

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İŞLETME ANABİLİM DALI  
İŞLETME DOKTORA PROGRAMI**

**TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN  
ÖĞRENEN ÖRGÜTE OLAN ETKİSİ**

**Doktora Tezi Araştırma Önerisi  
Erkam Mehmed Zeybek  
1350D91105**

**Danışman: Prof. Dr. Hüner Şencan**

**İstanbul, Aralık 2014**

## İÇİNDEKİLER

1.	Faktör Analizi Korelasyon Tablosu Yorumu .....	1
2.	Kaiser-Meyer-Olkin (Kmo) Ve Bartlett Tablosu Yorumu .....	1
3.	Anti-Image Covariance Ve Anti-Image Correlation Tablosu Yorumu.....	2
4.	Communalities Tablosu Yorumu .....	2
5.	Total Variance Explained Yorumu.....	3
6.	Scree Plot (Yamaç Grafiği) Yorumu .....	3
7.	Component Matrix Tablosu Yorumu .....	4

## 1. Faktör Analizi Korelasyon Tablosu Yorumu

Korelasyon matrisi, araştırmadaki bir değişkenle diğer her bir değişken arasındaki korelasyon katsayılarını göstermektedir. Tablodaki mavi daireler içinde görüldüğü gibi bir değişkenin kendisi ile arasındaki korelasyon katsayısı (diagonal değerler) her zaman 1'dir. Korelasyon matrixin birincil diagonali 1'lerden oluşur. Örnek olarak, aşağıdaki tabloda 0.50'den büyük olan 10 korelasyon değeri analiz için gerekli görülmüştür.

**Correlation Matrix**

	Availability of product	Cost of product	Experience with product	Popularity of product	Prestige of product	Quality of product	Quantity of product	Respectability of product
Correlation Availability of product	1.000	.527	-.386	-.298	-.041	.349	.467	.105
Cost of product	.527	1.000	-.202	-.237	.072	.585	.372	.420
Experience with product	-.386	-.202	1.000	.563	.564	-.238	-.682	-.620
Popularity of product	-.298	-.237	.563	1.000	.248	.165	-.509	-.237
Prestige of product	-.041	.072	.564	.248	1.000	-.484	-.470	-.660
Quality of product	.349	.585	-.238	.165	-.484	1.000	.245	.508
Quantity of product	.467	.372	-.682	-.509	-.470	.245	1.000	.655
Respectability of product	.105	.420	-.620	-.237	-.660	.508	.655	1.000

a. Determinant = 1.731E-03

## 2. Kaiser-Meyer-Olkin (Kmo) Ve Bartlett Tablosu Yorumu

KMO testi, örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığını ölçer. Tatmin edici bir faktör analizi için KMO sonucunun 0.5'ten büyük olması gerekir. 1'e yaklaştıka da uygunluk artar. Değişkenlerden herhangi bir çifti 0.5'ten küçükse, analizden çıkartılır. Aşağıdaki tabloda KMO 0.417 çıkmış olup örnek büyüklüğü yetersiz gelmiştir.

Bartlett testi ise değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ölçmektedir. Kimlik matrisi olan sıfır hipotezi test edilir. Kimlik matrisi diagonal değerlerin 1, diagonal olmayan değerlerin 0 olduğu matristir. Anlamlılık değeri 0.05'ten küçük olmalıdır. sıfıra Sıfır hipotezini reddetmek istediğimizi varsayalım. Aşağıdaki tabloda anlamlılık değeri 0.012 çıkmış olup 0.05'ten küçüktür ve bu değer sıfır hipotezini reddetmek için yeterlidir. Bunun anlamı korelasyon matrisi bir kimlik matrisi değildir.

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		417
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	47.694
	df	28
	Sig.	.012

### 3. Anti-Image Covariance Ve Anti-Image Correlation Tablosu Yorumu

Anti-image covariance tablosu negatif kovaryansları içerir.

Anti-image correlation tablosu negatif korelasyonları içerir. Tabloda, değişkenlerin 0.50'den büyük olup olmadığı kontrol edilir. 0.50'den büyükse analize devam edilir.

		Anti-image Matrices							
		RS HIGHEST DEGREE	FATHERS HIGHEST DEGREE	MOTHERS HIGHEST DEGREE	SPOUSES HIGHEST DEGREE	GENERAL HAPPINESS	HAPPINESS OF MARRIAGE	CONDITION OF HEALTH	IS LIFE EXCITING OR DULL
Anti-image Covariance	RS HIGHEST DEGREE	.511	-.101	-.079	-.274	-.058	.067	-.008	.108
	FATHERS HIGHEST DEGREE	-.101	.455	-.290	-.024	-.103	-.028	.050	.028
	MOTHERS HIGHEST DEGREE	-.079	-.290	.476	.028	-.102	.043	-.052	-.121
	SPOUSES HIGHEST DEGREE	-.274	-.024	.028	.578	-.014	-.012	.203	-.039
	GENERAL HAPPINESS	-.058	.103	-.102	-.014	.666	-.325	-.085	-.085
	HAPPINESS OF MARRIAGE	.067	-.028	.043	-.012	-.325	.692	-.099	-.024
	CONDITION OF HEALTH	-.008	.050	-.052	.203	-.085	-.099	.749	-.102
	IS LIFE EXCITING OR DULL	.108	.028	-.121	-.039	-.085	-.024	-.102	.876
	Anti-image Correlation	RS HIGHEST DEGREE	.701 <sup>a</sup>	-.210	-.161	-.503	-.099	.113	-.012
FATHERS HIGHEST DEGREE		-.210	.640 <sup>a</sup>	-.623	-.048	.187	-.049	.086	.044
MOTHERS HIGHEST DEGREE		-.161	-.623	.586 <sup>a</sup>	.053	-.181	.076	-.087	-.188
SPOUSES HIGHEST DEGREE		-.503	-.048	.053	.656 <sup>a</sup>	-.023	-.018	.309	-.055
GENERAL HAPPINESS		-.099	.187	-.181	-.023	.549 <sup>a</sup>	-.478	-.120	-.111
HAPPINESS OF MARRIAGE		.113	-.049	.076	-.018	-.478	.619 <sup>a</sup>	-.137	-.030
CONDITION OF HEALTH		-.012	.086	-.087	.309	-.120	-.137	.734 <sup>a</sup>	-.126
IS LIFE EXCITING OR DULL		.162	.044	-.188	-.055	-.111	-.030	-.126	.638 <sup>a</sup>

### 4. Communalities Tablosu Yorumu

Değişkenlerin, ölçme değerinin yüksekliğini göstermektedir. Extraction sütunundaki değerler, değişkenlerin ölçme değeridir. Değerler ne kadar yüksekse değişken o kadar iyi ölçmektedir. Düşük olanlar ise faktör analizinden çıkarılır. Extractiondaki değer en az 0.50 olmalıdır. Aşağıdaki örnek için ürün kalitesinin dağılımı 92% açıklanırken, ürünün erişebilirliği 73,5% açıklanabilmektedir.

### Communalities

	Initial	Extraction
Availability of product	1.000	.735
Cost of product	1.000	.844
Experience with product	1.000	.800
Popularity of product	1.000	.804
Prestige of product	1.000	.865
Quality of product	1.000	.918
Quantity of product	1.000	.768
Respectability of product	1.000	.814

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## 5. Total Variance Explained Yorumu

Bu tablo bileşenlerin kendi özdeğerlerini, herbirinin dağılımını ve önceki faktörle birlikte kümülatif oranını göstermektedir. Özdeğerlerdeki total sütununda en az 1 değerine kadar olan bileşenler alınır, 1'den küçük olanlar alınmaz. Örnek olarak aşağıdaki tabloda, ilk 3 bileşen alınır, 4'ten 8'e kadar olanlar alınmaz. Kümülatif sütununda görüldüğü gibi ilk 3 bileşen toplam dağılımın 81%'ini açıklamaktadır.

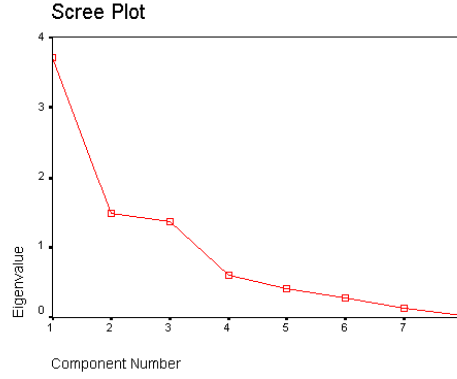
### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.709	46.367	46.367	3.709	46.367	46.367	2.501	31.260	31.260
2	1.478	18.471	64.838	1.478	18.471	64.838	2.045	25.566	56.826
3	1.361	17.013	81.850	1.361	17.013	81.850	2.002	25.024	81.850
4	.600	7.499	89.349						
5	.417	5.214	94.563						
6	.281	3.508	98.071						
7	.129	1.608	99.679						
8	2.569E-02	.321	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## 6. Scree Plot (Yamaç Grafiği) Yorumu

Scree plot, bütün faktörlere karşı özdeğerin grafiğidir. X eksenini faktörleri, Y eksenini özdeğerleri göstermektedir. Kaç tane faktörün alınacağına bu grafik yardımı ile karar verilir. Eğrinin yataylaşmaya başladığı yere kadarki faktörler analize alınır, yataylaştıktan sonrakiler analizden çıkartılır. Aşağıdaki grafikte 4.faktörden itibaren yataylaşma başlamaktadır. İlk 3 faktör analize alınır. 4.ve sonrakiler alınmaz. İlk 3 faktörün özdeğerleri 1'den büyüktür. Analizden çıkartılan faktörlerin özdeğerleri ise 1'den küçüktür.



## 7. Component Matrix Tablosu Yorumu

Bu tablo değişkenlerin bileşenler üzerindeki yüklerini göstermektedir. Yükün mutlak değeri ne kadar yüksekse faktör değişkene o kadar çok katkı sağlamaktadır. 0.5'ten küçük olan değerler tabloda boş olarak gelir, bunlar gözardı edilir.

Component Matrix

	Component		
	1	2	3
Availability of product	.546		
Cost of product	.563	.697	
Experience with product	-.817		
Popularity of product	-.534		.598
Prestige of product	-.660		-.526
Quality of product	.578	.570	.508
Quantity of product	.841		
Respectability of product	.815		

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
a. 3 components extracted.

Yüksek yük değerine sahip değişkenlerin etkilediği faktörlerin sayısını azaltmak için rotation (döndürme) yapılır. Yani faktörlere değişkenler tekrar atanır. Rotasyon aslında bir şey değiştirmez, analizi daha kolay yorumlamamızı sağlar. Örnek olarak aşağıdaki tabloda ürünün erişilebilirliği ve maliyeti önemli ölçüde 3.faktöre yüklenmiştir. Oysa rotasyondan önce bir üstteki component matrixinde görüldüğü gibi ürünün erişilebilirliği 1.faktöre, maliyeti ise 1.ve 2.faktörlere yüklenmişti.

Rotated Component Matrix

	Component		
	1	2	3
Availability of product			.760
Cost of product			.908
Experience with product	-.560	.684	
Popularity of product		.893	
Prestige of product	-.901		
Quality of product	.637		.634
Quantity of product		-.652	
Respectability of product	.845		

Extraction Method: Principal Component Analysis.