

ÖRGÜTLERDE GÜVEN ORTAMIN YARATILMASINDA İLK ADIM.....

GÜVENİLİR İNSANLAR KİM ?

Yrd.Doç.Dr.Deniz BÖRÜ

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Son yıllarda işletme yönetiminde yer alamaya başlayan toplumsal/sosyal sermaye kavramı, kavramla çok yakın ilişkisi bulunan güven konusunun da gündeme gelmesine neden olmuştur.

Sosyal sermaye bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hakin olmasından ileri gelen bir yetidir.¹ Güven ise, hem kişiler arası ilişkilerin bir sonucu hem de kültürel ve ahlaki değerlerle, günlük yaşam ve iş deneyimine göre değişen dinamik bir olgu olarak tanımlanabilmektedir. Güven duygusunun geliştiği bir toplumda örgütsel etkinlikler daha sağlıklı ve buna bağlı olarak örgütsel yenilikler de daha başarılı olabilecektir. Çünkü yüksek güven duygusu her türden sosyal ilişkide kendini gösterecektir. Bunun tersine birbirine güvenmeyen insanların oluşturduğu örgütler formal kurallar ve düzenlemeler sistemi şeklinde olacaktır. Hatta bazı durumlarda, sistem onları baskıcı yöntemler kullanarak kendi kurallarına uygun davranmaya zorlayacaktır. Toplumda güvenin yerini alan bu yasal mekanizma, ekonomistlerin “işlem maliyeti” diye adlandırdıkları unsuru kapsar. Diğer bir deyişle toplumdaki yaygın güvensizlik bütün ekonomik aktivitelere bir tür vergi olarak eklenir.²

Douglas Smith “Güvenli bir organizasyon nasıl oluşturulur?” adlı makalesinde toplum içinde sosyal dayanışma ve güven alanlarında yaşanan erozyonun aynısının şirketler düzeyinde de yaşandığını ve bu durumun iş ortamını, üretkenliği ve karları etkilediğini ifade etmektedir.³ Aslında güven sorunu, tüm bunların dışında, şirketler açısından hayatta kalabilmenin yolunu açan yaşamsal bir konu olma özelliğini de taşımaktadır.⁴ Günümüzde, işbirliği sistemleri olarak adlandırdığımız örgütlerde, insanların bir arada aynı amaç için çalışmalarında ve yönetim fonksiyonunu yerine getirebilmelerinde birbirlerine karşılıklı güven duymaları önemli bir olgudur. Bir

¹ Francis Fukuyama, *Güven : Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*, Çev:Ahmet Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara , 1998, s:37.

² A.e.s:39.

³ Douglas Smith, “*Are your Employees bowling alone ? How to build a trusting Organization*”, Harward Management Update, Sep,1998, s:37.

⁴ Garry Dessler, , *Management:Leading People and Organizations in the 21st Century*, Prentice-Hall Int.Inc., Newjersey,1998, s:18-19.

işletmede , birlikte çalışmak zorunda olan insanlar birbirlerine güveniyorlarsa, o işi yürütmenin maliyeti daha az olacaktır. ⁵

Organizasyonların başarısında giderek önem kazanan ve bu alandaki çalışmalarda sıkça ele alınan güven ⁶:

- doğrudan örgütler arası ilişkiler açısından
- kişilerin/müşterilerin örgütlerle olan ilişkileri açısından
- örgüt içerisinde çalışanlar arasındaki ilişkiler açısından incelenmiştir.

Ancak, kavramın tanımı ve ölçümü konusunda yapılan çalışmalar başlangıç aşamasındadır. ⁷

Güven kavramına ilişkin olarak üzerinde görüş birliğine varılan bir tanımlamanın olmadığı görülmektedir. Konu üzerinde yapılan çalışmalar, yaklaşımlarına göre, güven unsurunun farklı yönleri üzerinde durmakta ve amaçları doğrultusunda, ele aldıkları boyutlar çerçevesinde tanımlar vermektedir. Hatta bazı araştırmalarda ⁸ , güven kavramına yönelik pek çok değişik yaklaşım olduğu için, tanımlanmasının güç olduğu belirtilerek tanımı belirsiz bırakılmıştır.

Ancak, Annette Baier'in "Güven ve Güvensizlik" makalesinde "güvenen kimsenin güven kurumuna ilişkin beklentilerinin karşılanması" şeklindeki tanımlaması ile ⁹ Francis Fukuyama 'nın "üyelerinin ortaklaşa paylaştığı normlara dayalı, düzenli, dürüst ve işbirliği yönünde davranan bir toplumda ortaya çıkan beklentiler"¹⁰ tanımlamaları büyük ölçüde kabul görmektedir. Bu tanımlamalarda yer alan; sadece bireyler arası olay ve olgulara dayanmak, samimiyete, yakın arkadaşlığa, dostluğa dayanmak ve herhangi bir dayanağa bağlı hiçbir kural ve düzenleme konularını içermek ¹¹ güven tanımı için önemli noktalar olarak görülmektedir.

Örgütlerde güven konusunda çalışma yapanların büyük oranda üzerinde anlaştıkları nokta güvenin esas itibariyle psikolojik bir olgu olduğudur. ¹²

⁵ Fukuyama, a.g.e., s:38.

⁶ Fatma Küskü, "Yöneten-Yönetilen İlişkisinde Güven : Ampirik Bir İnceleme", Amme İdaresi Dergisi , C:32, S:1, Mart 1999 , s:135.

⁷ L.Edward Glaeser, David Laibson,. José Scheinkman, "Measuring Trust", The Quarterly Journal of Economics , Aug. 2000, v. 115 , no3 , p. 811

⁸ Küskü, a.g.e., s:136.

⁹ Darly Koehn, "Should we trust in trust", American Business Law Journal, Winter 96, V:34, I:2, p: 183-184.

¹⁰ Fukuyama, a.g.e., s:37.

¹¹ Darly Koehn , a.g.e., s: 184.

¹² Roderick M.Kramer, "Trust and distrust in Organizations:Emerging Perspectives , Enduring Questions, Ann.Rev. Psychol, 1999, s:571.

Kavrama ilişkin ortak bir tanım verme, genelleme yapma konusunda yaşanan zorluk yanında , güven unsurunun farklı toplumlar içerisinde toplumun kültürel ve ahlaki değerlerine göre de farklı görünüm ve anlamlar kazandığıdır. Güven, İnsanlararası ilişkilerde kritik bir öneme sahiptir. Farklı örf, adet, gelenek, değer, sembol, din, ideoloji gibi ahlaki ,sosyal ve kültürel olgulara sahip kültürler ve alt kültürler bireyler bazında farklı anlamlar, değerler ve öncelikler taşımaktadır. Örneğin¹³ Tayvan,Hong Kong ve Çin Halk Cumhuriyeti gibi Çin kökenli ailesel toplumlarda , aralarında akrabalık ilişkisi olmayan insanların birbirine güven duymalarına bir gerekçe olmadığı için, genellikle etkinlik kazanmış gönüllü birleşmeler azdır.Yani birbiri ile akrabalık ilişkisi olmayan kişiler arasında güven eksikliği vardır. Oysaki grup yönelimli olan ve geleneksel olarak otoriteye boyun eğmeye değer veren Almanya ve Japonya’da bunun tam tersi , sosyal güvenin yüksek olduğu görülür.

Bu açıdan , güven olgusunun farklı kültürler içerisinde ve farklı yönlerden ele alınarak incelenmesi , konuyu daha da karmaşık hale getirmektedir. Öyleyse, henüz organizasyonel güven konusuna ilişkin uygulamalı çalışmalarda bulunulmadan, kişisel bir olgu olan güven ve güvenli kişi tanımlamaları üzerinde durulması gereklidir. Bu nedenle yapılan çalışmada Türk toplumu içerisinde “Güven” ve “Güvenli İnsan” olgusunu tanımlamaya yönelik ifadelerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çalışma Güven konusunu irdelemek üzere yapmaya başladığımız çalışmalarımızın ilk adımını oluşturmaktadır. Nihai amacımız, özellikle Türk toplumu ve kültürel değerleri içerisinde, örgütlerde güven ortamının nasıl yaratılabildiğini ve insanların birbirlerine güven duydukları örgütlerin nasıl oluşturulabildiğini bulabilmektir. Böylelikle kültürümüzde var olan yönetim uygulamalarını ortaya koyacak araştırmalara da katkıda bulunulabileceği düşünülmektedir.

Çalışmamız herşeyden önce güven ortamının yaratılmasında etkili olan güvenilir insanda bulunması gereken niteliklerin neler olduğunu saptamak amacıyla yapılan bir ön çalışma niteliğindedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KAPSAMI

Araştırma kapsamında , Türk toplumu içerisinde “Güven” ve “Güvenli İnsan” unsurunu tanımlamaya yönelik bir anket formu geliştirilmeye çalışılmıştır

¹³ Fukuyama, a.g.e., s.40.

1. aşama : Ön test uygulaması

Çalışmanın birinci kısmında “güven” ve “güvenilir insan” tanımlamalarını ortaya çıkarmak amacıyla bir ön test yapılmıştır. 75 yüksek lisan öğrencisine güvendikleri bir kişide bulunması gereken niteliklerin neler olduğunu kendi ifadelerine göre sıralamaları istenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen 491 ifadeden bazılarının tekrar eder nitelikte olduğu gözlenmiş ve bunlar kendi aralarında birleştirilerek, toplam 264 farklı ifade elde edilmiştir. Bu çalışma farklı 4 akademisyen tarafından ortaklaşa yapılmıştır. Elde edilen ifadeler arasında farklılık olup olmadığını görmek açısından, aynı soru farklı iş kollarında ve farklı kademelerde çalışan , tesadüfi olarak belirlenen, 75 kişiye de sorulmuş ve elde edilen sonuçların niteliklerinde farklılık olmadığı gözlenmiştir. Elde edilen bu 264 ifade çalışmanın 2 aşaması için veri tabanını oluşturmuştur.

2. aşama :

Çalışmanın bu aşamasında ön testten elde edilen 264 ifadenin güvenilir bir insanı ne derece tanımladığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Burada amaç, bu 264 ifadeden hangilerinin anlamlılık kazandığını ortaya çıkartarak, daha belirgin ve az ifadeyle güvenilir insan tanımına ulaşabilmektir.

Ancak ön testten elde edilen ifade sayısı bir anket formu için , kişinin objektif olarak değerlendirebileceğinden fazla olduğu için bu ifadeler 2’ye ayrılarak 2 farklı anket şekline getirilmiştir. İfadelerin tesadüfi dağılımını sağlamak amacıyla Önce tüm ifadeler A’dan Z’ye kadar sıralanmış ve her biri 1’den başlayarak numaralandırılmıştır. Daha sonra üzerinde 1’den 10’a kadar rakamlar yazılı kağıtlar hazırlanarak , bu kağıtlar içerisinden 1.Grup ve 2. Grup anket formları için çekilişler yapılmıştır. Bu çekilişler sonucunda 1.Grup anket formu son rakamları 3,4,6,7 ve 0 olan; 2.Grup anket formu da son rakamları 1,2,5,8 ve 9 olan sıralardaki ifadelerle oluşturulmuştur. Ayrıca ,her bir anket formundaki ifadeler alfabetik sıralamadan çıkartılarak , tesadüfi olarak kendi içlerinde harmanlanmıştır.

Anket formlarındaki ifadeler “Pek çok gerekli – Çok gerekli – Oldukça gerekli – Biraz gerekli – Çok az gerekli – Hiç gerekli değil “ şeklinde 6’lı ölçek içerisinde “Aşağıdaki özelliklerin sizce, güvendiğiniz bir kişide gerekli mi gereksiz mi olduğunu; eğer gerekiyorsa NE DERECE gerekli olduğunu belirtiniz” şeklindeki bir talimatla deneklere verilmiştir.

Anketler Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Türkçe ve İngilizce İşletme Bölümlerinde okuyan farklı sınıflardaki lisans ve yüksek lisans öğrencilerine dağıtılmıştır. Uygulama sırasında 1.Grup ve 2. Grup anket formları kendi içerinde harmanlanmış olarak deneklere olarak dağıtılmıştır.

Her iki grup anket formu 320'şer kişiye dağıtılmıştır. Ancak, verilerin girişi sırasında bazı anket formlarının eksik doldurulduğu tespit edilerek değerlendirme dışı bırakılmıştır. Dağıtılan anket formlarına ilişkin dağılım aşağıda tablo 1'de sunulmaktadır :

Tablo 1: 1.Grup ve 2.Grup Anket Formlarına İlişkin Dağılımlar

1.GRUP ANKET FORMLARI TOPLAM CEVAPLAYAN : 307			2.GRUP ANKET FORMLARI TOPLAM CEVAPLAYAN : 317		
	KIZ	ERKEK		KIZ	ERKEK
1.SINIF	44	38	1.SINIF	54	31
2.SINIF	50	46	2.SINIF	54	52
3.SINIF	33	27	3.SINIF	24	22
4.SINIF	16	29	4.SINIF	23	36
Y.LİSANS	10	14	Y.LİSANS	7	14
TOPLAM	153	154	TOPLAM	162	155

Deneklerin, ön testten alınan 264 ifadeye verdikleri cevaplar 2 ayrı grup olarak faktör analizine sokulmuştur. Her iki grup anket formu için güvenilirlik değerleri : 1.Grup için alfa değeri : ,9708 - 2.Grup için alfa değeri : ,9674'dir ve oldukça yüksektir.

Faktör analizi uygulaması ile deneklerce anlamlılık kazanan ifadelerin tek ve aynı başlık altında toplanması amaçlanmıştır. Faktör analizi çalışmalarının hemen başında elde edilen değerler her iki anket formu için örnekleme yeterliliğinin yüksek ve çalışmanın anlamlı olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 2 : 1.Grup ve 2.Grup Anket Formlarına İlişkin İstatistiki Değerler

	1.Grup anket formları	2.Grup anket formları
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme yeterliliği	,878	,865
Df	8646	8646
Anlamlılık (Sig.)	,000	,000

Analizler sırasında faktör sayısının çok olduğu ve bazı ifadelerin birden fazla faktör altında anlamlılık kazandığı görülmüştür. Gerek faktör sayısının düşülmesi ve gerekse farklı faktörler altında açıklanabilen ifadelerin temizlenmesi amacıyla, faktör analizi uygulamasına birkaç kez başvurulmuştur. Anket gruplarına ilişkin faktör analizi uygulamaları ve elde edilen faktör sayıları ek 1'de toplu olarak sunulmuştur.

Bu çalışmayla, her iki anket formunda, başka bir faktör altında daha açıklanan ve açıklama düzeyi düşük (0,5'in altında) olan ifade kalmamıştır. Sonuç olarak 1.Grup anket formunda 52 ifadenin bulunduğu 13 faktöre (açıklama düzeyi variance: %63.24); 2.Grup anket formunda da 48 ifadenin yer aldığı 12 faktöre (açıklama düzeyi variance: %62,907) ulaşılmıştır. Her iki anket formuna ilişkin faktör dağılımları ve bunlar içerisinde yer alan ifadeler aşağıda tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3 : 1.Grup ve 2.Grup Anket Formalarına İlişkin Faktör Dağılımları

Faktör Grubu	1.Grup anket formu için	2.Grup anket formu için
Faktör 1	Kendisi ile barışık olması ; kendini sevmesi ; kendi sorumluluklarının farkında olması ; hayatı sevmesi ; geleceğe umutla bakması ; kendine saygısı olması ; pozitif enerji yayması ; yaşama bakış açısının pozitif olması	Verdiği sözleri yerine getirmesi ; sözünde durması ; verdiği sözleri tutması ; tutamayacağı sözler vermemesi ; dürüst olması ; yalan söylememesi ; güvenilir olması ; özünün sözünün bir olması
Faktör 2	İyi-kötü anlarda tam destek olması ; sıkıntılarını paylaşabilmesi ; ihtiyaç duyduğum anda yanımda olması ; zor anlarımda yanımda olması ve doğru yolda bana yardımcı olması ; her konuda bana destek olacağını hissettirmesi ; içten olması ; kendini senin yerine koyabilen dostluk ilişkisine sahip olması	Öz güveninin olması ; kendine güven duyması ; kendine güveninin olması ; hedeflerine ulaşmak için elinden geleni yapması ; kendine saygı ve özen göstermesi ; gereken yerde gereken kararı verebilmesi ; azimli olması
Faktör 3	İnsanları sevmesi ; yardımsever olması ; vicdan sahibi olması ; sevecen olması ; insancıl olması ; hoşgörülü olması	Aile terbiyesinin olması ; sağlam bir aile hayatına sahip olması ; ahlak sahibi olması ; kötü alışkanlıklarının olmaması ; etik konularda titiz olması ; toplumsal normlara uyması
Faktör 4	Doğru söylemesi ; söyledikleri ve uyguladıkları arasında tutarlı olması ; tutarlı olması ; yapamayacağı sözler vermemesi	İnsanlara ve olaylara açık olması; farklı görüşlere saygı duyması ; söz ve davranışlarının uyumlu olması ; bilgisini paylaşması
Faktör 5	Hırslı olması ; çalışkan olması ; ortak kültürel değerlere sahip olması ; ileriye görmesi ; az hata yapması	Güler yüzlü olması ; insana sevgi ve hoşgörü ile yaklaşması ; sevgi dolu olması ; sevgisini paylaşması
Faktör 6	Bilgi edinmekten zevk alması ; gelişime açık olan okuyan-gezen-gören biri olması ; öğrenme arzusuna sahip olması ; entelektüel olması	Seven biri olması ; yetenekli olması ; sevilen olması ; sağlıklı olması
Faktör 7	Sevgi ve nefretini açıkça belirtmesi ; açık sözlü olması ; açık olması ; net olması	Yerine göre davranmasını bilmesi; nerede nasıl davranması gerektiğini bilmesi ; nerede ne zaman ne kadar konuşacağını bilmesi
Faktör 8	Gerçekçi düşünebilmesi ; davranışlarında düzeyli olması ; hareketlerinde tutarlı olması	Bir telefonla yanına gelmesi ; kötü günlerde yanımda olması ; her daim yardıma hazır olması ; destek olması
Faktör 9	Çok maddiyatçı olmaması ; sinsi olmaması ; aşırı bencillikten uzak olması	Kendi olumlu ve olumsuz yönlerini farkında olması ; kendini tanıması
Faktör 10	Saygı duyulan ve saygı duyan olması ; saygılı olması	Fikir birliği içerisinde olması ; benimle fikir birliği içerisinde olabilmesi
Faktör 11	Karşısındakiyle sohbet ve tartışmalarında düzeyli olması ; etkili dinleme becerisine sahip olması	Şekilci olmaması ; gösteriş düşkünü olmaması

Faktör 12	Gereksiz saçma dedikodular yapmaması ; özel konulardan bahsederken çok soru sormaması	Dedikodu yapmaması ; randevularına sadık olması
Faktör 13	Sormadan anlayabilmesi ; doğru eleştiri yapabilmesi	

3. aşama :

2. aşamanın tamamlanmasıyla araştırmanın 3. aşamasına geçilmiştir. Bu aşamada faktör analizi sonucu 1. ve 2. Grup anket formlarından elde edilen toplam 100 adet ifade bir araya getirilerek ,yeni bir anket formu oluşturulmuştur. Bu yeni anket formunun oluşturulmasında ifadeler arasında benzerler olduğu dikkat çektiyse de, denekler bakımından farklı anlamlar taşıyabilir düşüncesi ve anket formuna müdahale etmemek amacıyla herhangi bir düzenleme yapılmamıştır. Bu yeni anket formunda da ifadeler, belli bir sistematik içerisinde olmak kaydıyla, tesadüfi olarak sıraya dizilmiştir. İfadeler bir önceki uygulamadaki ölçek içerisinde ve aynı talimatla deneklere dağıtılmıştır.

Anket formları öğrencilerden ve çeşitli kesimdeki çalışanlardan oluşan toplam 700 kişiye dağıtılmıştır. Dağıtılan bu anketlerden 690 tanesi geri dönmüş, ancak 678 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Deneklerin cinsiyet ayrımları içerisinde çalışan ve öğrenci olma durumlarına göre dağılımları aşağıda tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: 3.Uygulama anket formunun dağıtıldığı denek grubuna ilişkin dağılım

ÖĞRENCİLER (302 Kişi)		ÇALIŞANLAR (376 kişi)	
KIZ	ERKEK	KIZ	ERKEK
165	137	204	172

Bu son grup anket formuna ilişkin güvenilirlik değerine bakıldığında oldukça yüksek olduğu görülmüştür : alfa değeri : ,9746

Bu aşamada da anketlerden elde edilen veriler faktör analizine tabi tutularak , hangi ifadelerin anlamlılık kazandığı ve hangi faktör başlığı altında toplandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Burada da ifadelere verilen cevapların faktör analizine sokulmasıyla, aynen bir önceki faktör analizi uygulamasında karşılaşıldığı gibi, bir ifadenin birkaç faktör başlığı altında açıklandığı ve çok düşük değerler içerisinde anlamlılık kazandığı görülmüştür. Bu nedenle, tüm faktör analizi sonuçları taranarak , aşamalar halinde söz konusu düşük değerli ve birkaç başlık altında açıklanabilen ifadelerin analizden çıkartılması çalışmalarına başlanmıştır. Faktör analizi uygulamasında yapılan uygulamalar toplu olarak ek 2’de verilmektedir.

Faktör analizi uygulamasının ilk seferinde toplam 17 faktör çıkmasına rağmen, 17. faktörün boş olduğu görülmüştür. Tüm faktör analizi uygulaması sonucunda toplam 9 faktör ve 56 ifade elde edilmiş; başka faktörler altında ya da düşük değerlerle (,50'nin altında) açıklanabilen faktör kalmamıştır. Örneklem sayısının analizlerin yapılması için yeterli olduğunun görüldüğü çalışmada (Kaiser-Meyer-Olkin ,954 ; chi-Square 22162,258 ; df 1540 ; anlamlılık –sig- ,000), ifadelerin toplam açıklama değeri variance % 61,47013 olarak bulunmuştur. Faktör analizi sonucunda elde edilen faktörler tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 3: Faktör analizi sonucu elde edilen faktörler ve bu faktörler altında yer alan ifadeler

Faktör Numaraları	Faktör içeriklerinde yer alan ifadeler
Faktör 1	Hayatı sevmesi , kendine güven duyması , kendine saygı ve özen göstermesi , kendini sevmesi , özgüvenin olması , geleceğe umutla bakması , kendine saygısının olması , kendine güveninin olması , azimli olması , yaşama bakış açısının pozitif olması , hedeflere ulaşmak için elinden geleni yapması , sevgi dolu olması , kendisiyle barışık olması
Faktör 2	İhtiyaç duyduğum anda yanımda olması , kötü günlerde yanımda olması , her konuda bana destek olacağını hissettirmesi , iyi-kötü anlarda tam destek olması , zor zamanlarda yanımda olması ve doğru yolda bana yardımcı olması , destek olması , her daim yardıma hazır olması , bir telefon ile yanıma gelmesi
Faktör 3	Fikir birliği içerisinde olması , toplumsal normlara uyması , benimle fikir birliği içerisinde olması , verdiği sözü yerine getirmesi , yapamayacağı sözler vermemesi , verdiği sözleri tutması , yalan söylememesi
Faktör 4	Sözünde durması , tutamayacağı sözler vermemesi , verdiği sözü yerine getirmesi , yapamayacağı sözler vermemesi , verdiği sözleri tutması , yalan söylememesi
Faktör 5	Sevecen olması , tutamayacağı sözler vermemesi , insana sevgi ve hoşgörü ile yaklaşması , sevgisini paylaşması , yardımsever olması , insancıl olması , hoşgörülü olması , güler yüzlü olması ,
Faktör 6	Açık olması , açık sözlü olması , net olması , sevgi ve nefretini açıkça belirtmesi
Faktör 7	Hareketlerinde tutarlı olması , tutarlı olması , söz ve davranışlarının uyumlu olması , söyledikleri ve uyguladıkları arasında tutarlı olması
Faktör 8	Gereksiz saçma sapan dedikodular yapmaması , dedikodu yapmaması , gösteriş düşkününü olmaması
Faktör 9	Entelektüel olması , yetenekli olması , bilgi edinmeden zevk alması

Analizlerde ifadelerin güvenilirliklerine ilişkin yapılan çalışmada anketin toplam güvenilirliğinin ,9592 olduğu bulunmuştur. Burada dikkat çeken nokta , Faktör 7'nin altında yer alan “hareketlerinde tutarlı olması” ve Faktör 8'in altında yer alan “gösteriş düşkününü olmaması” ifadelerinin eğer çıkartılırsa , faktör güvenilirlik değerlerinin önemli ölçüde artacağı olmuştur. Bu noktada , söz konusu iki ifade verilerden çıkartılarak, geri kalan 54 ifade tekrar faktör analizine sokulmuştur. 54 ifadeyle yapılan faktör analizinde, bazı faktör başlıkları altındaki ifadelerin sıralamasının değiştiği, birkaç ifadenin farklı faktör başlıkları içerisine girdiği ve faktör 8 ve faktör 9 ‘un öncelik sırasının değiştiği görülmüştür. 2 sorunun çıkartılmasıyla, anketin toplam

açıklanabilirlik düzeyinin (variance) de %62,480 'ye çıktığı görülmüştür. Bunun yanında toplam faktör geçerlik değerinin ,9597 olduğu , fakat faktör başlıkları içerisinde güvenilirlik değerlerinin de anlamlı ölçüde yükseldiği görülmüştür.

Son analiz sonuçlarıyla elde edilen faktörler isimlendirilmiş halleriyle birlikte, bu faktörlerin altında yer alan ifadeler ve bunların faktör katkıları aşağıda tablo 8'de toplu olarak verilmiştir.

Tablo 8. Son **uygulamalardan** elde edilen faktör analizi uygulamaları ve ilgili değerler

	Toplam varyans	Kümülatif varyans	Faktör katkısı
Faktör 1 : ÖZGÜVEN	% 14,533336	% 14,533336	
Kendisine güven duyması			0,755138
Hayatı sevmesi			0,751676
Kendine saygı ve özen göstermesi			0,720507
Kendini sevmesi			0,720191
Özgüveninin olması			0,703364
Geleceğe umutla bakması			0,696463
Kendine saygısı olması			0,664651
Kendine güveninin olması			0,648775
Azimli olması			0,626346
Yaşama bakış açısının pozitif olması			0,603519
Hedeflere ulaşmak için elinden geleni yapması			0,566022
Kendisiyle barışık olması			0,520808
Faktör 2 : DİĞERKAMLIK¹⁴ (ÖZGENCİLİK) (YARDIM ETMEK, DESTEK OLMAK)	% 9,105905	% 23,63927	
İhtiyaç duyduğum anda yanımda olması			0,817337
Kötü günlerde yanımda olması			0,796449
Her konuda bana destek olacağını hissettirmesi			0,773277
İyi – Kötü anlarda tam destek olması			0,746909
Zor zamanlarda yanımda olması ve doğru yolda bana yardımcı olması			0,664594
Destek olması			0,650689
Her daim Yardıma hazır olması			0,650689
Bir telefon ile yanıma gelmesi			0,588533
Faktör 3 : UYUMLULUK	% 8,647711	% 32,28698	
Fikir birliği içerisinde olması			0,73561
Toplumsal normlara uyması			0,668538
Ortak kültürel değerlere sahip olması			0,667114
Benimle fikir birliği içerisinde olması			0,665058
Az hata yapması			0,60929
Aile terbiyesinin olması			0,556259
Hırslı olması			0,550044
Sevilen olması			0,543223
Faktör 4 : DÜRÜSTLÜK	% 7,487665	% 39,77464	
Sözünde durması			0,776587

¹⁴ Bu faktör başkalarını düşünmek , onları gözetmek anlamına gelen bir kavram ile adlandırılmak istenmiştir. Bu kavram İngilizcede altruism olarak adlandırılmakta ve Türkçeye Özgencilik olarak tercüme edilmektedir. Oysa kelimedeki “öz” kökünün “ben” , “kendi” ile ilişkili olmasından ötürü doğru bir karşılık olarak kabul edilmemektedir. Bunun yerine Diğer-Kamlık kelimesinin daha uygun düşeceği ifade edilmektedir. Prof.Dr.Suna Tevruz., Davranışımızdan seçmeler, Beta Yay., İstanbul,1999, s: 95.

Tutamayacağı sözler vermemesi			0,770598
Yapamayacağı sözler vermemesi			0,73768
Verdiği sözü yerine getirmesi			0,720578
Verdiği sözleri tutması			0,659684
Yalan söylememesi			0,512623
Faktör 5 : SEVECENLİK	% 7,423459	% 47,1987	
Sevecen olması			0,692254
Sevgisini paylaşması			0,626388
İnsana sevgi ve hoşgörü ile yaklaşması			0,603434
İnsancıl olması			0,584601
Yardımsever olması			0,572016
Hoşgörülü olması			0,550239
Sevgi dolu olması			0,54711
Güler yüzlü olması			0,526268
Faktör 6 : AÇIKLIK	% 4,45194	% 51,65004	
Açık olması			0,735007
Açık sözlü olması			0,724947
Net olması			0,615171
Sevgi ve Nefretini açıkça belirtmesi			0,566057
Faktör 7 : TUTARLILIK	% 3,940917	% 55,59096	
Tutarlı olması			0,749398
Söz ve davranışlarının uyumlu olması			0,72312
Söyledikleri ve uyguladıkları arasında tutarlılık olması			0,68309
Faktör 8 : BİLGİLİ OLMAK (ENTELEKTÜELLİK)	% 3,582665	% 59,17352	
Entelektüel olması			0,78864
Bilgi edinmeden zevk duyması			0,609873
Yetenekli olması			0,584357
Faktör 9 : DEDİKODU YAPMAMAK	% 3,306647	% 62,48017	
Gereksiz saçma dedikodular yapmaması			0,81,0319
Dedikodu yapmaması			0,790773

Son faktör analizi uygulaması sonrasında yeniden bakılan faktör başlıklarına ilişkin güvenilirlik değerleri aşağıda tablo 9’da toplu olarak verilmiştir.

Tablo 9. Son faktör analizi uygulaması güvenilirlik değerleri

Geçerliliklerine bakılan birimler	Güvenirlik (Alfa) değeri
Tüm ifadelerin geçerlik değeri	,9597
Faktör 1	,935
Faktör 2	,8810
Faktör 3	,8676
Faktör 4	,8656
Faktör 5	,8925
Faktör 6	,7509
Faktör 7	,8370
Faktör 8	,7322
Faktör 9	,8069

Faktör başlıkları altında yer alan ifadeler ayrı ayrı incelendiğinde, geçerliği yükseltecek başka bir alternatifin / uygulamanın olmadığı tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmalar içerisinde faktör sıralaması içerisinde , faktörlerin gerekli olmaları anlamında kazandıkları önem bakımından da fark olup olmadığı, hangi

faktörün daha çok anlamlılık kazandığı test edilmeye çalışılmıştır. Bu aşamada tüm faktörlere ilişkin ortalamalar alınarak , bunlara Friedman testi uygulanmıştır. Friedman testine ilişkin sonuçlar aşağıda tablo 10’da toplu olarak verilmiştir.

Tablo 10. Faktörlere yönelik Friedman testi sonuçları

FAKTÖRLER	FAKTÖR ORTALAMASI	STANDART SAPMA	FRİEDMAN TESTİ SONUÇLARI	
			ORTALAMA SIRALAMASI	ANLAMLILIK
Faktör 1:Özgüven	4,7603	,8625	5,14	Ki kare2431,508 df 8 Sig. ,000
Faktör 2:Diğerkamlık	4,7395	,8424	4,80	
Faktör 3:Uyumluluk	3,7952	,9892	2,23	
Faktör 4:Dürüstlük	5,4297	,6200	7,39	
Faktör 5:Sevecenlik	4,6539	,8156	4,67	
Faktör 6:Açıklık	4,9558	,7611	5,63	
Faktör 7:Tutarlılık	5,3265	,7226	7,05	
Faktör 8:Bilgili Olmak	3,6799	1,0953	2,35	
Faktör 9:Dedikodu yapmamak	4,9351	1,0335	5,74	

Yapılan bu çalışmada faktör ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya konmuştur. Aynı çalışma faktör değerleri altında yer alan ifadeler arasında da yapılmış ve alınan sonuçlardan her bir başlık altında yer alan ifadelere ilişkin faktör ortalamaları açısından da anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamlı farklılığın hangi faktörleri daha gerekli olarak öne çıkardığını , önemli kıldığını bulmak için ayrıca hipotez testlerinin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Buna alternatif olarak, ileriye yönelik çalışmalarımız içerisinde,elde edilen faktörlerin deneklerce öncelik ve önem sırasına konulmasının istenmesi şeklinde bir uygulama yapılması da planlanmaktadır.

SONUÇ VE BULGULAR

Buraya kadar yapılan çalışmalarla “Güven” ve “Güvenli İnsan” tanımlamasına ilişkin değerlerin toplam 9 başlık altında toplandığı ortaya konmuştur. Bunlar ;

- Özgüven
- Diğerkamlık (Yardım severlik)
- Uyumluluk
- Dürüstlük

- Sevecenlik
- Açıklık
- Tutarlılık
- Bilgili Olmak
- Dedikodu yapmamak

Güven konusunda yapılan çalışmalarda ve incelemelerde en çok üzerinde durulan güven bileşenlerinin; Doğruluk-Dürüstlük, Yetenek-Beceri, Tutarlılık-Uyum, Bağlılık-Yardım severlik, Açıklık (ki içerisinde bilgi paylaşımı da vardır) olduğu görülmektedir.¹⁵ Elde edilen sonuçların literatür taramasıyla örtüştüğü, ancak literatürde 5 başlık altında toplanan değerlerin, araştırmada ayrı başlıklar altında toplanma eğiliminde olduğu görülmüştür.

Sonuçta Türk Toplumunu açısından güven ve güvenli insana verilen değerler le ilgili bir ölçek geliştirilmiştir. Böylece bundan sonra güven konusunda yapılacak çalışmalara bir temel oluşturulmuştur.

Gelinen bu noktadan sonra ileriye yönelik yapılacak çalışmalarda kültürel değerlerin altında güvenin kazandığı anlam ve kültürlerarası karşılaştırmaların yapılması; yönetim tarzları ile bu faktörler arasındaki ilişki; örgütsel güvenin yaratılmasında yöneten ,yönetilen ve çıkar grupları açısından bu faktörlerin kazandığı anlamlılık araştırma konusu olarak ele alınabilir.

KAYNAKÇA

Francis Fukuyama, *Güven : Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*, Çev:Ahmet Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara , 1998, s:37.

Douglas Smith, “Are your Employees bowling alone ? How to build a trusting Organization”, *Harvard Management Update*, Sep,1998, s:37.

Garry Dessler, *Management:Leading People and Organizations in the 21st Century*, Prentice-Hall Int.Inc., Newjersey,1998, s:18-19.

Fatma Küskü,“Yöneten-Yönetilen İlişkisinde Güven : Ampirik Bir İnceleme”, *Amme İdaresi Dergisi* , C:32, S:1, Mart 1999 , s:135.

Darly Koehn, “Should we trust in trust”, *American Business Law Journal*, Winter 96, V:34, I:2, p: 183-184.

¹⁵ Larue Tone Hosmer, ” *Trust : The Connection Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics*”, Academy of Management review, Vol:20, No:2,1995, s:379

Roderick M.Kramer, “Trust and distrust in Organizations:Emerging Perspectives , Enduring Questions, **Ann.Rev. Psychol**, 1999, s:571.

Prof.Dr.Suna Tevruz., **Davranışımızdan Seçmeler**, Beta Yay., İstanbul,1999, s: 95.

Larue Tone Hosmer, ” *Trust:The Connection Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics*”**Academy of Management Review**, V:20, No:2,1995, s:379

Jenny Onyx, Oaul Bullen ,” *Measuring Social Capital in Five Communities*” , **Journal of Applied Behavioral Science**, Mar2000, Vol. 36 Issue 1, p23.

L.Edward Glaeser, David Laibson,. José Scheinkman, “*Measuring Trust*”, **The Quarterly Journal of Economics** , Aug. 2000, v. 115 , no3 , p. 811.

Joel Brockner,. Phyllis A. Siegel, Joseph P Daly, “*When trust matters: the moderating effect of outcome favorability*”, **Administrative Science Quarterly** ,Sept. 1997, v. 42, p. 558.

Neil M Kay , “*The economics of trust*”, **International Journal of the Economics of Business**, Jul96, Vol. 3 Issue 2, p249

Robert Bruce Shaw, **Trust in Balance** , Jossey-Bass Pub., San Francisco, 1997

Jeffrey Cufaude, “*Creating organizational trust*” **Association Management . July 1999, v. 51 no7, p. 26**

Ek 1 :1.Grup ve 2.Grup Anket Formalarına İlişkin faktör Analizi Uygulamaları ve Elde Edilen Faktör Sayıları

Faktör Analizi Uygulamaları	Elde edilen / Ulaşılan Faktör sayısı			
	1.Grup anket formları		2.Grup anket formları	
	Çıkarılan ifade sayısı	Faktör sayısı	Çıkarılan ifade sayısı	Faktör sayısı
1. Uygulama	-	33	-	34
2. Uygulama	11	32	13	29
3. Uygulama	15	27	18	23
4. Uygulama	18	24	16	19
5. Uygulama	14	21	14	17
6. Uygulama	11	17	12	15
7. Uygulama	7	16	7	14
8. Uygulama	3	14	3	13
9. Uygulama	1	13	1	12

Ek 2 : Son Faktör Analizi Uygulama aşamaları

Faktör Analizi uygulamaları	Ulaşılan / Elde edilen Faktör Sayısı	
	Çıkarılan ifade sayısı	Faktör sayısı
1. Uygulama	-	17
2. Uygulama	7	15
3. Uygulama	8	14
4. Uygulama	10	13
5. Uygulama	7	12
6. Uygulama	6	11
7. Uygulama	3	10

8. Uygulama	3	9
-------------	---	---