- Ludbrook, J. (1998). "Multiple Comparison Procedures Updated", *Clinical and Experimental Pharmacology and Physiology*, 25/12, s. 1032-1037.
- Luengo, J., García, S., Herrera, F. (2009). "A Study on the Use of Statistical Tests for Experimentation with Neural Networks: Analysis of Parametric Test Conditions and Non-Parametric Tests", *Expert Systems with Applications*, 36/4, s. 7798-7808.
- Lukić, T., Penjišević, I., Đerčan, B., Đurđev, B., Živković, M. B., Armenski, T. (2014). "Politics in the Balkan Countryside: Case Study in Serbia", *Eastern European Countryside*, 20/1, s. 99-124.
- Lund-Thomsen, P. (2020). "Corporate Social Responsibility: A Supplier-Centered Perspective", *Environment and Planning: A Economy and Space*, 52/8, s. 1700-1709.
- Lyon, T. P., Delmas, M. A., Maxwell, J. W., Bansal, P. T., Chiroleu-Assouline, M., Crifo, P., Durand, R., Gond, J. P., King, A., Lenox, M., Toffel, M., Vogel, D., Wijen, F. (2018). "CSR Needs CPR: Corporate Sustainability and Politics", *California Management Review*, 60/4, s. 5-24.
- MacCallum, R. C., Hong, S. (1997). "Power Analysis in Covariance Structure Modeling Using GFI and AGFI", *Multivariate Behavioral Research*, 32/2, s. 193-210.
- Mageto, J., Luke, R., Heyns, G. (2020). "Investigating the Quality of University Education: A Focus on Supply Chain Management", *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 19/8, s. 424-446.
- Malhotra, N. K., Ulgado, F. M., Agarwal, J., Baalbaki, I. B. (1994). "International Services Marketing: A Comparative Evaluation of the Dimensions of Service Quality between Developed and Developing Countries", *International Marketing Review*, 11/2, s. 5-15.
- Malyarets, L. M., Barannik, I. O., Sabadash, L. O., Grynko, P. O. (2019). "Modeling the Economic Sustainability of the Macro System (For Example Ukraine)", *Montenegrin Journal of Economics*, 14/3, s. 23-35.
- Mamun, A. A., Yasser, Q. R., Rahman, A. (2013). "A Discussion of the Suitability of only One vs more than One Theory for Depicting Corporate Governance", *Modern Economy*, 4/1, s. 37-48.
- Manav, D. (2017). *Konaklama İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Özel Belgeli bir Otel İşletmesinde Uygulanıp Olasılıklarının Araştırılması*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Manav, F. (2021). *Personel Güçlendirmenin Algılanan Hizmet Kalitesi ile Marka Değeri üzerindeki Etkisi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Mandal, K., Gupta, H. (2018). "Service Quality Gap Measurement in Pharmaceutical Educational Institutes: An Empirical Analysis for Model Development", *Indian Journal of Pharmaceutical Education and Research*, 52/3, s. 351-362.
- Marsh, H. W., Morin, A. J. S., Parker, P. D., Kaur, G. (2014). "Exploratory Structural Equation Modeling: An Integration of the Best Features of Exploratory and Confirmatory Factor Analysis", *Annual Review of Clinical Psychology*, 10/1, s. 85-110.
- Marshall, G., Jonker, L. (2010). "An Introduction to Descriptive Statistics: A Review and Practical Guide", *Radiography*, 16/4, s. 1-7.
- Martin, J., Elg, M., Gremyr, I. (2020). "The Many Meanings of Quality: Towards a Definition in Support of Sustainable Operations", *Total Quality Management & Business Excellence*, s. 1-14.
- Matthew, R. A., Hammill, A. (2009). "Sustainable Development and Climate Change", *International Affairs*, 85/6, s. 1117-1128.
- Mazaheri, E., Richard, M. O., Laroche, M., Ueltschy, L. C. (2014). "The Influence of Culture, Emotions, Intangibility and Atmospheric Cues on Online Behavior", *Journal of Business Research*, 67/3, s. 253-259.
- Mazur, B., Walczyna, A. (2020). "Bridging Sustainable Human Resource Management and Corporate Sustainability", *Sustainability*, 12/21, s. 8987-9007.
- McQuitty, S. (2004). "Statistical Power and Structural Equation Models in Business Research", *Journal of Business Research*, 57/2, s. 175-183.
- Medina-Muñoz, R. D., Medina-Muñoz, R. D. (2019). "Corporate Social Responsibility for Poverty Alleviation: An Integrated Research Framework", *Business Ethics: The Environment & Responsibility*, 29/1, s. 3-19.
- Mehta, S. C., Durvasula, S. (1998). "Relationships between SERVQUAL Dimensions and Organizational Performance in the case of a Business-to-Business Service", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13/1, s. 40-53.
- Menzhanova, M. (2015). *Measuring Customer Satisfaction of Airline through Service Quality and Price Fairness: Case of Air Astana*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mergen, E. (1993). "Toplam Kalite Yönetimi", *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11/1-2, s. 25-33.
- Meriç, S., Karabayır, M. E. (2019). "Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Mükelleflerinin Kalite Algıları: Kars İlinde Bir Uygulama", *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12/3, s. 559-584.
- Meseguer-Sánchez, V., Gálvez-Sánchez, F. J., López-Martínez, G., Molina-Moreno, V. (2021). "Corporate Social Responsibility. A Bibliometric Analysis of Their Interrelations", *Sustainability*, 13/4, s. 1636-1653.
- Meuer, J., Koelbel, J., Hoffmann, V. H. (2020). "On the Nature of Corporate Sustainability", *Organization & Environment*, 33/3, s. 319-341.

- Mısırlıoğlu, A. (2022). *JCI Belgeli Sağlık Kurumlarında Yöneticilerin Akreditasyon ve Hizmet Kalitesi Algularının Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği*, (Basılmamış Doktora Tezi), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Millsap, R. E. (2007). "Structural Equation Modeling Made Difficult", *Personality and Individual Differences*, 42/5, s. 875-881.
- Mitcham, C. (1995). "The Concept of Sustainable Development: Its Origins and Ambivalence", *Technology in Society*, 17/3, s. 311-326.
- Moder, K. (2010). "Alternatives to F-Test in One-Way ANOVA in case of Heterogeneity of Variances (A Simulation Study)", *Psychological Test*, 52/4, s. 343-353.
- Moeller, S. (2010). Characteristics of Services-A New Approach Uncovers Their Value, *Journal of Services Marketing*, 24/5, s. 359-368.
- Montabon, F., Pagell, M., Wu, Z. (2016). "Making Sustainability Sustainable", *Journal of Supply Chain Management*, 52/2, s. 11-27.
- Moon, H. C., Parc, J. (2019). "Shifting Corporate Social Responsibility to Corporate Social Opportunity through Creating Shared Value", *Strategic Change*, 28/2, s. 115-122.
- Morelli, J. (2011). "Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals", *Journal of Environmental Sustainability*, 1/1, s. 1-9.
- Mueller, R. O. (1997). "Structural Equation Modeling: Back to Basics", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 4/4, s. 353-369.
- Muthén, B. (1983). "Latent Variable Structural Equation Modeling with Categorical Data", *Journal of Econometrics*, 22/1-2, s. 43-65.
- Najib, M., Widyastuti, H., Andrianto, M. S., Septiani, S., Fahma, F. (2020). "Market Orientation and Service Quality as Driving Forces of Business Sustainability: Evidence from Small Coffee Shop", *Academy of Strategic Management Journal*, 19/6, s. 1-8.
- Nanda, A., Mohapatra, B. B., Mahapatra, A. P. K., Mahapatra, A. P. K., Mahapatra, A. P. K. (2021). "Multiple Comparison Test by Tukey's Honestly Significant Difference (HSD): Do the Confident Level Control Type I Error", *International Journal of Statistics and Applied Mathematics*, 6/1, s. 59-65.
- Newcomb, M. D., Chou, C. P., Bentler, P. M., Huba, G. J. (1988). "Cognitive Motivations for Drug Use among Adolescents: Longitudinal Tests of Gender Differences and Predictors of Change in Drug Use", *Journal of Counseling Psychology*, 35/4, s. 426-438.
- Njoroge, M., Anderson, W., Mburu, O. (2020). "Innovation Strategy and Economic Sustainability in the Hospitality Industry", *The Bottom Line*, 32/4, s. 253-268.
- Nordstokke, D. W., Zumbo, B. D. (2007). "A Cautionary Tale about Levene's Tests for Equal Variances", *Journal of Educational Research & Policy Studies*, 7/1, s. 1-14.
- O'Leary-Kelly, S. W., Vokurka, R. J. (1998). "The Empirical Assessment of Construct Validity", *Journal of Operations Management*, 16/4, s. 387-405.



- Okumuş, A., Yaşın, B. (2007). “Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerine göre Pazar Bölümlerinin İncelenmesi”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28, s. 87-106.
- Okumuş, F., Şengür, F. K., Köseoğlu, M. A., Şengür, Y. (2020). “What do Companies Report for Their Corporate Social Responsibility Practices on Their Corporate Websites? Evidence from a Global Airline Company”, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11/3, s. 385-405.
- Oltean, F. D., Gabor, M. R., Conțiu, L. C. (2014). “Relation between Information Technology and Performance: An Empirical Study Concerning the Hotel Industry in Mures County”, *Procedia Economics and Finance*, 15, s. 1535-1542.
- Onurlubaş, E., Gümüş, N. (2020). “Kargo Firmalarının Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti üzerine Etkisinin SERVQUAL Ölçeği ile İncelenmesi”, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9/1, s. 30-46.
- Orcan, F. (2020). “Parametric or Non-Parametric: Skewness to Test Normality for Mean Comparison”, *International Journal of Assessment Tools in Education*, 7/2, s. 255-265.
- Organ, A., Tekin, B. (2019). “Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarında Hizmet Kalitesi Ölçümü: Denizli İli Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11/1, s. 1-20.
- Ömeroğlu, M. (2020). *Yenilenebilir Enerjinin Sürdürülebilirlik üzerindeki Rolü*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Önal, D. A., Özbük, R. M. Y., Akıncı, S. (2019). “Hastanelerin Hizmet Kalitesi Ölçümüne Alternatif Bir Yaklaşım”, *International Review of Economics and Management*, 7/1, s. 28-48.
- Önder, Ş. (2017). “İşletme Kârlılığına Kurumsal Sürdürülebilirliğin Etkisi: BİST’te bir Uygulama”, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19/4, s. 937-956.
- Özçelik, F. (2013). “Sürdürülebilirlik Performans Karnesi”, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 8/30, s. 4985-5008.
- Özdarak, E. (2021). *Impact of Corporate Sustainability Reporting on Firm Performance/Investor Decisions-Evidence from Turkey*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özel, N. (2011). “Toplam Kalite Yönetiminin Kavramsal Boyutu: Kalitenin Düşünsel Temelleri üzerine bir İnceleme”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6/1, s. 341-354.
- Özgül, A. (2018). *Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Muhasebe*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öztel, A., Köse, M. S., Aytekin, İ. (2012). “Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Ölçümü için Çok Kriterli bir Çerçeve: Henkel Örneği”, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1/4, s. 32-44.

- Öztürk, V. (2019). *SERVPERF Yöntemiyle Ölçülen Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine ve Müşteri Sadakatine Etkisi: Hazır Giyim Perakendeciliği Sektöründe Bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49/4, s. 41-50.
- Parker, J. D. A., Bagby, R. M., Summerfeldt, L. J. (1993). "Notes and Shorter Communications: Confirmatory Factor Analysis of the Revised NEO Personality Inventory", *Personality and Individual Differences*, 15/4, s. 463-466.
- Paşaoğlu, P. (2011). *Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*, (Basılmamış Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Pather, K. L. (2007). *An Evaluation of the Quality of Service within Barclays Retail Banking Mauritius*, (Master Thesis in Business Administration (MBA)), University of Johannesburg South Africa, Faculty of Economic and Management Sciences.
- Patzelt, H., Shepherd, D. A. (2011). "Reconizing Opportunities for Sustainable Development", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35/4, s. 631-652.
- Pekkaya, M., Akıllı, F. (2013). "Havayolu Hizmet Kalitesinin SERVPERF-SERVQUAL Ölçeği ile Değerlendirilmesi ve İstatistiksel Analizi", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9/1, s. 75-96.
- Pemberton, C. L. A. (2012). "A 'How-to' Guide for the Education Thesis/Dissertation Process", *Kappa Delta Pi Record*, 48/2, s. 82-86.
- Phillips, R., Freeman, R. E., Wicks, A. C. (2003): "What Stakeholder Theory is not?", *Business Ethics Quarterly*, 13/4, s. 479-502.
- Plackett, R. L. (1983). "Karl Pearson and Chi-Squared Test", *International Statistical Review*, 51/1, s. 59-72.
- Polat, D. D. (2008). "Paydaş Teorisi Çerçevesinde Otel İşletmelerinin Seyahat Acenteleri ile İlişkileri ve Otel İşletmelerinin Performansı arasındaki İlişkiye Yönelik bir Araştırma", *Yönetim Dergisi*, 19/61, s. 91-112.
- Polyakova, O., Mirza, M. T. (2016). "Service Quality Models in the Context of the Fitness Industry", *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6/3, s. 360-382.
- Price, J. H., Murnan, J. (2004). "Research Limitations and the Necessity of Reporting Them", *American Journal of Health Education*, 35/2, s. 66-67.
- Prince, M. (2008). "Measurement Validity in Cross-Cultural Comparative Research", *Epidemiologia e Psichiatria Sociale*, 17/3, s. 211-220.
- Quester, P. G., Romaniuk, S. (1997). "Service Quality in the Australian Advertising Industry: A Methodological Study", *The Journal of Services Marketing*, 11/3, s. 180-192.

- Ramanathan, U., Win, S., Wien, A. (2018). "A SERVQUAL Approach to Identifying the Influences of Service Quality on Leasing Market Segment in the German Financial Sector", *Benchmarking: An International Journal*, 25/6, s. 1935-1955.
- Rasch, D., Kubinger, K. D., Moder K. (2009). "The Two-Sample t Test: Pre-Testing Its Assumptions does not Pay off", *Statistical Papers*, 52/1, s. 219-231.
- Ravichandran, K., Kumar, A., Venkatesan, N. (2012). "Students' Perception on Service Quality", *International Academic Research Journal of Business and Management*, 1/1, s. 23-38.
- Razali, N. M., Wah, Y. B. (2011). "Power Comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling Tests", *Journal of Statistical Modeling Analytics*, 2/1, s. 21-33.
- Redclift, M. (2005). "Sustainable Development (1987-2005): An Oxymoron Comes of Age", *Sustainable Development*, 13/4, s. 212-227.
- Reeves, C. A., Bednar, D. A. (1994). "Defining Quality: Alternatives and Implications", *Academy of Management Review*, 19/3, s. 419-445.
- Reise, S. P., Widaman, K. F., Pugh, R. H. (1993). "Confirmatory Factor Analysis and Item Response Theory: Two Approaches for Exploring Measurement Invariance", *Psychological Bulletin*, 114/3, s. 552-566.
- Richter, U. H., Dow, K. E. (2017). "Stakeholder Theory: A Deliberative Perspective", *Business Ethics: The Environment & Responsibility*, 26/4, s. 428-442.
- Rigdon, E. E. (1996). "CFI versus RMSEA: A Comparison of Two Fit Indexes for Structural Equation Modeling", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 3/4, s. 369-379.
- Rosander, P., Bäckström, M., Stenberg, G. (2011). "Personality Traits and General Intelligence as Predictors of Academic Performance: A Structural Equation Modelling Approach", *Learning and Individual Differences*, 21/5, s. 590-596.
- Rosenfeld, J. P., Olson, J. M. (2021). "Bayesian Data Analysis: A Fresh Approach to Power Issues and Null Hypothesis Interpretation", *Applied Psychophysiology and Biofeedback*, 46/2, s. 135-140.
- Ross, P. T., Zaidi, N. L. B. (2019). "Limited by Our Limitations", *Perspectives on Medical Education*, 8/4, s. 261-264.
- Roy, S. C., Saha P. K. (2015). "Customer Perception of Banking Service Quality: A Study on Jamuna Bank Limited in Sylhet City", *European Journal of Business and Management*, 7/20, s. 1-8.
- Roy, S., Sivakumar, K. (2014). "Which Controls are Better for Service Outsourcing? Integrating Service-Dominant Logic and Service Characteristics", *Academy of Marketing Science*, 4/3-4, s. 45-62.
- Rucci, A. J., Tweney, R. D. (1980). "Analysis of Variance and the 'Second Discipline' of Scientific Psychology: A Historical Account", *Psychological Bulletin*, 87/1, s. 166-184.

- Russell, D. W., Kahn, J. H., Spoth, R., Altmaier, E. M. (1998). "Analyzing Data from Experimental Studies: A Latent Variable Structural Equation Modeling Approach", *Journal of Counseling Psychology*, 45/1, s. 18-29.
- Russell, J. A. (1978). "Evidence of Convergent Validity on the Dimensions of Affect", *Journal of Personality and Social Psychology*, 36/10, s. 1152-1168.
- Sánchez-Hernández, M. I., Vázquez-Burguete, J. L., García-Miguélez, M. P., Lanero-Carrizo, A. (2021). "Internal Corporate Social Responsibility for Sustainability", *Sustainability*, 13/14, s. 7920-7933.
- Saban, M., Küçüker, H., Küçüker, M. (2017). "Kurumsal Sürdürülebilirlik ile İlgili Raporlama Çerçeveleri ve Sürdürülebilir Raporlamada Muhasebenin Rolü", *İşletme Bilimi Dergisi*, 5/1, s. 101-115.
- Saeid, A. M. A. (2020). *Hizmet Kalitesi, Sınırsız İyileşme ve Örgüt Performansı İlişkisi: Libya Devlet Belge Arşiv İdaresinde Bir Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Sak, A. F., Dalgıç, H. (2020). "Kurumsal Sürdürülebilirliğin Firmaların Finansal Performansına Etkisi: BİST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksindeki Firmalar Üzerine Bir Araştırma", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 85, s. 173-186.
- Saleem, M., Hussain, A., Ahmad, S. (2017). "Identification of Gaps in Service Quality in Higher Education", *Bulletin of Education and Research*, 39/2, s. 171-182.
- Sarkis, J., Zhu, Q. (2017). "Environmental Sustainability and Production: Taking the Road Less Travelled", *International Journal of Production Research*, 56/1-2, s. 743-759.
- Sawilowsky, S. S., Blair, R. C. (1992). "A More Realistic Look at the Robustness and Type II Error Properties of the t-Test to Departures from Population Normality", *Psychological Bulletin*, 111/2, s. 352-360.
- Sawyer, S. F. (2009). "Analysis of Variance: The Fundamental Concepts", *The Journal of Manual & Manipulative Therapy*, 17/2, s. 27-38.
- Schlattmann, P., Dirnagl, U. (2010). "Statistics in Experimental Cerebrovascular Research: Comparison of more than Two Groups with a Continuous Outcome Variable", *Journal of Cerebral Blood Flow & Metabolism*, 30/9, s. 1558-1563.
- Schlör, H., Fischer, W., Hake, J. F. (2012). "The History of Sustainable Development and the Impact of the Energy System", *International Journal of Sustainable Society*, 4/4, s. 317-335.
- Schober, P., Vetter, T. R. (2019). "Two-Sample Unpaired t Tests in Medical Research", *Anesthesia & Analgesia*, 129/4, s. 911.
- Serin, P. (2022). *Lojistik İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Boyutlarının Tedarik Zinciri Yönetim Becerileri ile İş Performansı arasındaki İlişkideki Aracı Rolünün İncelenmesi: TR63 Bölgesinde Bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

- Sevimli, S. (2006). *Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü üzerine bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Shashi, S., Cerchione, R., Centobelli, P., Shabani, A. (2018). “Sustainability Orientation, Supply Chain Integration and SMEs Performance: A Casual Analysis”, *Benchmarking: An International Journal*, 25/9, s. 3679-3701.
- Sheehy, B., Farneti, F. (2021). “Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Deveelopment and Corporate Sustainability: What is the Difference and does It Matter?”, *Sustainability*, 13/11, s. 5965-5981.
- Shelby, L. B. (2011). “Beyond Cronbach’s Alpha: Considering Confirmatory Factor Analysis and Segmentation”, *Human Dimensions of Wildlife*, 16/2, s. 142-148.
- Shi, D., Maydeu-Olivares, A. (2020). “The Effect of Estimation Methods on SEM Fit Indices”, *Educational and Psychological Measurement*, 80/3, s. 421-445.
- Shreenivasan, K. A., Thiyagarajan, S., Kasthuri, A. R., Abinaya, J. V. (2018). “Customer Perception of Service Quality in the Insurance Sectors”, *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119/10, s. 1307-1316.
- Silvestre, B. S., Tırca, D. M. (2019). “Innovations for Sustainable Development: Moving toward a Sustainable Future”, *Journal of Cleaner Production*, 208, s. 325-332.
- Song, H., Ruan, W., Park, Y. (2019). “Effects of Service Quality, Corporate Image and Customer Trust on the Corporate Reputation of Airlines”, *Sustainability*, 11/12, s. 3302-3315.
- Soy, D. (2019). *Kamu ve Özel Banka Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Algularının Karşılaştırılması: Bandırma Örneği*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bandırma.
- Söylemez, A. (2017). *Yerel Yönetimlerde Hizmet Kalitesi ve Kurumsal Kapasitesinin Değerlendirilmesi*, (Basılmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Spirtes, P., Richardson, T., Meek, C., Scheines, R., Glymour, C. (1998). “Using Path Diagrams as a Structural Equation Modeling Tool”, *Sociological Methods & Research*, 27/2, s. 182-225.
- Srivastava, K., Sharma, N. K. (2013). “Service Quality, Corporate Brand Image and Switching Behavior: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Repurchase Intention”, *Services Marketing Quarterly*, 34/4, s. 274-291.
- Stahle, L., Wold, S. (1989). “Analysis of Variance (ANOVA)”, *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 6/4, s. 259-272.
- Stamm, C. L., Safrit, M. J. (1975). “Comparison of Significance Tests for Repeated Measures ANOVA Design, Research Quarterly”, *American Alliance for Health, Physical Education and Recreation*, 46/4, s. 403-409.
- Steiger, J. H. (2007). “Understanding the Limitations of Global Fit Assessment in Structural Equation Modeling”, *Personality and Individual Differences*, 42/5, s. 893-898.

- Steinmetz, H., Schmidt, P., Tina-Booh, A., Wieczorek, S., Schwartz, S. H. (2008). "Testing Measurement Invariance Using Multigroup CFA: Differences between Educational Groups in Human Values Measurement", *Quality & Quantity*, 43/4, s. 599-616.
- Stewart, H., Hope, C., Muhlemann, A. (1998). "Professional Service Quality: A Step Beyond Other Services?", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5/4, s. 209-222.
- Stigler, S. (2008). "Fisher and the 5% Level", *Chance*, 21/4, s. 12-12.
- Stigler, S. M. (1977). "An Attack on Gauss, Published by Legendre in 1820", *Historia Mathematica*, 4/1, s. 31-35.
- Strauss, M. E., Smith, G. T. (2009). "Construct Validity: Advances in Theory and Methodology", *Annual Review of Clinical Psychology*, 5/1, s. 1-25.
- Streiner, D. L. (2006). "Building a Better Model: An Introduction to Structural Equation Modelling", *The Canadian Journal of Psychiatry-Research Methods in Psychiatry*, 51/5, s. 317-324.
- Strenitzerová, M., Gaňa, J. (2018). "Customer Satisfaction and Loyalty as a Part of Customer-Based Corporate Sustainability in the Sector of Mobile Communications Services", *Sustainability*, 10/5, s. 1657-1673.
- Strunk, K. K., Mwavita, M. (2022). *Design and Analysis in Educational Research Using Jamovi: ANOVA Designs*, Routledge: Taylor & Francis Group, England.
- Sudman, S., Blair, E. (1999). "Sampling in the Twenty-First Century", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27/2, s. 269-277.
- Sulkowski, A. J., Edwards, M., Freeman, R. E. (2018). "Shake Your Stakeholder: Firms Leading Engagement to Cocreate Sustainable Value", *Organization & Environment*, 31/3, s. 223-241.
- Şahin, A., Şen, S. (2017). "Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti üzerine Etkisi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10/52, s. 1176-1184.
- Şahin, K. (2013). "Cinsiyete Göre Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi üzerine bir Çalışma", *Lefke Avrupa Üniversitesi: Sosyal Bilimler Dergisi*, 4/1, s. 34-48.
- Şen, H., Kaya, A., Alpaslan, B. (2018). "Sürdürülebilirlik üzerine Tarihsel ve Güncel bir Perspektif", *Ekonomik Yaklaşım*, 29/107, s. 1-47.
- Şimşek, G. G. (2016). "First and Second Order Confirmatory Factor Models with Service and Product Quality Perceptions of Supermarket Customers: An Empirical Investigation", *Alphanumeric Journal*, 4/2, s. 115-145.
- Taasoobshirazi, G., Wang, S. (2016). "The Performance of the SRMR, RMSEA, CFI and TLI: An Examination of Sample Size, Path Size and Degrees of Freedom", *Journal of Applied Quantitative Methods*, 11/3, s. 31-40.
- Talih, D., Gülenç, İ. F. (2011). "Eğitim Sektöründe Hizmet Kalitesi Algılamalarına İlişkin Yabancı Dil Kurumlarında bir Araştırma", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13/2, s. 261 – 284.

- Tanaka, J. S., Huba, G. J. (1985). "A Fit Index for Covariance Structure Models under Arbitrary GLS Estimation", *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38/2, s. 197-201.
- Taner, B., Kaya, İ. (2005). "Toplam Kalite Yönetimi'nin Başarıyla Uygulanma Esasları-Bir Hizmet İşletmesi Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14/1, s. 353-362.
- Tanguma, J. (2001). "Effects of Sample Size on the Distribution of Selected Fit Indices: A Graphical Approach", *Educational and Psychological Measurement*, 61/5, s. 759-776.
- Tarı, A. (2021). *Okul Öncesi Öğretmenlerinin Çevresel Sürdürülebilirlik hakkındaki Görüşlerinin İncelenmesi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.
- Tarsi, K., Tuff, T. (2012). "Introduction to Population Demographics", *Nature Education Knowledge*, 3/11, s. 1-9.
- Taşkırmaz, M., Bal, C. G. (2017). "Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal İtibar arasındaki İlişki: Borsa İstanbul", *Yönetim ve Ekonomi*, 24/2, s. 469-483.
- Taticchi, P., Demartini, M. (2021). *Corporate Sustainability in Practice: A Guide for Strategy Development and Implementation*, Springer, Switzerland.
- Tavakol, M., Dennick, R. (2011). "Making Sense of Cronbach's Alpha", *International Journal of Medical Education*, 2, s. 53-55.
- Tavşancıl, E. *Temel İstatistik: Varyans Analizi I*, (PDF), Ankara Üniversitesi, <https://124.im/pbP> (Erişim: 01.12.2022)
- Tekin, Ö. A., Kalkan, G., Duman, H. (2014). "Hizmet Kalitesinin Önem-Performans Analizi ile Ölçülmesi: Üniversite Sosyal Tesislerinin Konaklama Üniteleri üzerinde bir Uygulama", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7/31, s. 751-770.
- Tekin, Z. (2017). "Pazarlama Etiğinde Makyavelizm", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10/50, s. 814-821.
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., Karvounis, S. (2013). "Predicting Spectators' Behavioural Intentions in Professional Football: The Role of Satisfaction and Service Quality", *Sport Management Review*, 16/1, s. 85-96.
- Theofanidis, D., Fountouki, A. (2018). "Limitations and Delimitations in the Research Process", *Perioperative Nursing*, 7/3, s. 155-163.
- Ticaret Bakanlığı\_1. (2022). Ticaret Bakanlığı Websitesi. <https://124.im/hYiUNK> (Erişim: 01.12.2022).
- TOBB (2016). *Oda ve Borsalar için Akreditasyon Kılavuzu: Akreditasyon Standardı 2016*, Ankara.
- TOBB\_1. (2022). TOBB Websitesi. <https://124.im/kCftg4> (Erişim: 01.12.2022).

- Tomarken, A. J., Waller, N. G. (2005). "Structural Equation Modeling: Strengths, Limitations and Misconceptions", *Annual Review of Clinical Psychology*, 1/1, s. 31-65.
- Tomas, J. M., Oliver, A. (1999). "Rosenberg's Self-Esteem Scale: Two Factors or Method Effects", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6/1, s. 84-98.
- Tong, X., Bentler, P. M. (2013). "Evaluation of a New Mean Scaled and Moment Adjusted Test Statistic for SEM", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 20/1, s. 148-156.
- Topal, B., Şahin, H., Topal, B. (2019). "Belediye Hizmetlerinden Memnuniyetin Ölçülmesine Yönelik bir Araştırma: Simav Belediyesi Örneği", *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/15, s. 5-13.
- Trachtman, J. N., Giambalvo, V., Dippner, R. S. (1978). "On the Assumptions Concerning the Assumptions of a t-Test", *The Journal of General Psychology*, 99/1, s. 107-116.
- Tuna, A. A., Can, İ., Doğan, İ. (2020). "Kişilik Tiplerinin Banka Hizmet Kalitesi Algısı Üzerindeki Etkisi", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24/1, s. 471-494.
- Tuna, Ö. (2014). *Kurumsal Sürdürülebilirlik Yaklaşım ve Uygulamaları: KOBİ'lere Yönelik bir Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Tuncer, İ. (2017). *Algılanan Hizmet Kalitesi, Algılanan Değer, Müşteri Memnuniyeti ve Davranışsal Niyet arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Yiyecek İçecek İşletmelerinde bir Uygulama*, (Basılmamış Doktora Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Turan, A. H., Şenkayas, H., Başaloğlu, C. (2008). "Altı Sigma'nın KOBİ'lerde Farkındalığı, Ayırt Edici Faktörler ve Uygulama Karakteristikleri: Aydın İlinde Ampirik bir Değerlendirme", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10/2, s. 57-78.
- Turner, G. M. (2008). "A Comparison of the Limits to Growth with 30 Years of Reality", *Global Environmental Change*, 18/3, s. 397-411.
- Tüm, K. (2014). "Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi", *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5/1, s. 58-81.
- Türk, Z., Çakır, F. (2019). "ECOSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ile Ekoturistlerin Çevresel Tutum ve Davranışları arasındaki İlişki: Ekoçiftliklerde Bir Uygulama", *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10/17, s. 226-256.
- Tüyen, Z. (2020). "İşletmelerde Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirliği Etkileyen Etmenler", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19/37, s. 91-117.
- Uzkesici, N. (2005). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmelerde Paydaş Beklentilerinin Karşılanmasında Yeni Fırsatlar ve Tuzaklar", *Kurgu*, 21/1, s. 69-84.



- Uzunçakmak, M. (2021). *Şehir Hastanelerinde Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesine Yönelik bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Valentinov, V., Roth, S., Will, M. G. (2019). “Stakeholder Theory: A Luhmannian Perspective”, *Administration & Society*, 51/5, s. 826-849.
- Vallance, S., Perkins, H. C., Dixon, J. E. (2011). “What is Social Sustainability? A Clarification of Concepts”, *Geoforum*, 42/3, s. 342-348.
- Van Saane, N., Sluiter, J. K., Verbeek, J. H. A. M., Frings-Dresen, M. H. W. (2003). “Reliability and Validity of Instruments Measuring Job Satisfaction-A Systematic Review”, *Occupational Medicine*, 53/3, s. 191-200.
- Vargo, S. L., Lusch, R. F. (2004). “The Four Service Marketing Myths: Remnants of A Goods-Based, Manufacturing Model”, *Journal of Service Research*, 6/4, s. 324-335.
- Vaske, J. J., Beaman, J., Sponarski, C. C. (2016). “Rethinking Internal Consistency in Cronbach’s Alpha”, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 39/2, s. 163-173.
- Virvilaite, R., Daubaraite, U. (2011). “Corporate Social Responsibility in Forming Corporate Image”, *Inzinerine Ekonomika – Engineering Economics*, 22/5, s. 534-543.
- Webster, C. (1989). “Can Consumers be Segmented on the Basis of Their Service Quality Expectations?”, *The Journal of Services Marketing*, 3/2, s. 35-53.
- Weissgerber, T. L., Milic, N. M., Winham, S. J., Garovic, V. D. (2015). “Beyond Bar and Line Graphs: Time for a New Data Presentation Paradigm”, *PLOS Biology*, 13/4, s. 1-10.
- Westen, D., Rosenthal, R. (2003). “Quantifying Construct Validity: Two Simple Measures”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84/3, s. 608-618.
- Weston, R., Gore, P. A. (2006). “A Brief Guide to Structural Equation Modeling”, *The Counseling Psychologist*, 34/5, s. 719-751.
- Wichaisri, S., Sopadang, A. (2018). “Trends and Future Directions in Sustainable Development”, *Sustainable Development*, 26/1, s. 1-17.
- Wicks, A. M., Roethlein, C. J. (2009). “A Satisfaction-Based Definition of Quality”, *The Journal of Business and Economic Studies*, 15/1, s. 82-97.
- Widaman, K. F., Ferrer, E., Conger, R. D. (2010). “Factorial Invariance within Longitudinal Structural Equation Models: Measuring the Same Construct Across Time”, *Child Development Perspectives*, 4/1, s. 10-18.
- Widok, A. (2009). “Social Sustainability: Theories, Concepts, Practicability”, *Conference on Environmental Informatics*, s. 43-51.
- Wikarsa, L., Angdresey, A. (2021). “Using Technology Acceptance Model to Evaluate the Utilization of Kolintang Instruments Application”, *Jurnal Pekommas*, 6/1, s. 33-41.

- Wilcox, R. R. (1995). "ANOVA: The Practical Importance of Heteroscedastic Methods, Using Trimmed Means versus Means and Designing Simulation Studies", *British Journal of Mathematical and Statistical and Statistical Psychology*, 48/1, s. 99-114.
- Williams, L. J., Vandenberg, R. J., Edwards, J. R. (2009). "Structural Equation Modeling in Management Research: A Guide for Improved Analysis", *Academy of Management Annals*, 3/1, s. 543-604.
- Wilson, J. P. (2015). "The Triple Bottom Line: Undertaking an Economic, Social and Environmental Retail Sustainability Strategy", *International Journal of Retail & Distribution*, 43/4-5, s. 432-447.
- Wirtz, J., Holmqvist, J., Fritze, M. P. (2020). "Luxury Services", *Journal of Service Management*, 31/4, s. 665-691.
- Wolgemuth, J. R., Hicks, T., Agosto, V. (2017). "Unpacking Assumptions in Research Synthesis: A Critical Construct Synthesis Approach", *Educational Researcher*, 46/3, s. 131-139.
- Woodall, T. (2001). "Six Sigma and Service Quality: Christian Grönroos Revisited", *Journal of Marketing Management*, 17/5-6, s. 595-607.
- Wyckham, R. G., Fitzroy, P. T., Mandry, G. D. (1975). "Marketing of Services: An Evaluation of the Theory", *European Journal of Marketing*, 9/1, s. 59-67.
- Yağcı, M. İ., Duman, T. (2006). "Hizmet Kalitesi – Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7/2, s. 218-238.
- Yalçın, E. (2021). "Sürdürülebilirlik ve İşletmelerin Sürdürülebilirlik Raporlarında İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamaları", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8/4, s. 30-45.
- Yayla, H. E., Cengiz, E. (2006). "Muhasebe Bürolarında Algılanan Hizmet Kalitesi ve Mükelleflerin Tatmin Düzeylerine Yönelik Yapısal bir Model Önerisi-II", *The Journal of Accounting and Finance*, 31, s. 175-183.
- Yazıcı, S. (2010). "Towards Corporate Sustainability: The Link between Business Ethics, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility", *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 43, s. 1-17.
- Yelkikalan, N., Köse, C. (2012). "The Effects of the Financial Crisis on Corporate Social Responsibility", *International Journal of Business and Social Science*, 3/3, s. 292-300.
- Yener, S. (2018). "Sosyal Bilimlerde Kuramın Rolü", *Social Sciences Research Journal*, 7/3, s. 102-113.
- Yenidoğan, A. (2021). *Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Finansal Performans üzerine Etkisi: Konaklama İşletmelerinde bir Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yıldırım, C. (2019). "The Development of Service Sector in Turkey After 2001 Crisis", *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19/2, s. 347-363.

- Yıldırım, C., Şafaklı, O. V. (2016). “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçülmesi: Lefke Belediyesi Örneği”, *Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/2, s. 100-116.
- Yılmaz, V. (2019). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Döngüsel Ekonominin Bibliyometriği”, *Enderun Dergisi*, 3/2, s. 60-72.
- Yolcu, M. A., Aça, M. (2019). “Geleneksel Ekolojik Bilgi ve Folklor”, *Folklor/Edebiyat*, 25/100, s. 861-871.
- Yousapronpaiboon, K. (2014). “SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, s. 1088-1095.
- Yuan, K. H. (2005). “Fit Indices versus Test Statistics”, *Multivariate Behavioral Research*, 40/1, s. 115-148.
- Yuan, K. H., Bentler, P. M. (2004). “On Chi-Square Difference and z Tests in Mean and Covariance Structure Analysis When the Base Model is Misspecified”, *Educational and Psychological Measurement*, 64/5, s. 737-757.
- Yuan, K. H., Bentler, P. M., Zhang, W. (2005). “The Effect of Skewness and Kurtosis on Mean and Covariance Structure Analysis: The Univariate Case and Its Multivariate Implication”, *Sociological Methods & Research*, 34/2, s. 240-258.
- Yuen, K. F., Thai, V. V., Wong, Y. D., Wang, X. (2018). “Interaction Impacts of Corporate Social Responsibility and Service Quality on Shipping Firms’ Performance”, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 113A, s. 397-409.
- Yumuşak, N. U. (2006). *Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yüksel, M., Önaçan, M. B. K. (2018). “Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türkiye’de Deniz Yolcu Taşımacılığında bir Uygulama”, *Beykoz Akademi Dergisi*, 6/2, s. 20-38.
- Zabell, S. L. (2008). “On Student’s 1908 Article ‘The Probable Error of a Mean’”, *Journal of the American Statistical Association*, 103/481, s. 1-7.
- Zimmerman, D. W. (1998). “Invalidation of Parametric and Nonparametric Statistical Tests by Concurrent Violation of Two Assumptions”, *The Journal of Experimental Education*, 67/1, s. 55-68.
- Zubko, Y. (2021). *Green Economy and Sustainable Development in Transition Economies, Case Study: Ukraine*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

## **EKLER**

**EK-1. Anket Formu****ANKET FORMU**

Değerli katılımcı;

Elinizdeki anket formu yalnız bilimsel bir çalışma için kullanılacak olup, elde edilen bulgular hiçbir kurum ya da kişiye verilmeyecektir. Aşağıdaki sorulara ne kadar samimi, ciddi, dikkatli ve gerçekçi cevaplar verirseniz araştırmamızın geçerliliği ve güvenilirliği o oranda artacaktır. Değerli katılımlarınız için şimdiden teşekkürlerimi sunarım.

**Bilge Tekin**  
**Pamukkale Üniversitesi**  
**Genel İşletme Doktora Programı Öğrencisi**

<b>BÖLÜM 1: Lütfen aşağıdaki ifadelerde sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.</b>	
<b>Cinsiyetiniz</b>	(1) Kadın (2) Erkek
<b>Yaşınız</b>	(1) 20 – 30 (2) 31 – 40 (3) 41 – 50 (4) 51 – 60 (5) 61 yaş ve üzeri
<b>Eğitiminiz</b>	(1) İlköğretim (2) Lise (3) Ön Lisans (4) Lisans (5) Lisansüstü
<b>Sektörünüz</b>	(1) Üretim Sektörü (2) Hizmet Sektörü
<b>Üyesi olduğunuz kurum</b>	(1) Ticaret ve Sanayi Odası (2) Ticaret Odası (3) Sanayi Odası (4) Ticaret Borsası
<b>Oda/Borsaya üyelik süreniz</b>	(1) 0 – 10 yıl (2) 11 – 20 yıl (3) 21 – 30 yıl (4) 31 – 40 yıl (5) 41 yıl ve üzeri
<b>Oda/Borsa meclisinde görev süreniz</b>	(1) 0 – 4 yıl (2) 5 – 8 yıl (3) 9 – 12 yıl (4) 13 – 16 yıl (5) 17 yıl ve üzeri
<b>Oda/Borsanın bulunduğu bölge</b>	(1) Akdeniz Bölgesi (2) Doğu Anadolu Bölgesi (3) Ege Bölgesi (4) Güneydoğu Anadolu Bölgesi (5) İç Anadolu Bölgesi (6) Marmara Bölgesi (7) Karadeniz Bölgesi

EK-1. Anket Formu *devamı*

## ANKET FORMU

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK*					
<b>BÖLÜM 2: Lütfen aşağıdaki ifadelerle ilgili görüşlerinizi sizin için uygun olan seçeneği seçerek belirtiniz.</b> (5:Kesinlikle katılıyorum, 4:Katılıyorum, 3:Kararsızım, 2:Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum)					
1. Devlet teşvikleri (Kalkınma Ajansı, KOSGEB, Bakanlık destekleri vb.) işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliği için gereklidir.	1	2	3	4	5
2. Her işletme kısa dönemli kâr odaklı olmak yerine, çalışmalarını gelecekte de sürdürmek için sürdürülebilirlik yol haritasına sahip olmalıdır.	1	2	3	4	5
3. İşletmeler, departmanları bazında yıllık büyüme rakamları belirlemeli ve ekipler bu hedefler için çalışmalıdır.	1	2	3	4	5
4. İşletme içi evrak ve belge dolaşımı, imza ve fatura hareketleri dijital ortama taşınarak kâğıt israfının önüne geçilmelidir	1	2	3	4	5
5. İşletmeler yıllık tasarruf hedeflerini (enerji, su vb.) çalışanlarıyla birlikte belirlemeli, kurum olarak onaylamalı ve uygulamalıdır.	1	2	3	4	5
6. Sürdürülebilirlik gayesiyle geliştirilen yeni uygulamalar, işletme giderlerinde tasarruf sağlayarak maliyetleri azaltır.	1	2	3	4	5
7. İşletmeler, çalışanlarının yıllık eğitim ihtiyaç analizlerini yaparak onların mesleki ve kariyer gelişimlerini desteklemelidir.	1	2	3	4	5
8. Çalışanların iş dışında sosyalleşmeleri için işletme yıllık faaliyet takvimi oluşturmali ve çalışan motivasyon artırımı hedeflenmelidir.	1	2	3	4	5
9. Çalışan bağlılığı ve kurumsal aidiyeti pekiştirecek yan hak, sosyal yardım vb. uygulamalar dolaylı olarak şirket verimliliğini artırır.	1	2	3	4	5
10. İşletmeler, konumlandıkları bölge ve bölge halkının kültür ve refah düzeyini etkileyecek çalışma ve projelere katılım göstermelidir.	1	2	3	4	5
11. İşletmeler çalışanlarına, çevre, işletme politikaları, etik ilkeler, insan hakları ve iş gücü uygulamaları konusunda şahsi öneri ve şikayetlerini dile getirebildikleri bir platform ve sistem sunmalıdır.	1	2	3	4	5
12. İşletmeler çalışan verimliliğini artırmak için adil olduğuna inanılan performans yönetim ve ücretlendirme sistemlerine sahip olmalıdır.	1	2	3	4	5
13. Toplum ve insanlığa olan sorumlulukları nedeniyle işletmeler, faaliyetlerini sürdürülebilir kılmalıdır.	1	2	3	4	5
14. İşletme, çalışanlar arası iletişimin güçlendirilmesini teşvik etmeli, ekip çalışması becerilerini geliştirmelidir.	1	2	3	4	5
15. İşbaşı yapan personelin mesleğe ve işletme kültürüne uyumu için oryantasyon programları düzenlenmelidir.	1	2	3	4	5

EK-1. Anket Formu *devamı*

## ANKET FORMU

16. Kişiler, dil, din, cinsiyet, dünya görüşü ve tercihleri yönünden kendilerine özgürlük tanınan ve bu tercihlerine saygı gösterilen bir çevrede çalışma hakkına sahiptir.	1	2	3	4	5
17. Yenilenebilir temiz enerji kaynaklarına yatırım yapmak ekolojik olduğu kadar ekonomik sürdürülebilirliğe de katkı sağlar.	1	2	3	4	5
18. Biyolojik çeşitliliğin devamı için doğal yaşama zarar veren her müdahale (yeşil alanlara tesis kurulumu, işletme atıklarının boşaltılması vb.) engellenmelidir.	1	2	3	4	5
19. Sürdürülebilir bir çevre için faaliyetlerde bulunan resmi ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları desteklenmelidir.	1	2	3	4	5
20. İşletmeler, hizmet ve ürün alımlarında ve tedarikçi seçiminde ekolojik sertifikaları olan işletmelere öncelik vermelidir.	1	2	3	4	5
21. İşletmelerin, oluşan çevre sorunları, iklim değişikliği gibi ekolojik faktörlerin ekonomi üzerindeki etkileri, oluşturduğu risk ve fırsatları değerlendirebilmesi için kurumsal öğrenme zorunludur.	1	2	3	4	5
22. İşletmeler, kendi kurumlarında benimsedikleri etik ilkelerden sorumlu olmakla beraber, birlikte çalışılan kişi ve kurumların etik ilkelerinden de sorumludur.	1	2	3	4	5
23. İşletmeler, faaliyetleri ve uzun vadeli etkileri kapsamında birincil paydaşlarına (hissedar, çalışan, yönetici, müşteri, tedarikçi vb.) ve ikincil paydaşlarına (hükümet, STK, rakipleri ve diğer ticari kuruluşlar) karşı sorumludur.	1	2	3	4	5
24. İşletmelerin ve onların paydaşlarının faaliyetlerinin etkinliği, verimliliği, yasal mevzuat, politika, yönetmelik ve prosedürlere uyulup uyulmadığı düzenli aralıklarla denetlenmelidir.	1	2	3	4	5
25. İşletmelerin, faaliyetleri hakkında şeffaf ve hesap verebilir bir tutumla "sürdürülebilirlik raporlaması" yaparak birincil ve ikincil paydaşlarını bilgilendirme yükümlülüğü vardır.	1	2	3	4	5

\*Shashi vd. (2018) tarafından geliştirilen ve Fidanoğlu (2021: 69)'nun çalışmasında kullanmış olduğu 'Kurumsal Sürdürülebilirlik Oryantasyonu Ölçeği' ile, Hahn ve Scheermesse (2006: 154), Aksoy (2013: 175), Tuna (2014: 184) ve Ayrıl (2021: 184)'ın çalışmalarında kullanmış oldukları anketlerden yararlanılarak hazırlanmıştır.

HİZMET KALİTESİ**					
<b>BÖLÜM 3: Lütfen aşağıdaki ifadelerle ilgili görüşlerinizi sizin için uygun olan seçeneği seçerek belirtiniz.</b>					
(5:Kesinlikle katılıyorum, 4:Katılıyorum, 3:Kararsızım, 2:Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum)					
1. Üyesi olduğum oda/borsa modern araç, gereç ve donanımlara (bilgisayar, yazıcı, fotokopi makinası vb.) donanımlara sahiptir.	1	2	3	4	5
2. Üyesi olduğum oda/borsanın fiziksel ortamı (bina, ofis, toplantı odaları vb.) verdikleri hizmete uygundur ve göze hoş görünmektedir.	1	2	3	4	5

EK-1. Anket Formu *devamı*

## ANKET FORMU

3. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli temiz ve düzgün görünüşlüdür.	1	2	3	4	5
4. Üyesi olduğum oda/borsanın hizmetlerine eşlik eden gazete, dergi, broşür vb. materyalleri yeterli düzeyde ve görselliktedir.	1	2	3	4	5
5. Üyesi olduğum oda/borsa vaat ettiği hizmeti söz verdiği zamanda yerine getirir.	1	2	3	4	5
6. Üyesi olduğum oda/borsa, üyenin bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için içtenlikle çaba gösterir.	1	2	3	4	5
7. Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini ilk seferde hatasız olarak sunar.	1	2	3	4	5
8. Üyesi olduğum oda/borsa hizmetlerini olması gereken zamanda sunar.	1	2	3	4	5
9. Üyesi olduğum oda/borsa üyeleriyle ilgili kayıtların hatasız ve eksiksiz tutulmasını sağlar.	1	2	3	4	5
10. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelere sunacağı hizmetin ne zaman yerine getirileceğini üyeleriyle paylaşır.	1	2	3	4	5
11. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin talep ettiği hizmetleri mümkün olan en hızlı şekilde yerine getirir.	1	2	3	4	5
12. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerine yardım etmeye her zaman isteklidir.	1	2	3	4	5
13. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, meşgul olsalar dahi üyelerin taleplerine cevap verirler.	1	2	3	4	5
14. Üyesi olduğum oda/borsanın personelinin davranışları üyelerde güven duygusu uyandırır.	1	2	3	4	5
15. Üyesi olduğum oda/borsanın üyeleri ödeme, bilgi paylaşımı vb. işlemlerde kendilerini güvende hisseder.	1	2	3	4	5
16. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli üyelere karşı her zaman saygılı ve naziktir.	1	2	3	4	5
17. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli üyelerinin sorularına cevap verebilecek bilgi düzeyine sahiptir.	1	2	3	4	5
18. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli her üyeyle tek tek ilgilenir.	1	2	3	4	5
19. Üyesi olduğum oda/borsanın çalışma saatleri üyelerinin müsait olduğu zaman dilimine uygun olacak şekilde ayarlanmıştır.	1	2	3	4	5
20. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli her üyesiyle bireysel olarak ilgilenebilecek personele sahiptir.	1	2	3	4	5
21. Üyesi olduğum oda/borsa üyelerinin çıkarlarını her şeyin üstünde tutar.	1	2	3	4	5
22. Üyesi olduğum oda/borsanın personeli, üyelerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.	1	2	3	4	5

\*\* Cronin ve Taylor (1992) tarafından tasarlanan ve Büyükkelik vd. (2014: 36)'nin çalışmaları için Türkçe'ye uyarladıkları (Tuna vd., 2020: 483) SERVPERF ölçeğinden yararlanılarak hazırlanmıştır.



## ÖZGEÇMİŞ